

Marketing & Comunicazione

Master ISTUD 2008 - XI Edizione
Accreditato ASFOR. Iscriviti Ora!

Bilancio Aziendale

Dati Finanziari, Quotazioni, News
Presentazioni per gli Azionisti

Marketing & Comunicazione

Master ISTUD 2008 - XI Edizione
Accreditato ASFOR. Iscriviti Ora!

Bilancio Aziendale

Dati Finanziari, Quotazioni, News
Presentazioni per gli Azionisti

» home

» newsletter » glossario » lavoro » segnala » chi siamo » cerca

[APPROFONDIMENTI TEMATICI]

e venti
Convegni
Formazione
Comunicati stampa
p ubblicazioni
Libri
Riviste
Agenzia Auser
a pprofondimenti
Alzheimer
Speciale Disabili
Assistenza Domiciliare
Certificazione qualità
Comunicando
Civitas
Telemedicina
Speciale IPAB
Speciale PTE - EXPO
VMD
a ssociazioni
s trutture online
l avoro
r icerca
g lossario
s egnaliamo
f orum
a rchivio
p roponi evento
l ink



In questo appuntamento di "Comunicando", la sezione di Socialinfo.it dedicata alla comunicazione sociale curata da Dora Carapellese, **l'intervista** a Tino Ferrari, consulente aziendale in comunicazione integrata di impresa.

Tino Ferrari, anni 60. Laurea all'Università Bocconi. Ha svolto per vent'anni attività in diverse aziende tra cui la direzione Marketing e Comunicazione di Mandarin Duck...

**→ Ufficio stampa in azienda****D. Quali sono i vantaggi di avere un ufficio stampa in azienda?**

R. Anzitutto bisogna precisare che l'ufficio stampa è un investimento e non un costo per l'azienda. Questo significa che i vantaggi connessi all'adozione di un ufficio stampa non sono riscontrabili nel breve periodo, bensì nel tempo.

Ogni azienda, per prosperare, ha bisogno di operare in un ambiente favorevole.

Un ambiente in cui le istituzioni, le banche, i clienti e l'opinione pubblica in generale nutrano fiducia, considerazione e rispetto per l'azienda e le sue attività. L'ufficio stampa è uno degli strumenti a disposizione delle aziende per coltivare un **dialogo** trasparente e proficuo con i propri pubblici di riferimento.

In un contesto fortemente mediatizzato come quello attuale, riuscire a relazionarsi in maniera efficace e professionale con gli organi di informazione può risultare determinante ai fini di una corretta gestione dell'immagine aziendale.

L'ufficio stampa consente di generare occasioni di visibilità positiva, di prevenire possibili situazioni a rischio sul piano dell'immagine, di accreditare l'azienda nei confronti degli operatori dell'informazione - quindi dell'opinione pubblica - quale organizzazione seria e trasparente.

→ Ma quanti soldi servono?**D. Può una struttura con risorse economiche limitate fare ufficio stampa?**

R. Dipende sicuramente da quanto sono limitate. Se con questa affermazione si intende dire che non è necessario investire centinaia di migliaia di euro per strutturare una eccellente attività di ufficio stampa sono certamente d'accordo. D'altra parte però quella di ufficio stampa è un'attività professionale, che presuppone l'utilizzo



Una piccola e media cooperativa, per esempio, non si deve lasciare impressionare: l'investimento iniziale può essere retto anche soltanto da una sola persona part-time. Gli **strumenti** necessari per allestire un piccolo ufficio stampa sono: un telefono, un computer, una fotocopiatrice ed un fax. Il telefono è indispensabile per svolgere la maggior parte del mio lavoro poiché questa attività richiede, soprattutto, il contatto interpersonale con il giornalista, oltre che la preparazione di un comunicato stampa.

Altro strumento indispensabile è la mailing list dei giornalisti. Sono fatte su misura per l'azienda. Non mi sognerei mai di inserire il nominativo di un giornalista di una testata di meccanica se la mia azienda si occupa del settore assistenziale.

Il monitoraggio è essenziale per verificare il **feedback** dei media al mio comunicato stampa. Questo significa verificare le varie uscite e preparare la rassegna stampa che non è altro la raccolta degli articoli pubblicati e che entrerà a far parte del materiale di presentazione aziendale.

Come ho già detto l'ufficio stampa è un investimento, per essere tale deve essere fatto nel giusto modo. Ecco una citazione di Roberto Re, che a mio avviso sintetizza il successo di un buon lavoro e perché no di una buona vita.

"Tutto ciò che fai ti procurerà un risultato della stessa natura. Dai sempre il massimo in ogni situazione, impegnati, cerca di avere un atteggiamento positivo e vai avanti senza preoccuparti del compenso immediato. Con l'atteggiamento e l'energia giusta i risultati che otterrai saranno di gran lunga maggiori di ciò che ti aspetti".

Aspetto le vostre domande, considerazioni o quello che ritenete opportuno scrivermi sull'argomento. Il prossimo appuntamento tra un mese sempre su www.socialinfo.it.

[Dora Carapellese]

→ Comunicando - Archivio

Numero 10 - novembre 2004

Numero 9 - settembre 2004

Numero 8 - luglio 2004

Numero 7 - maggio 2004

Numero 6 - aprile 2004

Numero 5 - marzo 2004

Numero 4 - febbraio 2004

Numero 3 - gennaio 2004

Numero 2 - dicembre 2003

Numero 1 - novembre 2003

L'autrice

Dora Carapellese è originaria di Andria (BA) e vive a Bologna. Si è laureata all'Università di Urbino in Sociologia con una tesi sulla comunicazione visiva ("La comunicazione visiva: percorsi iconici e frame narrativi").

E' Consulente di Comunicazione ed Immagine svolgendo la sua attività da libera professionista, con mansioni di Art Director, Visualiser, Addetto Stampa, Project Manager, Organizzatrice di eventi. Propone piani di comunicazione interna ed esterna personalizzati.

Dora Carapellese**Contatta l'autrice**

di persone **preparate** e dotate di ottime capacità di relazione con il mondo dei media.

Una risorsa professionale di questo tipo ha certamente un costo. Ciò che mi sento di consigliare alle aziende è di rifuggire dalla tentazione di "fare le nozze con i fichi secchi", come si dice, ovvero di lesinare risorse economiche quando si tratta di scegliere i professionisti cui affidare l'incarico, ripiegando su persone con pretese più contenute ma con capacità ed esperienza ridotte all'osso. In altre parole: non bisogna porsi l'obiettivo di avere a tutti i costi un ufficio stampa - perché magari fa "azienda evoluta e moderna" - ma nel momento in cui l'azienda valuta **conveniente** attivare un presidio della propria immagine nei confronti dei mezzi d'informazione, essa deve - come dicevo prima - entrare nell'ottica dell'investimento e quindi scegliere con ocularità le persone cui affidarsi. Investire bene all'inizio garantisce un contenimento complessivo dei costi di gestione dell'attività, evitando sprechi e iniziative estemporanee.

→ Competenze e strumenti

D. Quali sono le competenze e gli strumenti per svolgere attività di ufficio stampa?

R. Partiamo dalle persone: bisogna individuare una figura che avendo il ruolo di portavoce dell'azienda deve rispecchiare la fisionomia e la personalità della stessa.

Gentilezza, efficienza, simpatia sono valori universalmente positivi che vanno bene per tutti. Il tipo di professionalità richiesta è di stampo giornalistico. L'addetto stampa deve avere anche una buona capacità organizzativa, di mediazione e di comunicazione.

[vai su >>]

✓ Link

Scienze della Comunicazione.com

Il portale italiano delle Scienze della Comunicazione

Comunitàzione

Community delle Scienze della Comunicazione

Studio Lentati

Fundraising, Comunicazione e Marketing Sociale

Comunicando il sociale

Un nuovo modo di comunicare la comunicazione

Eticare

Per definire la comunicazione sociale

Confcooperative

Confederazione Cooperative Italiane

Legacoop

Il sito di Legacoop

Ferpi

Federazione Relazioni Pubbliche Italiana

Prima Comunicazione

Per capire cosa succede nel mondo dei giornali, della televisione, della radio, della pubblicità e dei nuovi media

OCS

Osservatorio Comunicazione Sanitaria

✓ Eventi

Alla scoperta delle potenzialità della comunicazione

7 - 16 maggio 2004 - Bologna

Cultura dello sviluppo, globalizzazione, impresa cooperativa

2 - 3 luglio 2004 - Genova

Il master in Responsabilità sociale delle imprese

Iscrizioni entro il 16 gennaio 2004

Il convegno Master-Com

L'impossibilità di non comunicare

🏠 [inizio pagina](#)

| [home](#) | [eventi](#) | [pubblicazioni](#) | [approfondimenti](#) | [associazioni](#) | [strutture on-line](#) | [lavoro](#) |
| [ricerca](#) | [disclaimer](#) | [glossario](#) | [segnaliamo](#) | [archivio](#) | [proponi evento](#) | [link](#) | [redazione](#) | [scrivi](#) |