

Come organizzare una conferenza stampa

Questo particolare evento che si organizza per annunciare notizie non è come gli altri tipi di eventi: ha alcune caratteristiche particolari che lo rendono un po' diverso da eventi come i meeting aziendali, congressi, presentazione stampa o le conferenze vere e proprie. Prima di tutto è un **evento molto breve**. Dura infatti al massimo un paio d'ore, mediamente 50-60 minuti. Inoltre, prevede la presenza di uno o più relatori di fronte ad una platea, composta da **giornalisti**.

1. Contenuti



Quando organizzerai la conferenza stampa ti troverai di fronte a **giornalisti** che avrai convocato per conoscere le novità riguardo un personaggio pubblico, un'azienda o un argomento. Di conseguenza dovrai accontentare la loro curiosità. I contenuti che andrai a preparare dovranno rispettare le aspettative del pubblico presente. I giornalisti non vogliono giri di parole, ma contenuti concreti.

2. Pubblico



Le conferenze stampa sono dirette ai giornalisti. Ma quali? **Sceglili in base all'argomento** che verrà trattato durante la tua conferenza stampa. In taluni casi possono essere di due settori: economia e cultura. Se la notizia da dare è quella di una consistente sponsorizzazione culturale, ovvio che bisogna invitare giornalisti di economia e anche della cultura.

3. Location



Location in un **luogo centrale e facilmente raggiungibile**.

La sala deve disporre di alcuni accessori specifici: • è indispensabile che disponga di almeno un **microfono** e sistema di amplificazione audio, ancor meglio se c'è il **videoproiettore**. In questo caso il relatore potrà presentare la notizia anche attraverso grafici e slide.

4. Gestione

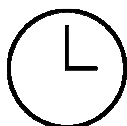


La conferenza stampa ha una struttura standard di **2 fasi**.

La prima è il momento della **relazione**, ossia la presentazione della notizia da parte di uno o più relatori. Naturalmente l'intervento deve essere **chiaro e conciso**. Il relatore non dovrà perdersi in particolari ma nemmeno essere troppo stringato. Il suo obiettivo, oltre che informare, è quello di stuzzicare la curiosità dei giornalisti presenti e per migliorare ulteriormente la relazione può utilizzare tabelle, grafici o presentazioni efficaci.

Finita la presentazione, rimarrà l'ultima fase, ossia lo spazio per le domande dei giornalisti.

5. Data e Orario



In genere le conferenze stampa si organizzano in **orari lavorativi**, quindi evita i week end e le ore serali. Per tradizione, le conferenze stampa si organizzano nella tarda mattinata **tra le 10,30 e le 12, ideale le 11**.

Questo permette ai giornalisti di testate cartacee di raccogliere le informazioni necessarie su cui verranno scritti gli articoli durante il pomeriggio; i telegiornalisti invece possono fare l'edizione del TG di mezzogiornata con le notizie fresche della giornata.

6. Inviti



Inviare gli inviti via Internet e anche scritti. La domanda a questo punto è: a chi inviarli?

Puoi scegliere di mandare una busta al **caporedattore del giornale**; altrimenti ai **giornalisti specializzati** nel tema che verrà trattato durante la conferenza stampa che vuoi organizzare. L'invito dovrebbe essere **a risposta diretta**, quindi contenere un numero di telefono o un indirizzo email per contattarti, confermare la presenza. In ogni caso, anche se il giornalista non ti contatterà, telefonagli per sollecitare la sua presenza, naturalmente senza essere invasivo e indiscreto. Molti preferiscono utilizzare la posta elettronica o addirittura gli SMS, ma io credo che **il telefono** sia ancora il mezzo migliore per raccogliere le adesioni.

Infatti è un mezzo più personale, che permette di parlare direttamente con la persona interessata facendogli capire che c'è un contatto umano dietro la cornetta. Inoltre, è certamente **più professionale** di un semplice messaggio scritto.

7. Foglio di presenza



Raccogliere prima della conferenza stampa i dati dei giornalisti presenti.

8. Cartella stampa



La ciliegina sulla torta è preparare una **cartella contenente comunicati stampa, brochure, materiali multimediali correlati alla notizia divulgata** durante la conferenza stampa. Questo permetterà ai giornalisti di avere a disposizione più materiale su cui lavorare, aiutandoli a produrre articoli corposi e interessanti in modo più semplice e veloce.

Insieme alla cartella stampa, in taluni casi, un regalo, eticamente non impegnativo, può essere accattivante.