

L'UFFICIO STAMPA PER IL NON PROFIT

REGOLE E CONSIGLI PRATICI

Delicatezza, attualità e incisività, abbondante chiarezza e un pizzico di storytelling. Non esistono ricette standardizzate per una buona comunicazione nel settore non profit, alcuni “ingredienti”, però, sono irrinunciabili e saperli armonizzare può fare la differenza. Il webinar ha l'obiettivo di offrire un breviario di regole e consigli pratici per raccontare bene il Bene.



UFFICIO STAMPA

L'IMPORTANZA DELL'UFFICIO STAMPA

L'ufficio stampa non è un lusso, ma una **necessità primaria**:

non comunicare o comunicare in maniera sbagliata non solo sottrae al mondo delle onp preziosa visibilità, ma può comportare danni molto seri **alla reputazione e all'immagine**.



A word cloud featuring several Italian terms related to public relations and communication. The words are arranged in a cluster with varying colors and orientations. The most prominent words are 'parole' in large red letters, 'notizie' in large blue letters, and 'relazione' in large green letters. Other visible words include 'consenso' (purple), 'creatività' (pink), 'cerniera' (yellow), and 'alchimia' (light blue). The word 'partecipazione' is written vertically in purple on the left side of the cluster.

L'IMPORTANZA DELL'UFFICIO STAMPA

«Sembra così banale, ma nelle relazioni si deve comunicare...»



Funzioni Generali

- Potenziamento **visibilità**
- Tutela **immagine**
- Miglioramento **reputazione**



Obiettivi Specifici

- Aumentare la **notorietà** della causa sociale e diffondere i valori della onp
- Creare/potenziare **brand awareness**
- **Interagire** con stakeholder e **coinvolgere** donatori attivi e potenziali

Le AZIONI quotidiane dell'addetto stampa

- Creare «notiziabilità» intorno all'organizzazione non profit e promuovere attività/eventi rilevanti
- Controllare la correttezza delle informazioni divulgate e intervenire in caso di inesattezze
- Creare relazioni continuative con i giornalisti



UFFICIO STAMPA: modello operativo

Un percorso in tre tappe



UFFICIO STAMPA: impostazione lavoro

**Stabilire con chiarezza e
precisione**

```
graph TD; A[Stabilire con chiarezza e precisione] --> B[Cosa comunicare]; A --> C[A chi comunicarlo]; A --> D[Come comunicarlo];
```

**Cosa
comunicare**

**A chi
comunicarlo**

**Come
comunicarlo**

UFFICIO STAMPA: cosa comunicare



Cosa comunicare

**Ufficio stampa
istituzionale**

**Ufficio stampa
prodotto/
fundraising**

COSA COMUNICARE: Ufficio stampa prodotto

Promozione prodotti solidali per massimizzare la raccolta fondi

- Foto dei prodotti
- Info di servizio: donazione minima, come/dove prenotare ...
- Obiettivo raccolta fondi
- Eventuali campioni da inviare ai giornalisti (in particolare per i prodotti food)



REGALI SOLIDALI

Cucinare bene

Feste buone

NATALE È UN'OTTIMA OCCASIONE
PER COMINCIARE A PENSARE AGLI ALTRI:
BASTA UN PICCOLO GESTO E SI PUÒ CAMBIARE IL MONDO.

L'OLIO CHE FA BENE
Acquistando l'Olio Buono di Apurimac, ottimo extravergine di oliva della Murgia pugliese, si contribuisce a dare assistenza sanitaria alle comunità dei villaggi più sperduti del Perù. **Apurimac Ets** è un'organizzazione non profit che si occupa da molti anni di diritti e inclusione sociale nelle periferie del mondo. Informazioni e acquisti su www.apurimac.it.

DONARE UN PASTO CALDO
Antoniano in collaborazione con **Alce Nero** propone "Buono come il pane", un cofanetto gastronomico, il cui ricavato sostiene le attività di Antoniano, in particolare la mensa francescana "Padre Ernesto" di Bologna. Per informazioni, www.antoniano.it e www.alcenero.com.

SOSTENERE UNA CASA ACCOGLIENZA
Pandori e panettoni di alta pasticceria, ma anche tè e infusi, sono i regali natalizi proposti da **CasAmica Onlus**, che si occupa di alloggiare persone costrette ad allontanarsi da casa per curarsi e chi deve assisterle. Le case accoglienza in Italia sono al momento 6, tutte nei pressi di grandi ospedali. Informazioni su www.casamica.it.

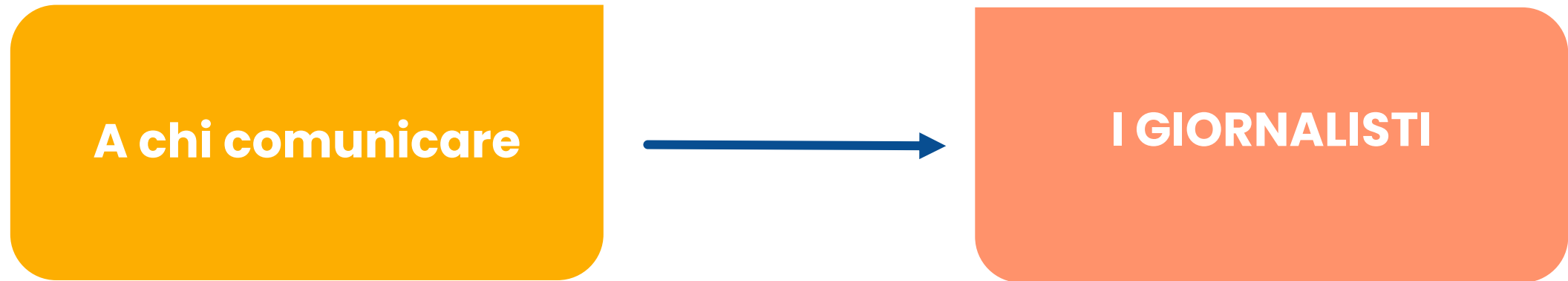
COSA COMUNICARE: ufficio stampa istituzionale

Cosa Comunicare → Contenuti “notiziabili”

- Contenuti utili
- Contenuti «empatizzanti»
- Contenuti educativi
- Contenuti nuovi e di valore

- Dati e ricerche
- Storie e testimonianze
- Specifici eventi/progetti
- Dichiarazioni su un tema in agenda media

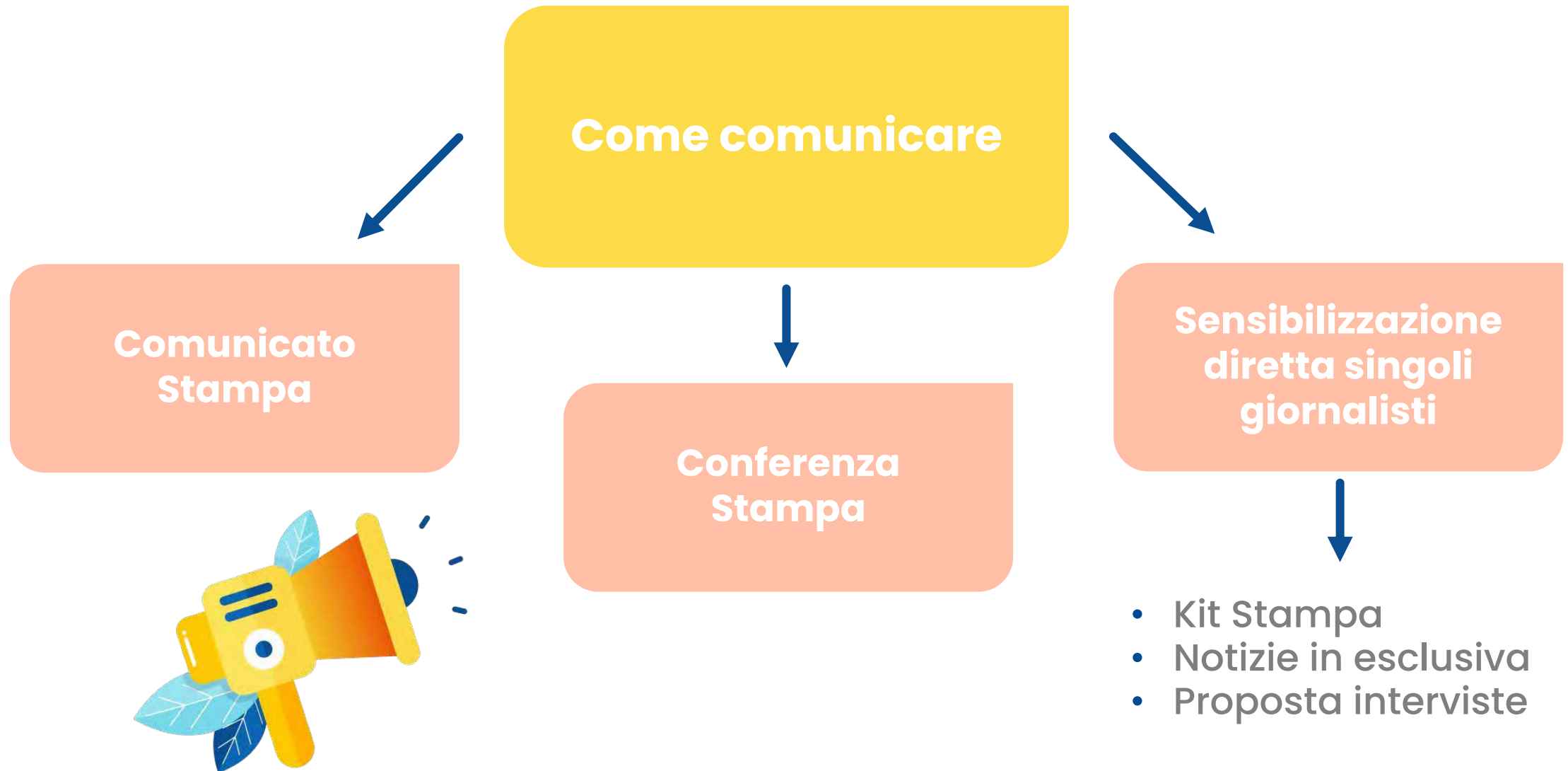
A CHI COMUNICARE: la relazione con i giornalisti



COME RAPPORTARSI CON LA STAMPA

- Avere una buona e dettagliata mailing-list
- Selezionare con attenzione i giornalisti da contattare per ogni singola iniziativa da promuovere
- Coltivare rapporti diretti con i giornalisti

UFFICIO STAMPA: come comunicare



COME COMUNICARE: il comunicato stampa

LA COSTRUZIONE DEL COMUNICATO STAMPA

- Individuare l'elemento più notiziabile e inserirlo nell'incipit
- Realizzare un titolo secco, sintetico e ingaggiante
- Inserire sempre il sommario che sintetizza i punti salienti del comunicato
- Sviluppare il testo con paragrafi autonomi con **importanza decrescente e approfondimento crescente**, in modo da agevolare eventuali tagli da parte dei giornalisti
- Puntare su chiarezza, completezza e trasparenza:
 - Non dare mai nulla per scontato
 - Segnalare con precisione le qualifiche delle persone citate
 - Esplicitare con precisione gli indirizzi di eventuali location
 - Indicare un contatto per richieste di chiarimenti o approfondimenti

IL COMUNICATO STAMPA: gli errori

Gli errori da evitare

- Notizia assente o nascosta
- Informazione incomplete o poco chiare
- Testi troppo articolati o di difficile lettura



UFFICIO STAMPA: case-history Operation Smile



UFFICIO STAMPA: case-history Antoniano



la Repubblica.it

Mense Francescane, aumenta il numero delle famiglie che chiedono aiuto: effetti della post-pandemia



Il progetto solidale Operazione Pane è il cuore pulsante dello "Zecchino d'Oro" e ha nel Coro dell'Antoniano il suo primo portavoce

di ANSA e L'Espresso

ROMA - Tra le famiglie sostenute nel 2020 dalle mense francescane di "Operazione Pane" una su tre ha chiesto aiuto per la prima volta in seguito ai disagi economici provocati dall'emergenza. Tanti genitori in difficoltà con la spesa e con il pagamento delle bollette e dell'affitto. Settimana di sensibilizzazione con Rai per il Sociale.

«L'emergenza Covid-19 sta mettendo in difficoltà tante famiglie, anche con bambini molto piccoli. Sono centinaia le mamme e i papà che in questo difficile anno si sono improvvisamente trovati a chiedere aiuto alle mense francescane per poter crescere i loro figli». A renderlo noto è il direttore dell'Antoniano Fr. Giampaolo Cavalli, che lancia un appello: «Le persone che hanno bisogno di aiuto non possono essere lasciate sole».

Riduzioni del reddito e disoccupazione. Tra le 700 famiglie aiutate nel 2020 dalle 13 mense francescane italiane del progetto "Operazione Pane" dell'Antoniano, una su tre ha chiesto aiuto per la prima volta in seguito ai disagi economici provocati dall'emergenza Covid-19. La pandemia, infatti, non solo ha peggiorato la condizione di chi già viveva nel disagio, ma ha anche messo in difficoltà tanti genitori che, a causa

Una Svezia per tutti i italiani lontani da casa

IL GIORNO
Lecco Como



BUONE NOTIZIE
L'IMPRESA DEL BENE

© CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS 2005

Una ricerca del Censis realizzata per conto di **Eni** e **Eni** ha analizzato i flussi di dieci anni (La migrazione continua a crescere. La risposta del non profit è tra i paesi latini sono insufficienti)

© 2004 Blackwell Publishing Ltd *Journal of Internal Medicine* 255: 103–110

I numeri dell'accoglienza

Tra più paesi, insieme chiamati "grande Europa", il viaggio è più o meno semplice per quasi tutti. Da qui partono gli itinerari europei del sole, della neve, della cultura, della gastronomia, delle vacanze importanti per il malfermo. A loro, il bambino pensa solo: "voglio del mio zio", con la re-

Attilio Monti è un diplomatico romano che passa la quasi totalità della sua esistenza in ambasciate. Ma a una ambasciata non è mai riuscito di arrivare. La carriera è stata interrotta da una malattia. La sindrome di Alzheimer che, dopo alcuni anni, lo ha costretto, come tanti altri, a lasciare il lavoro. La sindrome di Alzheimer che, dopo alcuni anni, lo ha costretto, come tanti altri, a lasciare il lavoro. La sindrome di Alzheimer che, dopo alcuni anni, lo ha costretto, come tanti altri, a lasciare il lavoro.



BUONENOTIZIE
L'IMPRESA DEL BEN

[illegible]

Nel 1992, l'anno ha avuto le sue luci e le sue tenebre. La prima e la più grande luce è stata la vittoria del sì al referendum sulla riforma della Costituzione. La più grande tenebra è stata la morte di Roberto Calvi, il più grande leader del mondo cattolico. Ma ci sono state anche molte altre luci e tenebre. La più grande luce è stata la vittoria della Lega Nord alle elezioni regionali. La più grande tenebra è stata la morte di Roberto Calvi, il più grande leader del mondo cattolico. Ma ci sono state anche molte altre luci e tenebre. La più grande luce è stata la vittoria della Lega Nord alle elezioni regionali. La più grande tenebra è stata la morte di Roberto Calvi, il più grande leader del mondo cattolico.

Incontrare dei formai, non difficili da Milano, Casaleggio (Carnaro, 1981) e altri Camosci e Chioschi? E Roma, Special Food di Forte e Fiorini, 2 Bologna. «Per ogni arroccatura c'è un po' di vita del pastore», indica il viaggiatore. E lui? Tanto, racconta, se piace una foto, niente, altrimenti? L'esperto di foto indica, beninteso in Puglia, la via di viale Speranza (una foto a mezzogiorno) e indica la via di viale Speranza (una foto a mezzogiorno) e indica la via di viale Speranza (una foto a mezzogiorno).

[illegible]

Let distance measured in meters



Comments: The little orange-brown bird. Similar to the male of the same species but with a more extensive white throat. The species is found in the same habitats as the male.

70

Se vogliono il
numero del
gioco, molti
controlli e
trasferimenti dei
fondi più rapidi
del West, per
affrontare
l'alta stagione.

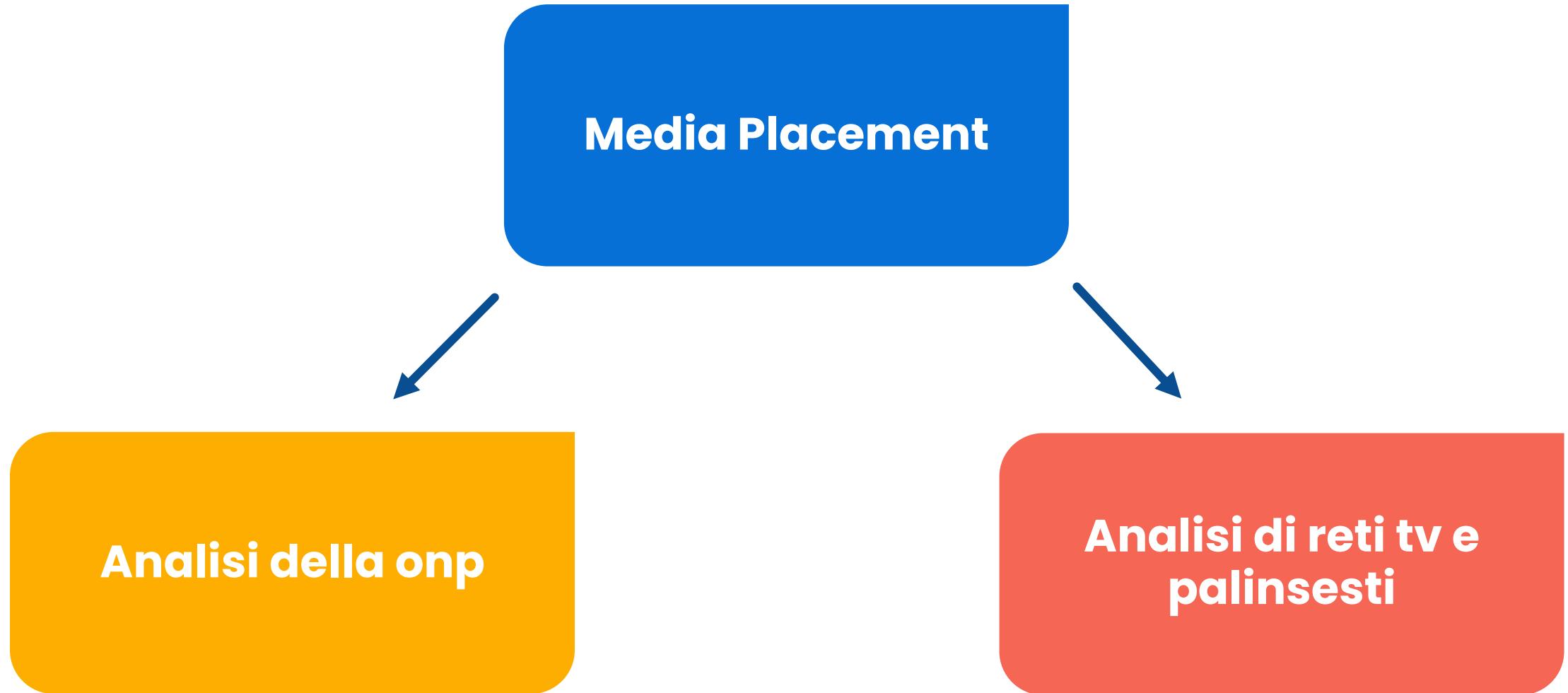


UFFICIO STAMPA: case-history ActionAid



MEDIA PLACEMENT

MEDIA PLACEMENT: attività preliminari



MEDIA PLACEMENT: analisi onp e palinsesti

Contenuti più adatti per la tv

- Visite in strutture di aiuto e accoglienza legate alla onp
- Storie – testimonianze che generino emozioni
- Interviste a Testimonial del mondo dello spettacolo
- Interviste a esperti e figure di spicco a livello scientifico

Selezione delle trasmissioni

- Telegiornali
- Programmi di approfondimento giornalistico
- Contenitori



MEDIA PLACEMENT: definizione referenti

Referenti

TELEGIORNALI

Caporedattori
Caposervizio

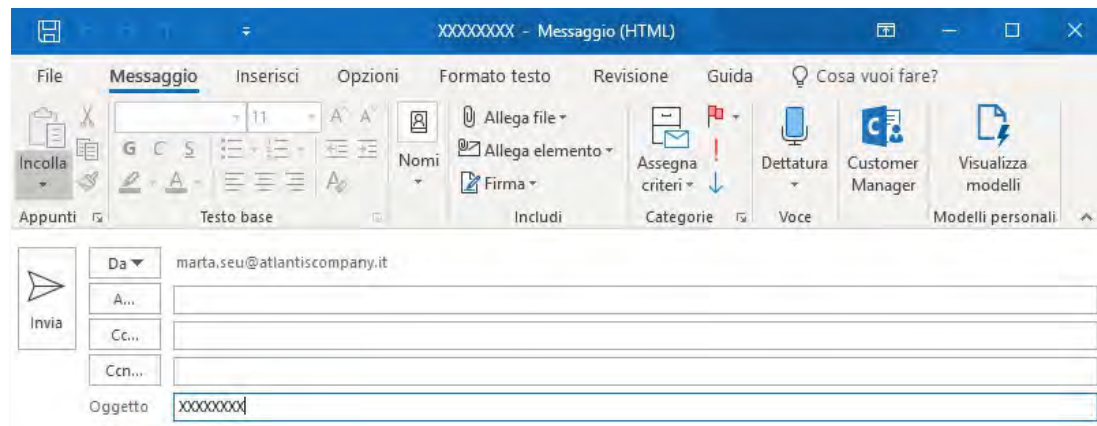
PROGRAMMI

Curatore
Autori



MEDIA PLACEMENT: la relazione con i referenti

Mail dettagliata



OGGETTO



Recall



MEDIA PLACEMENT: organizzazione di un servizio

Step organizzazione di un servizio



Calendarizzazione servizio



Individuazione, coordinamento e brief con gli intervistati



Raccolta delle liberatorie



Esplicitazione di eventuali luoghi/persone coperte da riservatezza



Individuazione e invio materiale aggiuntivo richiesto



Disponibilità per la stesura della scaletta di studio

MEDIA PLACEMENT: case-history Antoniano



MEDIA PLACEMENT: case-history Cesvi



MEDIA PLACEMENT: case-history CasAmica



TEAM di progetto



ALESSIA DE RUBEIS
Responsabile
Communication Area



MARTA SEU
Press & Media
Manager



MARIA CHIARA ZILLI
Press & Media
Manager



ROBERTA D'URSO
Press Officer



FEDERICA GIOVANNETTI
Press Officer



VALERIA LONGONI
Press Officer



MARTINA RIPAMONTI
Celebrity Specialist



ANNA LONGHINI
Press Officer

Contattaci



+39 02 36752960



info@atlantiscompany.it



[atlantisnonprofit](https://www.facebook.com/atlantisnonprofit)



[Atlantis Company](https://www.linkedin.com/company/atlantiscompany)



www.atlantiscompany.it

Diamo energia alla solidarietà



Atlantis Company Srl

Via Camillo F. Aprile, 5 – 20124, Milano – Italia

P. Iva 08885760960

