



PN24 Comunicazione - Giornalismo & Giornali. Quanto c'è da fidarsi di un comunicato stampa?

Roma - 04 lug 2023 (Prima Notizia 24) Nel corso del mese di aprile di quest'anno, 2023, L'Eco della Stampa e Mediaddress hanno condotto un sondaggio su un campione di giornalisti italiani, selezionati tra quelli recensiti Mediaddress, al fine di indagare lo stato della relazione tra giornalisti e uffici stampa. Ne viene fuori uno spaccato di grande interesse.

“Lo scopo di questa ricerca – afferma Osvaldo Mazza, Fondatore di Mediaddress – è scoprire come i giornalisti recepiscano le attività di comunicazione degli uffici stampa, cercando così di comprendere cosa funzioni e cosa no, nell’ottica di permettere agli Uffici Stampa di trovare nuove soluzioni che rendano la comunicazione reciproca più efficace. Per questo siamo al lavoro per fare di Windpress il più grande e moderno aggregatore di comunicati stampa e informazioni per i giornalisti”. Chi l'avrebbe mai immaginato che prima o poi il classico “comunicato stampa” che di solito arriva in ogni redazione in ogni momento della giornata, sarebbe diventato oggetto di analisi sociologica? Studiato, analizzato, vivisezionato, come se fosse tema di una vera e propria tesi di laurea. Oggi grazie ad un sondaggio che ha riguardato oltre 400 giornalisti italiani, dunque un target molto interessante, ne sappiamo di più. La conclusione del sondaggio non lascia dubbi sul ruolo e sull'importanza che nel mondo della comunicazione ha oggi i “comunicati Stampa”, che rimangono uno strumento fondamentale per i giornalisti, che continuano a consultarli “nonostante 4 comunicati su 5 si rivelino poco a fuoco o incompleti e finiscano spesso nel cestino”. Dalla parte dei giornalisti emerge invece la “necessità di nuovi strumenti capaci di aggregare e selezionare facilmente i comunicati stampa per risparmiare tempo e non perdere le notizie”. Naturalmente non si può prescindere- spiega il sondaggio- dal fatto che gli uffici stampa debbano essere più preparati “a capire meglio le esigenze dei giornalisti e cercare di raggiungere tutti e solo quelli interessati con un comunicato che risulti utile e completo”. Come si è arrivati a questa conclusione? L'Eco della Stampa e Mediaddress hanno chiesto ad una platea di giornalisti italiani di rispondere ad una serie di domande-chiave e sulle risposte ricevute gli analisti del gruppo hanno tratto le conclusioni finali. Qualche esempio sulle domande proposte, per capire meglio: “Ritieni i social media uno strumento utile per ricevere comunicati stampa dalle aziende/enti? Quali social media utilizzi abitualmente? Come preferisci essere contattato da un ufficio stampa? Quanto sarebbe interessante poter avere a disposizione una piattaforma dove trovare tutti i press kit delle aziende/enti? Prenderesti in considerazione un sistema che organizza per te i comunicati stampa secondo i tuoi interessi?” Queste invece le domande-chiave: “Pensa alle notizie che ricevi dagli uffici stampa. Quanto le reputi esaustive / attendibili / utili? Sarebbe interessante per te avere accesso ai contatti di altri giornalisti nelle varie redazioni? Cosa ti è utile ricevere a

corredo del comunicato stampa? Prenderesti in considerazione un sistema che organizza per te i comunicati stampa secondo i tuoi interessi? In generale quanto ritieni utile una conferenza stampa? Ma il sondaggio cerca di capire meglio e in maniera più approfondita le necessità di chi oggi fa comunicazione vera, e lo fa con questi altri interrogativi: “Quanto sarebbe interessante per te avere accesso ad un database con tutti i capi uffici stampa e i loro contatti? Quanto sarebbe utile per te metterti in contatto con l’ufficio stampa di un’azienda? Se pensi ai comunicati che non hai letto, quali sono le principali motivazioni?” In Italia il sondaggio è stato condotto su un campione selezionato di giornalisti, scelti tra i più di 30.000 presenti nel database di Mediaddress. Le interviste si sono svolte nel mese di aprile 2023 e hanno coinvolto oltre 400 giornalisti, con un totale di oltre 15.000 risposte raccolte ed esaminate. “L’interesse da parte dei giornalisti a partecipare alla survey testimonia la necessità di uno studio continuativo volto ad indagare una relazione così complessa, strategica e in costante divenire come è quella tra chi comunica per conto dei brand e chi poi scrive le notizie – dichiara Pietro Biglia, Marketing Manager de L’Eco della Stampa- In questo L’Eco della Stampa è lieta di affiancare Mediaddress in progetti che aiutino i due mondi ad incontrarsi sempre di più, capirsi e valorizzarsi a vicenda” Partiamo dalla centralità del comunicato stampa. Il comunicato stampa rimane una fonte imprescindibile per i giornalisti. 89,6% dei giornalisti intervistati dichiara di utilizzarli come fonte per scrivere un articolo e di considerare i comunicati stampa attendibili (82,2%). Rispetto al “fiume di comunicati stampa” che ogni giorno arrivano nelle nostre redazioni il sondaggio ci dice anche che “Per quanto necessari e cercati, emerge che i comunicati stampa che ogni giornalista riceve quotidianamente sono spesso troppi da gestire. Più del 90% riceve ogni giorno oltre 10 comunicati stampa e oltre il 40% più di 50”. Ma è vero che 4 su 5 finiscono nel cestino? Assolutamente sì, e questo dovrebbe portare ad una riflessione più generale della corporazione. Dei comunicati stampa che finiscono nel cestino dopo una rapida lettura (anche del solo titolo), 4 su 5 infatti – spiega il sondaggio- “non corrispondono agli argomenti trattati dal giornalista . La maggioranza dei giornalisti dichiara di leggere la maggior parte dei comunicati stampa che riceve, spesso scoprendo che non sono di suo interesse (83%) o non sono utili al suo lavoro (52%)”. C’è però anche un problema di completezza e qualità del comunicato stampa,” che è ritenuto molto esaustivo solo dal 6% degli intervistati. La presenza di foto e dei contatti diretti dell’ufficio stampa sono considerate le principali discriminanti oltre alla qualità del testo stesso”. Un tema a parte sono le conferenze stampa, che vengono ancora frequentate regolarmente dal 90% degli intervistati (metà dei quali lo fa spesso) e che rimangono per oltre 3 giornalisti su 4 utili occasioni di incontro e networking. Altra novità peculiare della ricerca riguarda gli strumenti di lavoro. Pensate che circa il 75% degli intervistati dichiara di essere interessato ad uno strumento che permetta di aggregare tutti i comunicati stampa e di poterli organizzare secondo i propri interessi, anche se meno di 1 su 5 dichiara di aver utilizzato aggregatori in passato “Lo strumento ideale dovrebbe comprendere un calendario delle conferenze stampa, i press kit aziendali ed un database dei contatti dei capi uffici stampa di enti, aziende e istituzioni. 24,3% Certamente sì 50,5% Probabilmente sì 3,8% Certamente no 21,3% Probabilmente no: Veniamo ora ai contatti più utili per chi fa oggi di mestiere il comunicatore. Secondo la ricerca in questione, “L’email rimane lo strumento principe per essere contattati (scelto da più del 95%). Il

telefono invece è un mezzo necessario ma poco amato. I social media non sono considerati uno strumento di contatto o utile per ricevere i comunicati stampa. E i due terzi dei giornalisti intervistati dichiara di essere interessato a poter contattare altri colleghi avendo accesso ad un servizio come Mediaddress, gratuito per i giornalisti registrati ad Area Giornalisti. Morale della favola, non si finisce mai di imparare e di capire da che parte va il mondo della comunicazione e del giornalismo moderno. Questo report ci aiuta a farlo ancora di più.

di Pino Nano Martedì 04 Luglio 2023