

La parola ai giornalisti

Meglio le newsroom dei comunicati stampa

Se fossero più diffuse e meglio sviluppate, le newsroom on line sarebbero uno strumento più utile del classico comunicato stampa. Lo dice un campione di giornalisti di testate nazionali e locali intervistati da Spazio RP, in una ricerca che ha fatto luce sullo stato dell'arte delle sale stampa on line in Italia.

Più diffuse, più ricche, meglio organizzate: così dovrebbero essere le newroom on line dei siti istituzionali e aziendali, almeno secondo i giornalisti intervistati da Spazio RP. Le sale stampa on line potrebbero davvero rappresentare uno strumento di lavoro veloce e accurato, in grado di soppiantare il classico comunicato stampa, soprattutto quando si tratta di reperire informazioni approfondite su aziende ed enti pubblici. Per quanto riguarda la diffusione, i giornalisti lamentano uno scarso utilizzo delle newsroom da parte delle aziende (a parte le società quotate in Borsa, che però si limitano a utilizzarle per divulgare i dati finanziari necessari per legge) e dei Ministeri, che prediligono le rassegne stampa, mentre molto più attive in questo senso sembrano essere le grandi agenzie che curano la comunicazione istituzionale di grandi realtà aziendali.

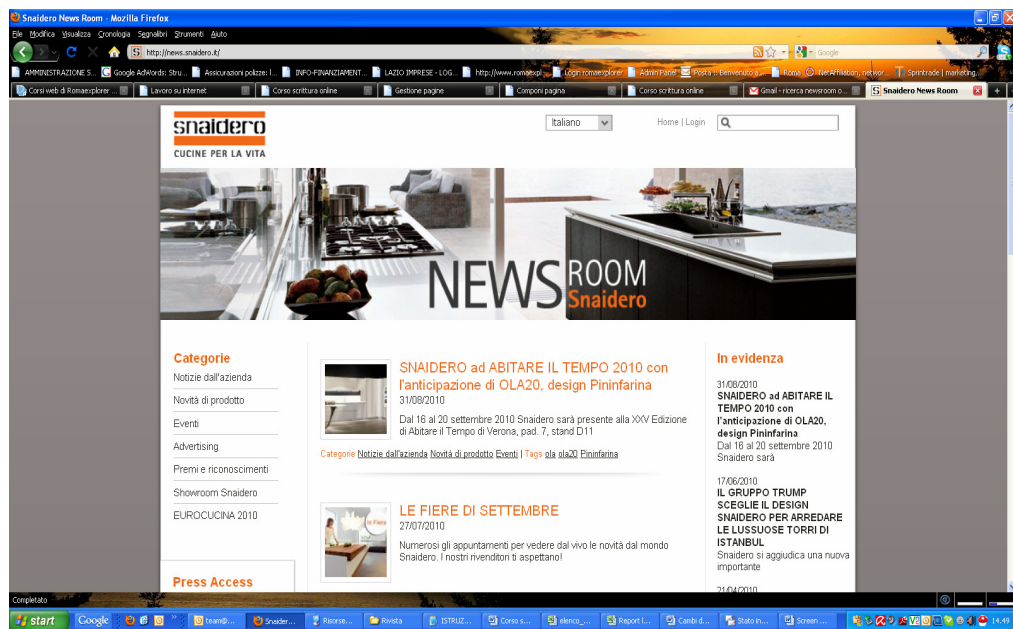
Al contrario i giornalisti affermano che gradirebbero maggiormente ricevere un semplice "alert", più semplice e immediato, e andare poi direttamente nella sezione del sito istituzionale dedicata alla newsroom per scaricare articoli, filmati e altre informazioni riguardanti la notizia ricercata, con la comodità di trovare, nello stesso spazio on line, anche tutte le altre notizie sull'azienda o sull'ente in questione. Per quanto riguarda i contenuti che una buona newsroom on line dovrebbe sempre fornire, i giornalisti hanno citato, nell'ordine:

- solo news importanti;
- immagini e broadcasting audio-video scaricabili;
- database dei vecchi articoli per ricerche;
- notizie organizzate per tema;
- form di accredito stampa per eventi;
- biografie dei manager;

Obiettivi e metodologia della ricerca Spazio RP

Obiettivi dell'indagine: le tecnologie cambiano il mondo dell'informazione e anche il modo di lavorare di chi fa giornalismo e comunicazione. Con questa ricerca volevamo indagare funzioni e diffusione di un preciso strumento a disposizione degli uffici stampa per migliorare il loro rapporto con i referenti dell'informazione: le sale stampa on-line. In particolare abbiamo cercato di capire come i giornalisti valutano questo strumento di comunicazione, quanto è importante per migliorare il loro lavoro e di conseguenza il loro rapporto con gli uffici stampa di aziende ed enti. Abbiamo provato a far luce, inoltre, con l'aiuto di chi le usa, su quello che è lo stato dell'arte in Italia per quanto riguarda questo strumento: sono abbastanza diffuse? E sono sufficientemente professionali?

Metodologia: indagine qualitativa tramite interviste a 12 giornalisti di testate sia nazionali che locali, sia generaliste che specializzate.



Ti piacerebbe scoprire cosa pensano giornalisti e opinion leader del tuo lavoro, della tua azienda, dei temi strategici per le tue campagne di comunicazione? Vieni a conoscere il servizio di analisi delle opinioni influenti di Spazio RP. Info su www.spazio-rp.it

Le newsroom più visitate sono quelle di enti e istituzioni, mentre quelle delle aziende sono quelle meno frequentate. Tuttavia, proprio la scarsa diffusione di questi preziosi strumenti di comunicazione influisce sulla frequenza con la quale i giornalisti visitano le newsroom: ciò avviene di solito su invito da parte dell'ufficio stampa che invia il comunicato, quasi sempre come integrazione delle informazioni contenute nel comunicato stesso piuttosto che come vera e propria segnalazione.

dati finanziari non solo per le aziende quotate; calendario eventi; form per richiedere informazioni specifiche o un'intervista al management; nomi, curriculum e contatti diretti dei responsabili ufficio stampa; links a blog aziendali e pagine dei social network. Il tutto organizzato con una grafica molto chiara, ma ricca quanto basta per dare la sensazione che quello spazio è dedicato a loro, è studiato per il loro lavoro. Gli uffici stampa sono avvertiti...

© Adriano Pizzarelli



Giù dalla torre



Telecom Italia
Si vede subito che la newsroom del sito corporate di Telecom Italia è disegnata per i giornalisti: notizie, appuntamenti, dati ... tutto quello che dovrebbe esserci.

Ministero dell'Economia
Molto istituzionale ma comunque ricca di materiali multimediali. Interessanti i dossier dell'ufficio stampa su specifiche tematiche.



Enel
Già mettere insieme giornalisti e investitori è un'occasione persa ... ci sono i comunicati, i dati finanziari ma nulla di più.

Ministero per i Beni Culturali
È fondamentalmente una ricca rassegna stampa. Poca attenzione alle esigenze dei giornalisti ... non sembra un vero strumento di lavoro.