

## Mezzi di comunicazione per le relazioni con i media

Contatti diretti (colloquio, e-mail)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consentono di costruire e curare i contatti con i giornalisti e i rappresentanti dei media</li> <li>- Aiutano a posizionarsi come persona di contatto e informatore</li> <li>- Riducono il pericolo di perdere i contenuti trasmessi nell'enorme fiume di informazioni</li> <li>- Mirano a raggiungere l'obiettivo di avvicinare i giornalisti con proposte, idee e contenuti concreti per un servizio mediatico</li> </ul>
Comunicati stampa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informano in forma sintetica e oggettiva su eventi, novità e risultati</li> <li>- Si prestano anche per la divulgazione di prese di posizione o pareri</li> </ul>
Conferenze stampa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sono adatte a creare un effetto di annuncio o di anticipazione (p. es. per un'inaugurazione) o a presentare qualcosa in loco</li> <li>- Sono opportune se si prevedono numerose richieste di informazioni complementari da parte dei media</li> <li>- Permettono di instaurare e di curare i contatti con gli operatori mediatici</li> <li>- Vengono spesso combinate con un comunicato e una cartella stampa</li> </ul>
Cartella/documentazione stampa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Forniscono informazioni (di approfondimento) che i giornalisti possono selezionare e rielaborare per adeguarle ai bisogni del pubblico</li> <li>- Possono essere utilizzate anche per altre misure di comunicazione (p. es. relazioni, presentazioni, schede informative)</li> </ul>
Eventi e viaggi per i giornalisti ( <i>press trip</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si prestano per trasmettere in modo particolarmente chiaro e comprensibile informazioni, risultati ed esperienze come pure per illustrare problematiche e possibilità di sviluppo sul posto, p. es. nell'ambito di una visita di progetto</li> <li>- Costituiscono per gli operatori mediatici un'opportunità per procurarsi materiale video e fotografico</li> </ul>
Articoli per giornali e riviste	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Possono essere pubblicati in riviste settoriali e specializzate, in certi casi anche in giornali locali e/o regionali</li> </ul>

*Sul sito di [regiosuisse](http://regiosuisse.ch) sono disponibili altri suggerimenti e supporti per la pianificazione e l'attuazione delle vostre attività di comunicazione di strategie, programmi e progetti di sviluppo regionale: [www.regiosuisse.ch/comunicazione](http://www.regiosuisse.ch/comunicazione).*