

Mediaddress | The Eye of Journalists on PR | Italy 2023

“Giornalisti e uffici stampa: una relazione complicata”



Mediaddress__

Media contact

Introduzione

Nel corso di aprile 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.

La survey ha riscosso grande interesse tra i giornalisti, raccogliendo oltre 15.000 risposte da quasi 400 giornalisti.

Dall'analisi delle risposte emergono spunti estremamente interessanti.

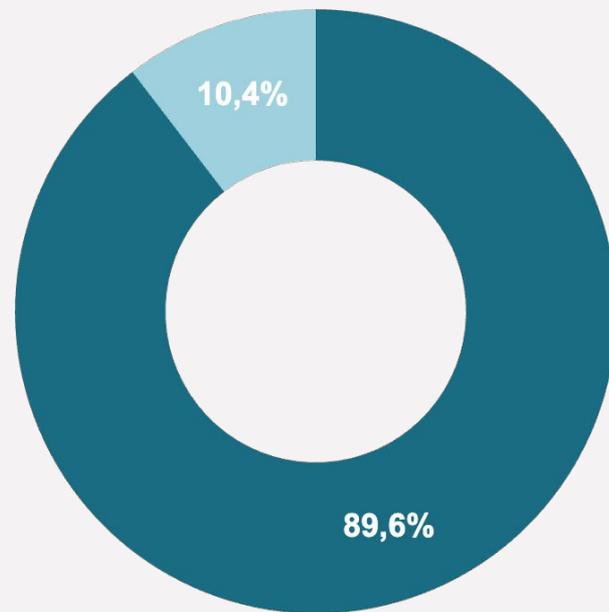
Siamo lieti di dividerli con te, convinti che possano contribuire a rendere ancora più efficace la collaborazione tra giornalisti e uffici stampa.

La 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%).

Ti capita di consultare comunicati stampa quando prepari un articolo o una ricerca?



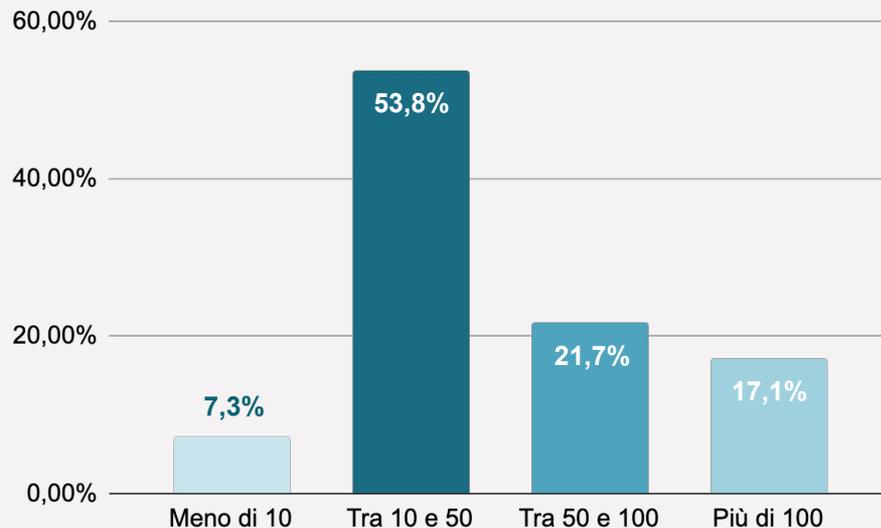
● Si ● No

Un fiume di comunicati stampa

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.

Mediamente quanti comunicati ricevi ogni giorno?

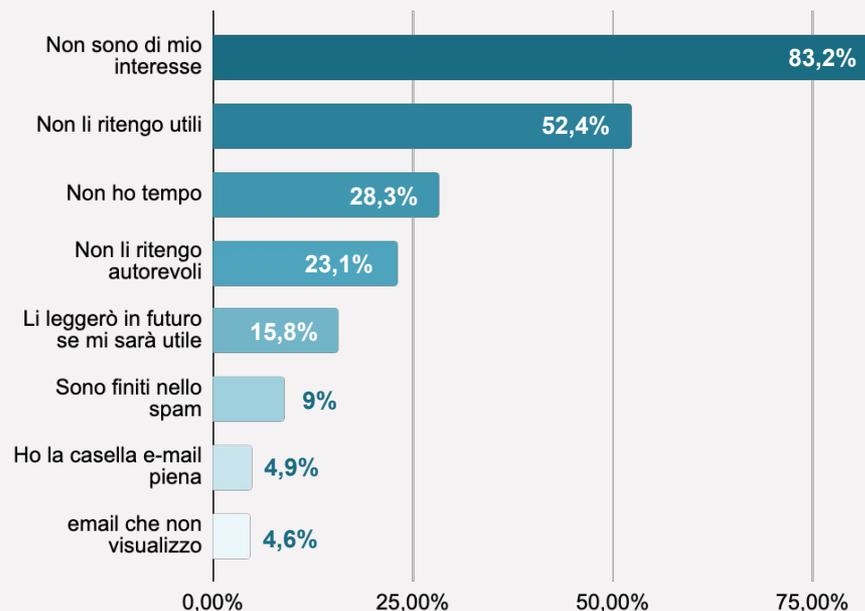


4 su 5 finiscono nel cestino

Dei comunicati stampa che finiscono nel cestino dopo una rapida lettura (anche del solo titolo), 4 su 5 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%)

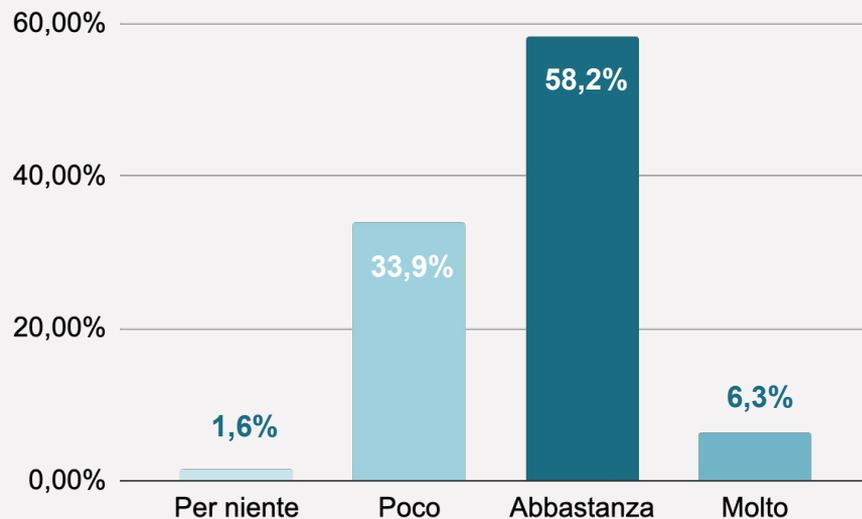
Se pensi ai comunicati che non hai letto, quali sono le principali motivazioni?



La qualità del comunicato

C'è un problema anche 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.

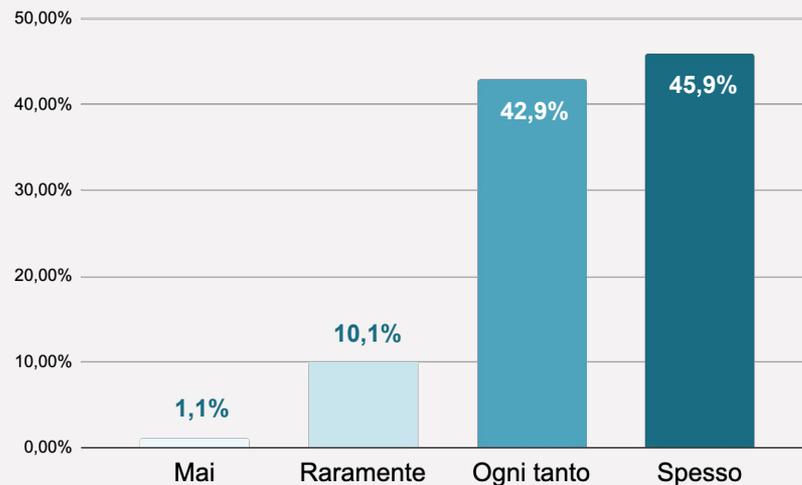
Pensa alle notizie che ricevi dagli uffici stampa.
Quanto le reperi esaurive?



La resilienza delle conferenze

Resistono 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.

Ti capita di partecipare a presentazioni o conferenze stampa?

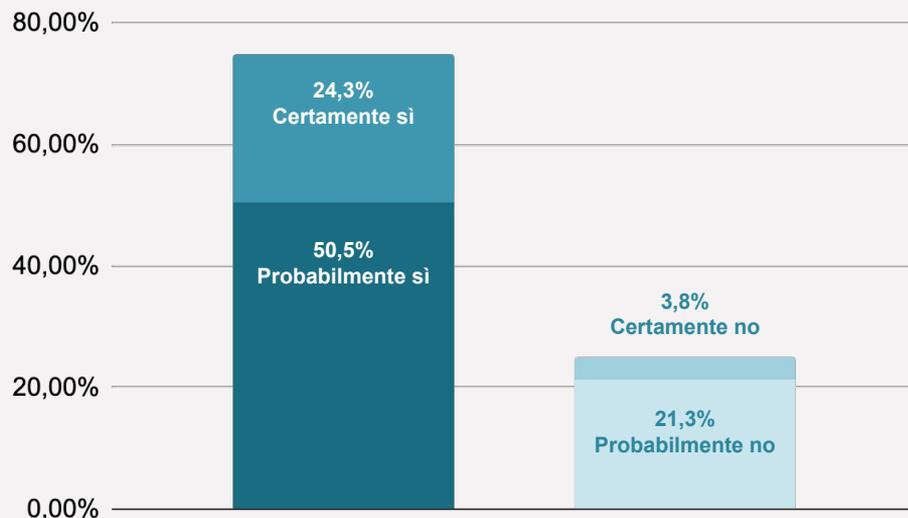


Interesse per aggregatori e digest di comunicati stampa

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.

Prenderesti in considerazione un sistema che organizza per te i comunicati stampa secondo i tuoi interessi?

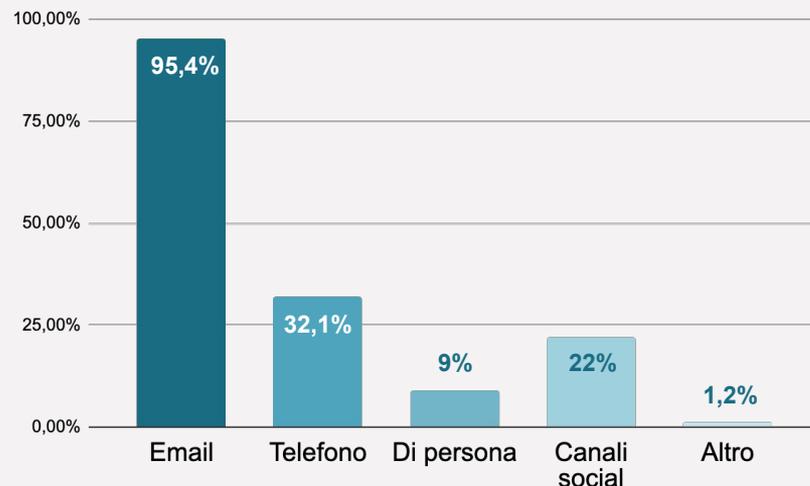


Contattatemi via email, no WhatsApp

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.

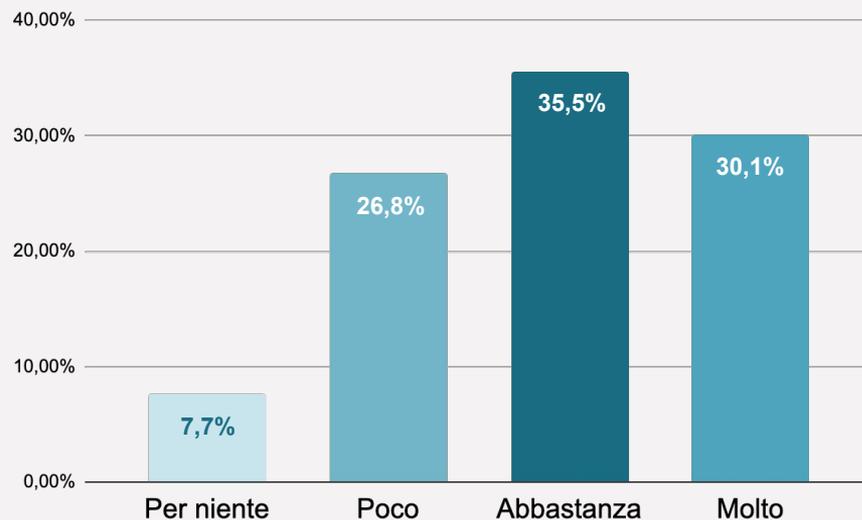
Come preferisci essere contattato da un ufficio stampa?



Confronto con altri giornalisti

$\frac{2}{3}$ 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).

Sarebbe interessante per te avere accesso ai contatti di altri giornalisti nelle varie redazioni?



Conclusioni

Il comunicato rimane 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.

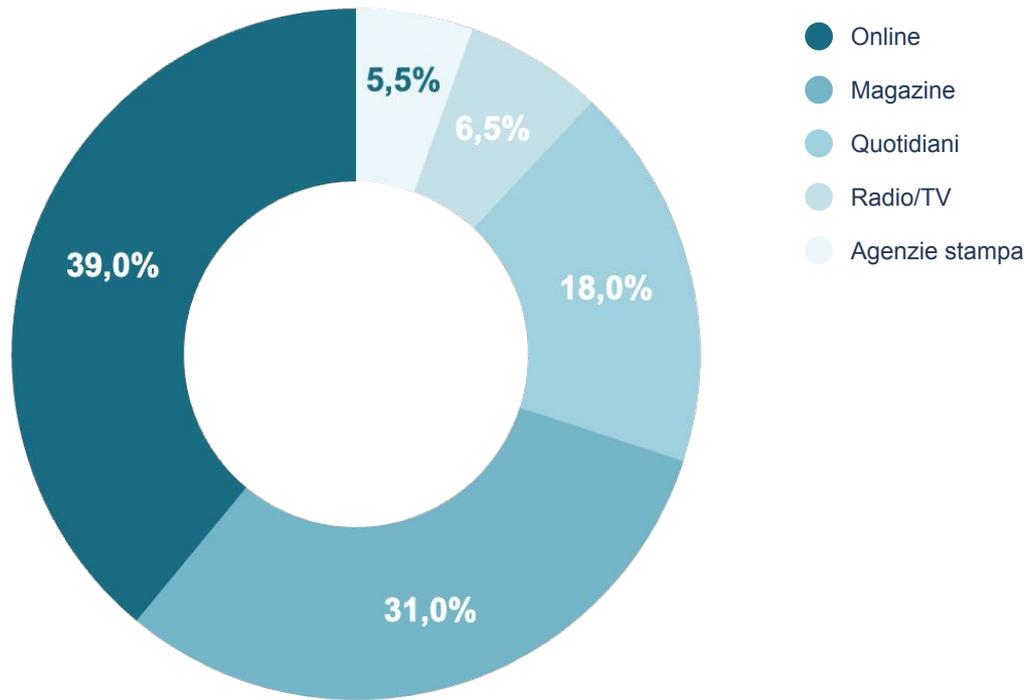
Lato giornalisti emerge la necessità di nuovi strumenti capaci di aggregare e selezionare facilmente i comunicati stampa per risparmiare tempo e non perdere le notizie.

Lato uffici stampa occorre capire meglio le esigenze dei giornalisti e cercare di raggiungere tutti e solo quelli interessati con un comunicato che risulti utile e completo.

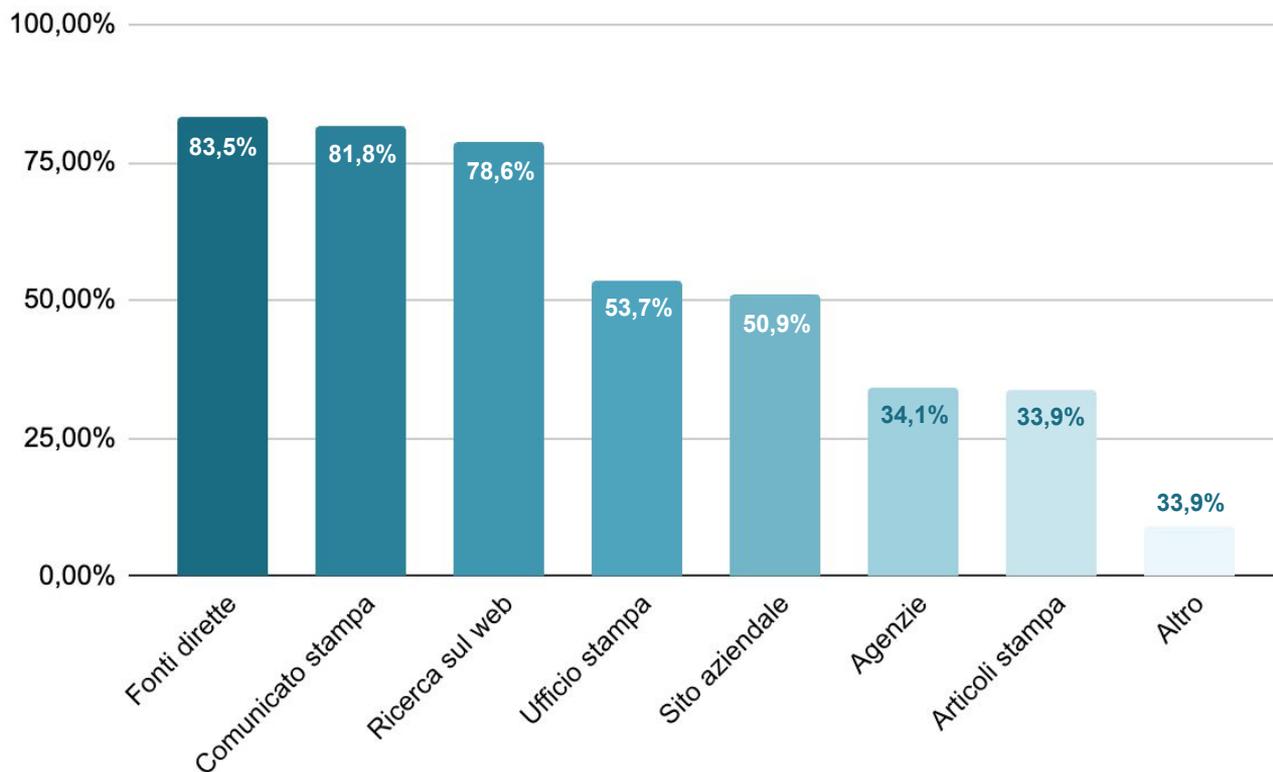


Le risposte al questionario

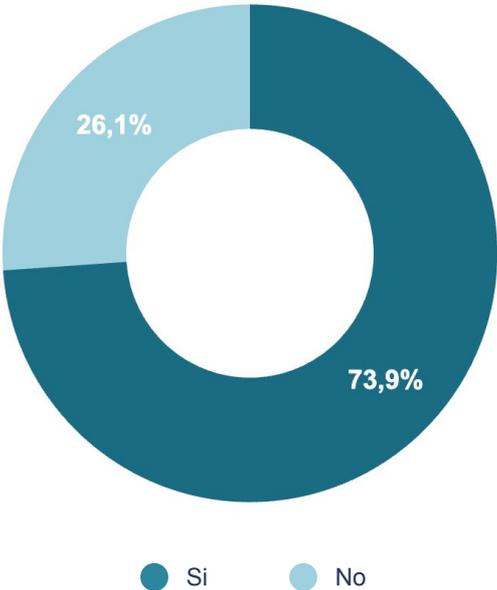
01. Per quale tipologia di media lavori?



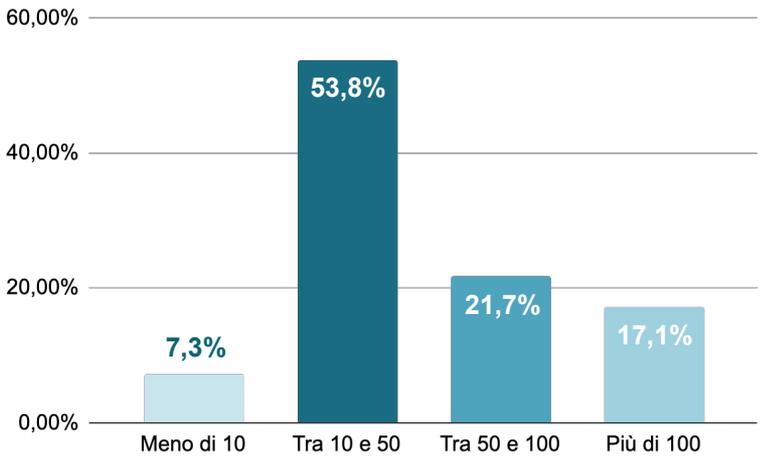
02. Pensa a quando scrivi i tuoi articoli, quali strumenti utilizzi come fonte di raccolta informazioni per scriverli?



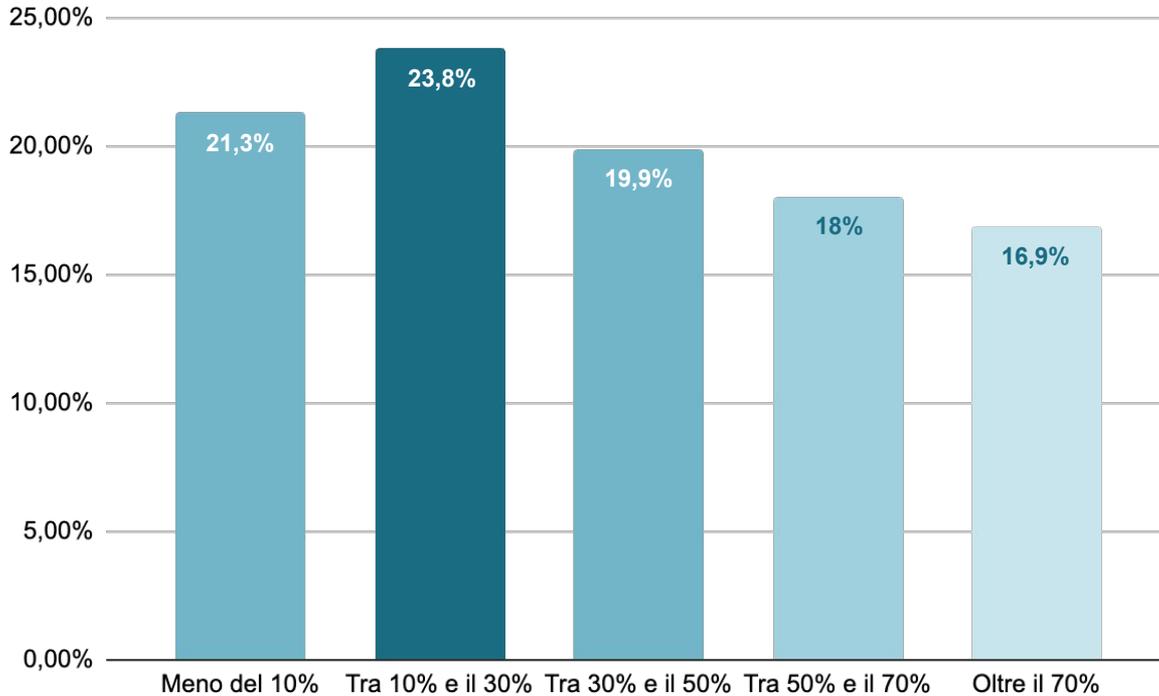
03. In base alla tua esperienza, ritieni i comunicati stampa delle fonti autorevoli?



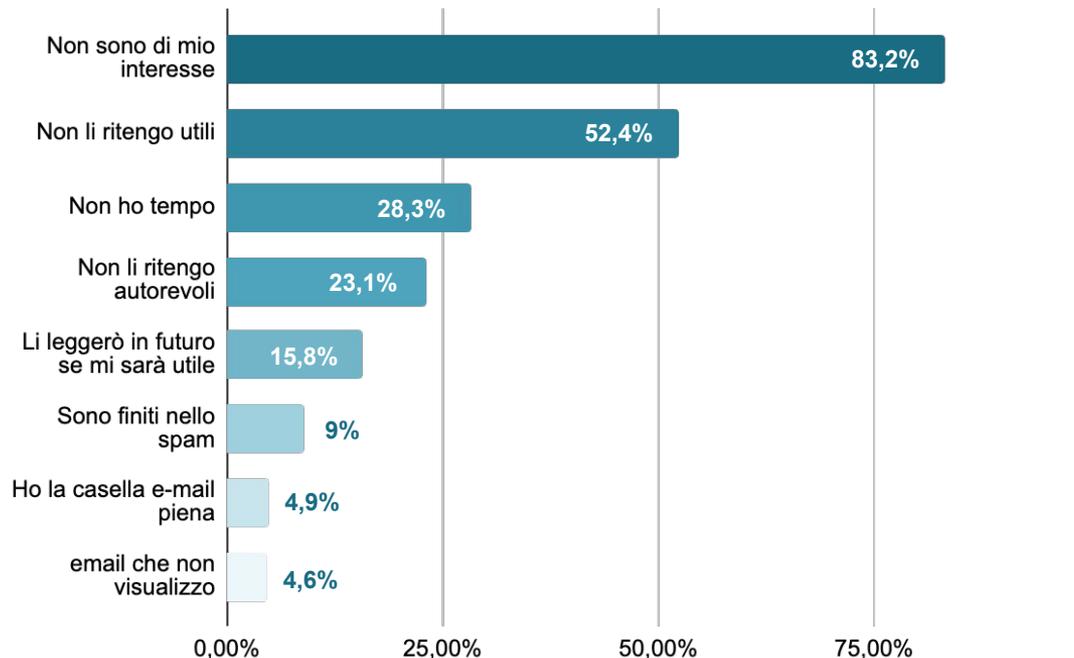
04. Mediamente quanti comunicati ricevi ogni giorno?



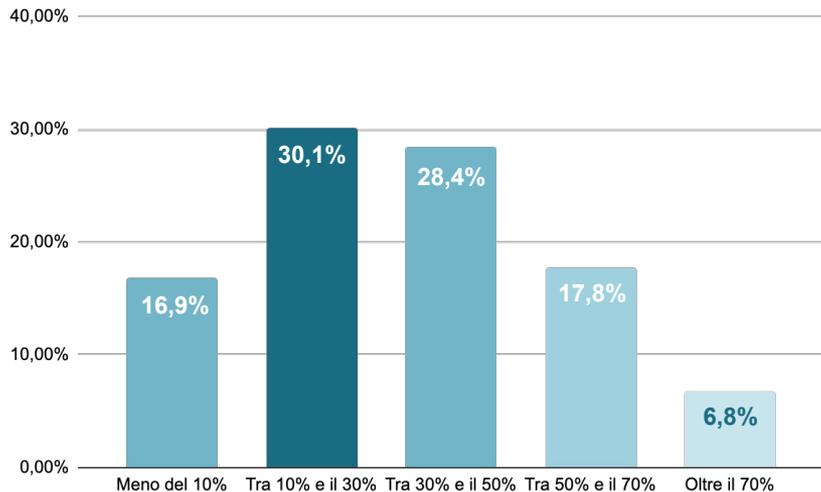
05. Fatto 100 quelli che ricevi al giorno, quanti comunicati leggi? (anche solo parzialmente / solo il titolo)



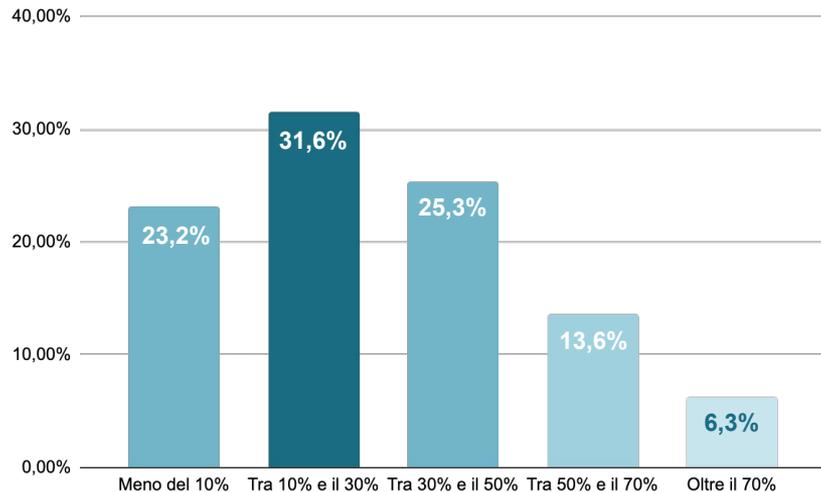
06. Se pensi ai comunicati che non hai letto, quali sono le principali motivazioni?



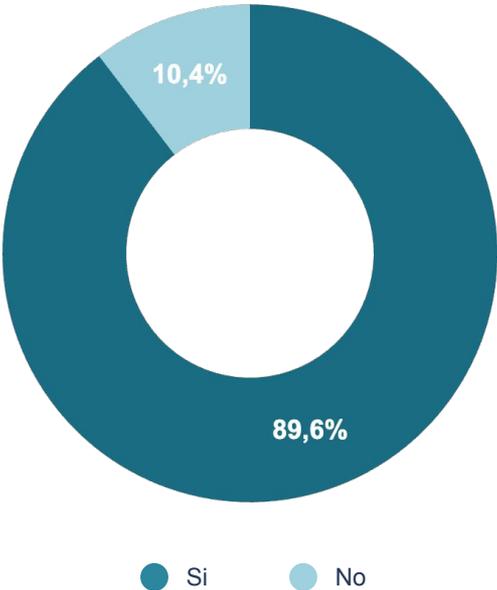
07. Fatto 100 ai comunicati che ricevi, quanti di questi sono pertinenti agli argomenti che tratti?



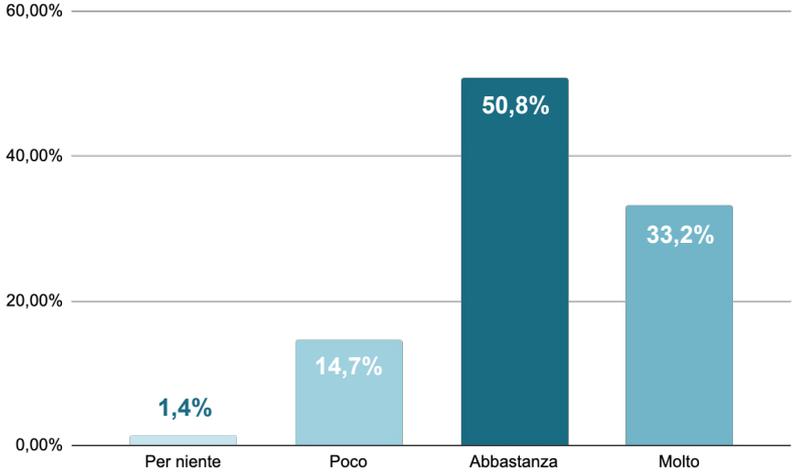
08. Fatto 100 dei comunicati pertinenti agli argomenti che tratti che ricevi, quanti di questi sono utili al tuo lavoro?



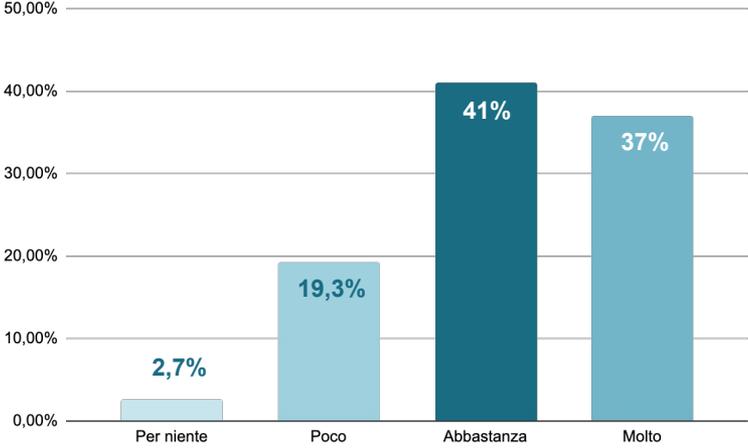
09. Ti capita di consultare comunicati stampa quando prepari un articolo o una ricerca?



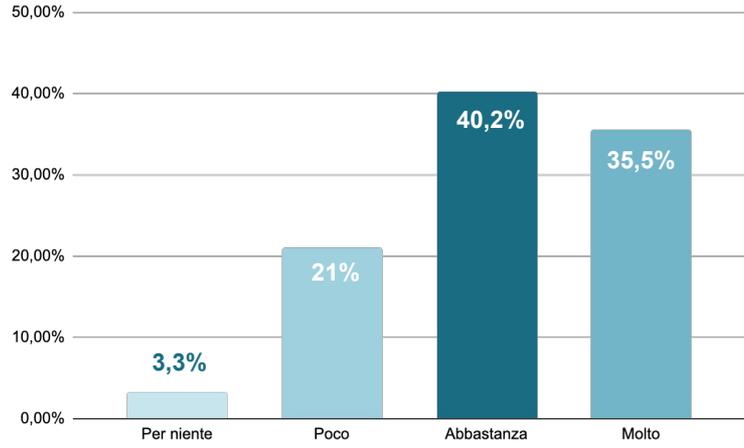
10. Per il tuo lavoro ti interessa consultare comunicati stampa?



11. Quanto ti interessa avere uno strumento che ti permette di trovare tutti i comunicati stampa in un solo posto (aggregatore)?

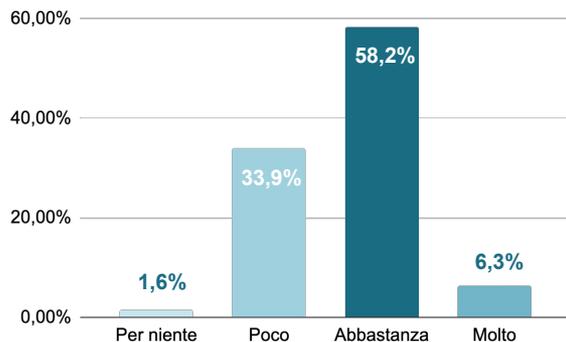


12. E quanto sarebbe utile per te e per il tuo lavoro avere uno strumento del genere?

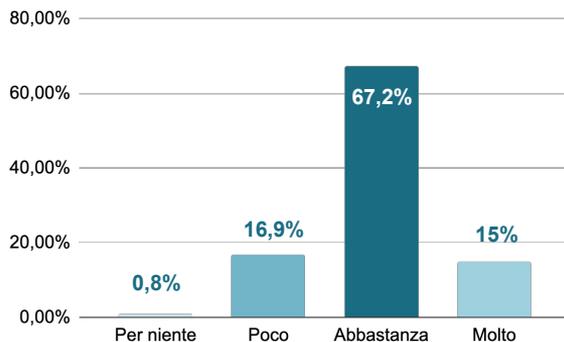


13. Pensa alle notizie che ricevi dagli uffici stampa. Quanto le reputi esaustive / attendibili / utili?

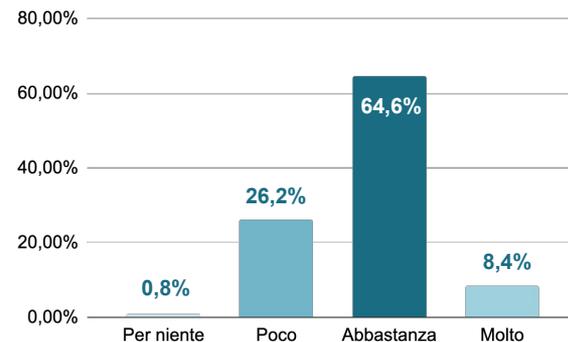
esaustive



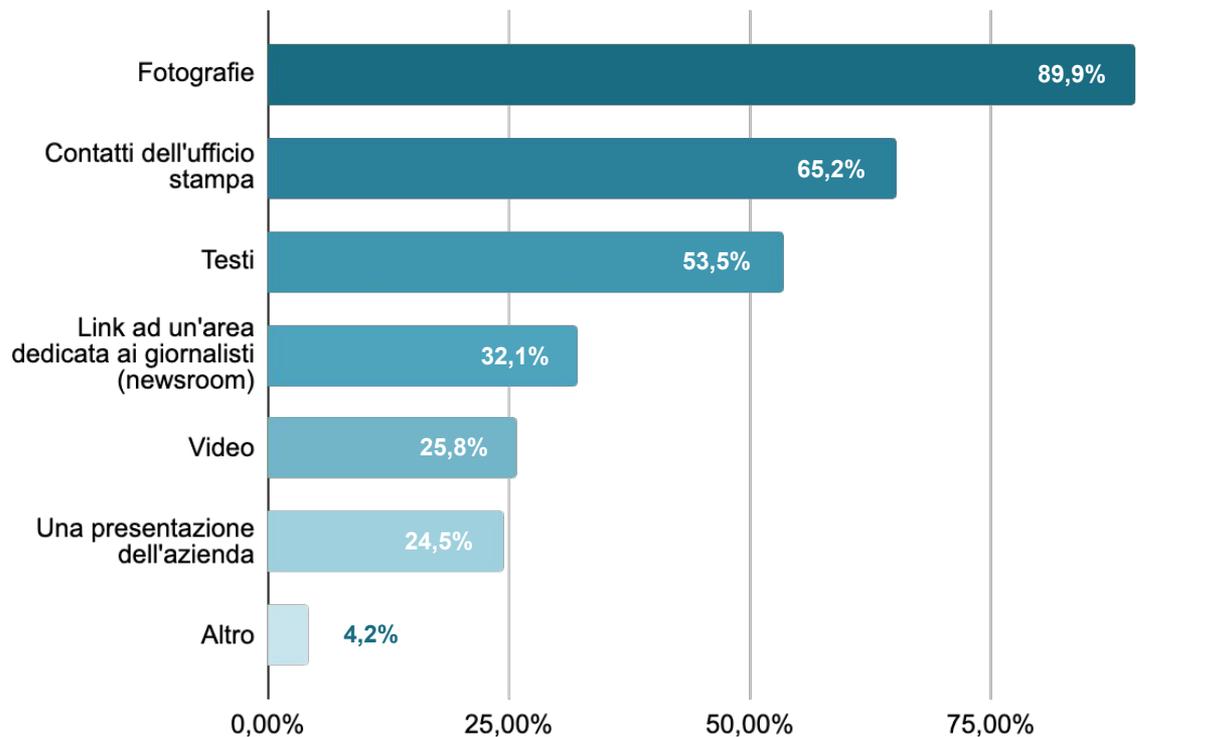
attendibili



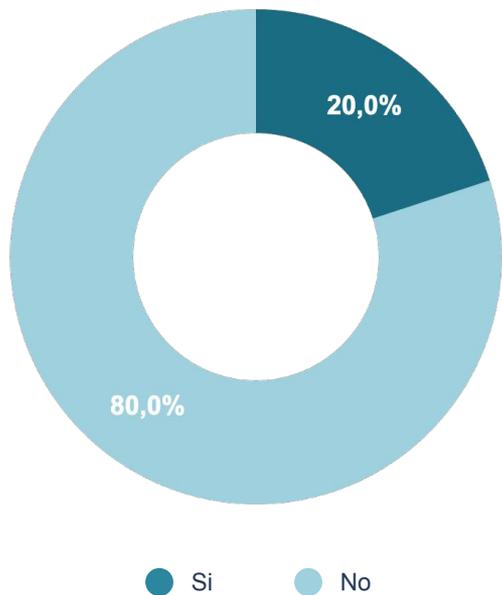
utili



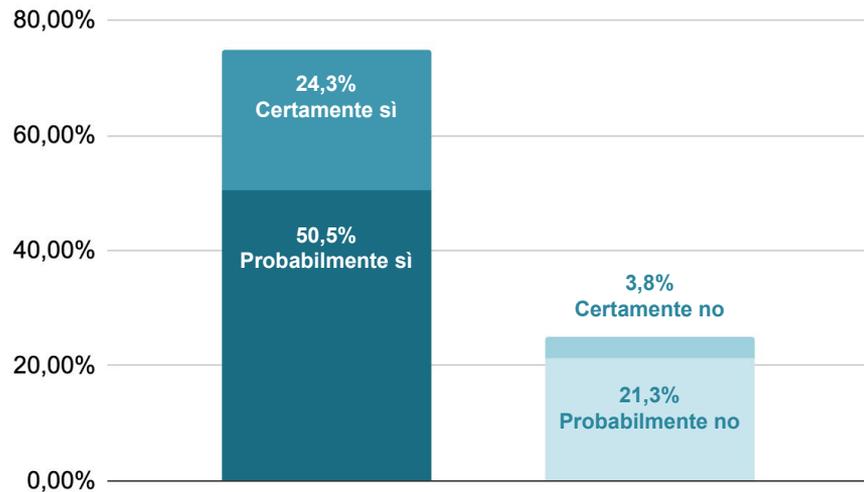
14. Cosa ti è utile ricevere a corredo del comunicato stampa?



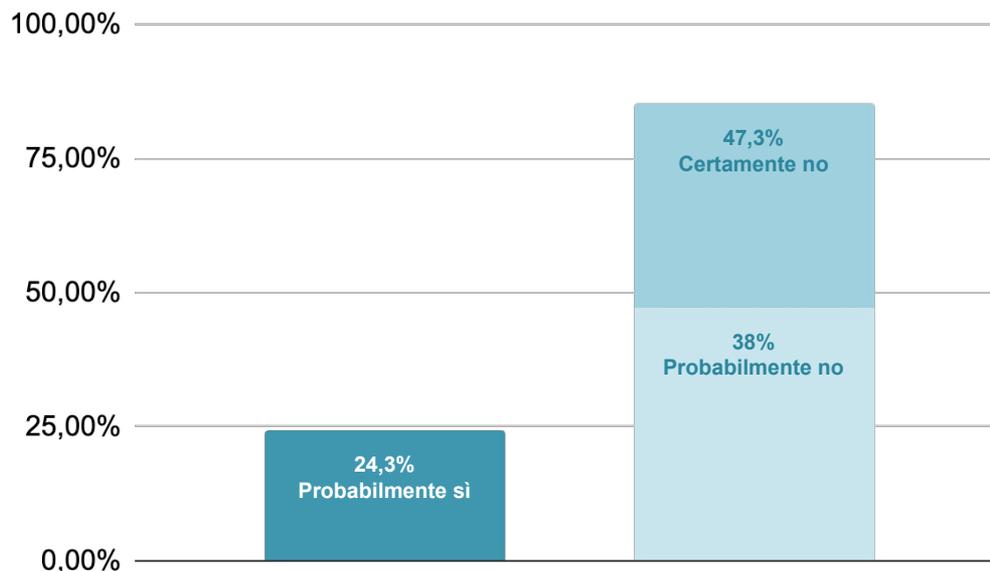
15. Hai utilizzato qualche aggregatore di comunicati stampa in passato per le tue ricerche? Se sì quale?



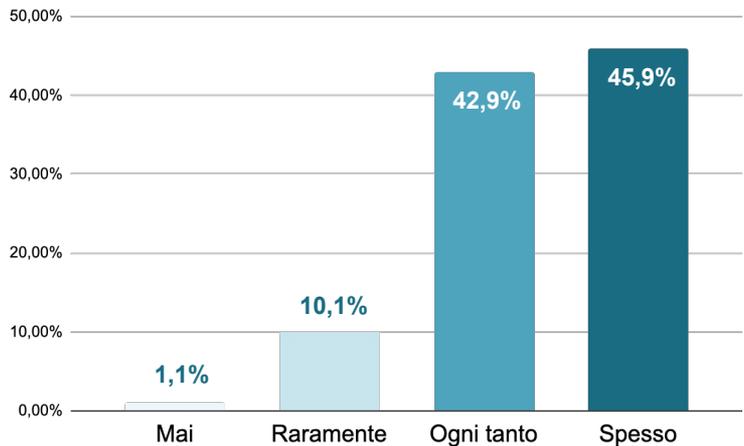
16. Prenderesti in considerazione un sistema che organizza per te i comunicati stampa secondo i tuoi interessi?



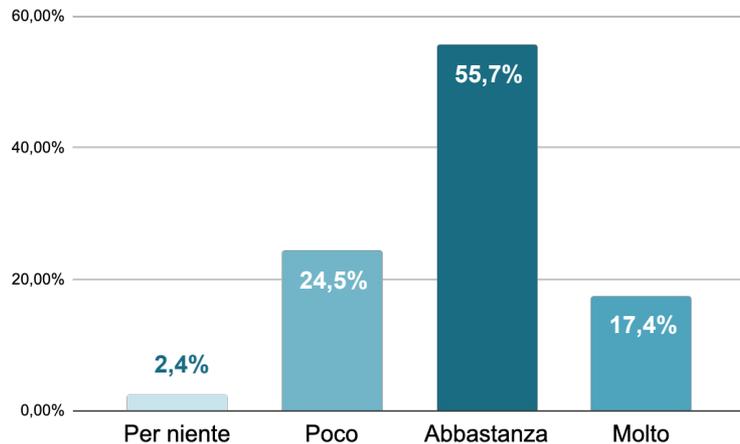
17. Saresti disposto ad iscriverti se fosse a pagamento?



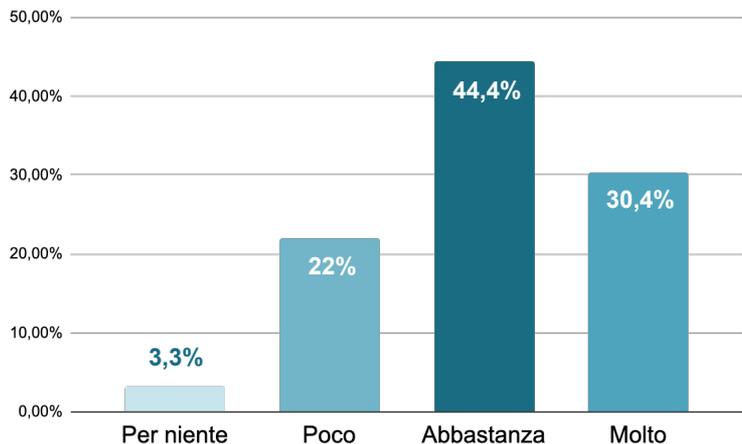
18. Ti capita di partecipare a presentazioni o conferenze stampa?



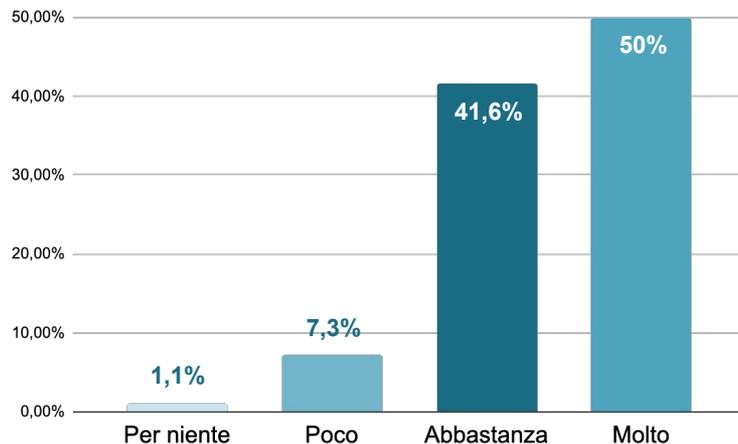
19. In generale quanto ritieni utile una conferenza stampa?



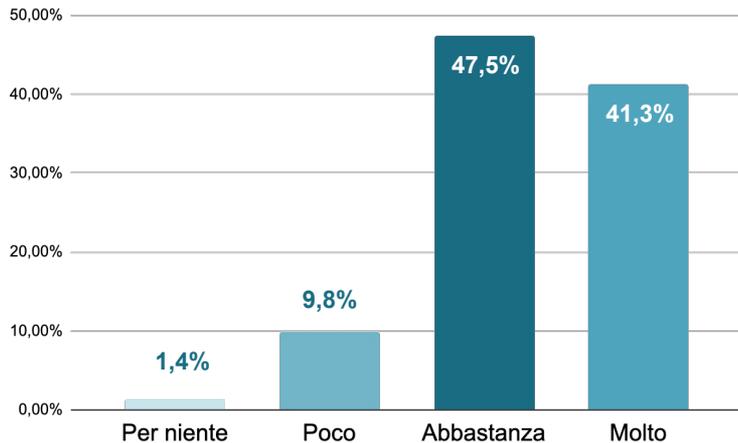
20. Sarebbe utile per te avere a disposizione un calendario delle conferenze stampa?



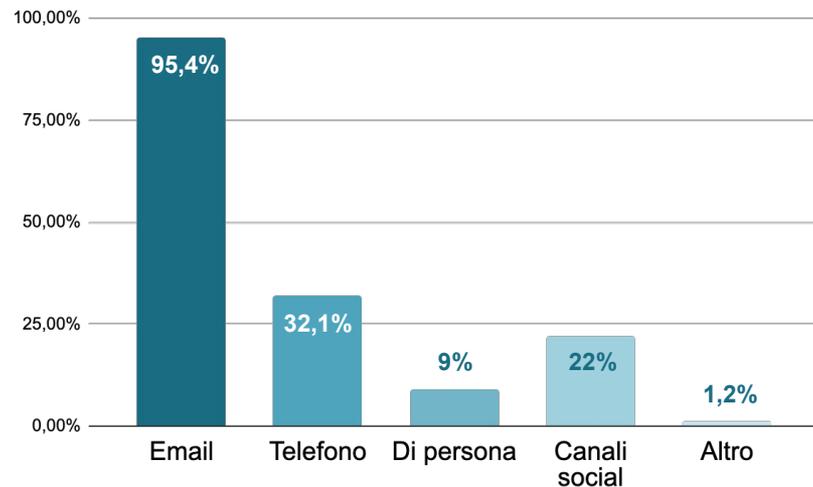
21. Quanto sarebbe interessante per te avere accesso ad un database con tutti i capi uffici stampa e i loro contatti?



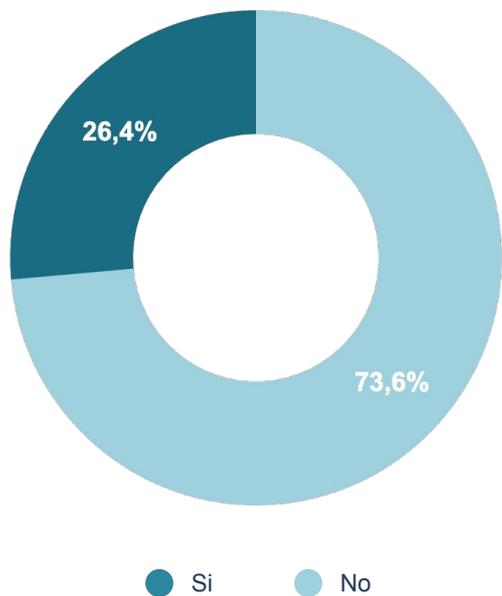
22. Quanto sarebbe utile per te metterti in contatto con l'ufficio stampa di un'azienda?



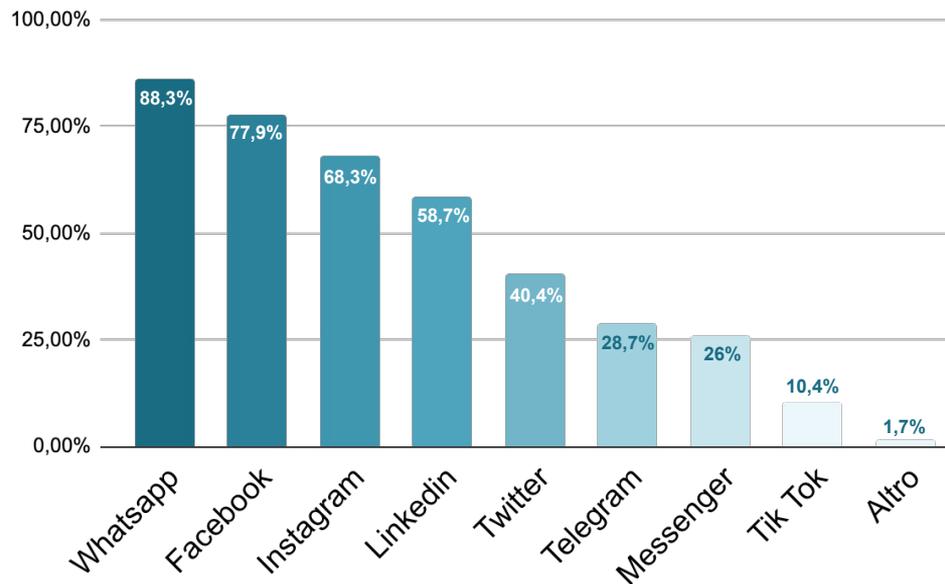
23. Come preferisci essere contattato da un ufficio stampa?



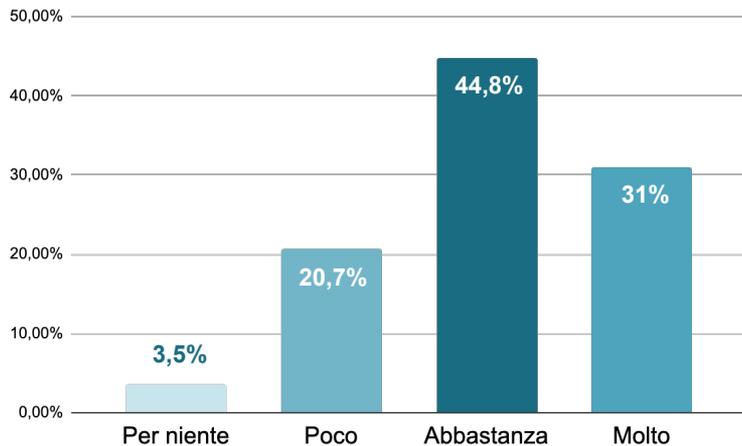
24. Ritieni i social media uno strumento utile per ricevere comunicati stampa dalle aziende/enti?



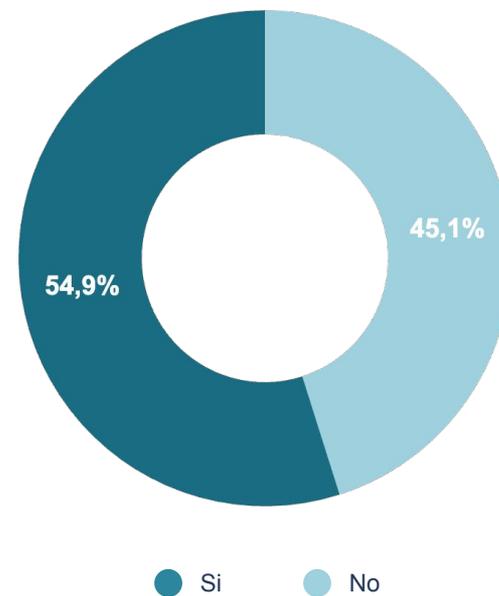
25. Quali social media utilizzi abitualmente?



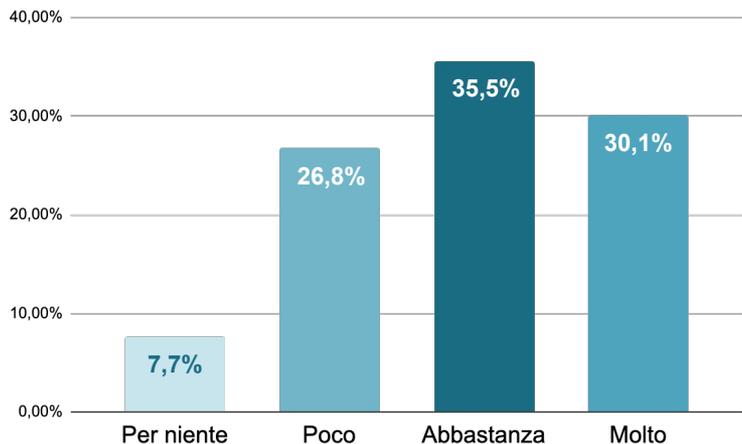
26. Quanto sarebbe interessante poter avere a disposizione una piattaforma dove trovare tutti i press kit delle aziende/enti?



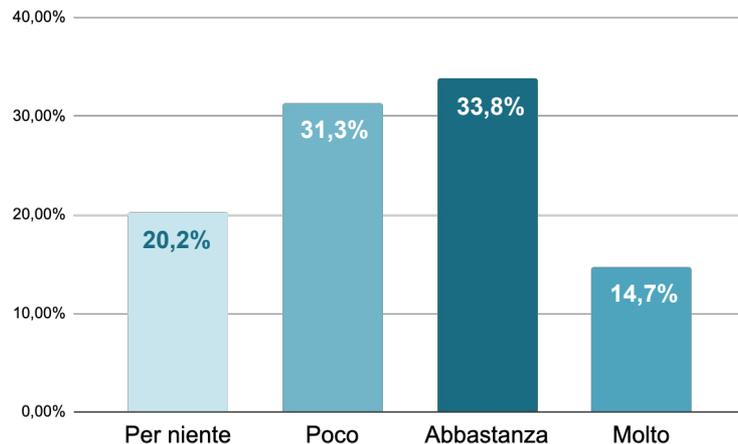
27. Sei registrato a qualche newsletter su siti di aziende/enti? (es. area riservata ai giornalisti)



28. Sarebbe interessante per te avere accesso ai contatti di altri giornalisti nelle varie redazioni?



29. Sarebbe interessante per te poter avere una pagina web personale sulla quale raccogliere e condividere il tuo lavoro?



Mediaddress Srl

Via G. Compagnoni 30

20129 Milano

Tel. +39 02 70004150

info@mediaddress.eu – www.mediaddress.com

L'Eco della Stampa Spa

Via G. Compagnoni 28

20129 Milano

Tel. +39 02 748113.1

info@ecostampa.it – www.ecostampa.it