



Sviluppo di attività di relazioni con i media (ufficio stampa SNPA)

Come prevede la legge 150/2000, assicurare la gestione dei rapporti con i media (Ufficio Stampa) è uno dei compiti fondamentali del settore comunicazione di un qualsiasi ente, e quindi anche delle agenzie ambientali.

L'attività di contatto con i media è particolarmente rilevante ed impegnativa, in quanto richiede l'individuazione dell'interlocutore idoneo a fornire la risposta a quanto richiesto e tempestività nelle risposte da fornire, in particolare in presenza di situazioni di emergenze ambientali nazionali, regionali e locali.

Questa attività si concretizza nel fornire interviste, pareri tecnici, partecipazioni a trasmissioni tv o a telegiornali, articoli e consente di comprendere meglio e di verificare, insieme alla rassegna stampa, quale sia l'effettivo "ritorno" e l'interesse di quello che presentiamo ai media.

In alcuni casi, poi, l'addetto stampa è una vera e propria interfaccia "unica" nei confronti dei media, nel senso che è delegato, nella maggior parte dei casi, a dialogare con i colleghi giornalisti, sulla base delle informazioni fornitegli dalla struttura tecnica e territoriale.

In ogni caso c'è molta attenzione riguardo a quello che appare sulla stampa, e per questo molte agenzie hanno una rassegna stampa.

Anche in questo campo occorre sviluppare sempre di più una integrazione delle attività svolte e, in ogni caso, una attività di relazioni con i media che riguarda le attività di Sistema.

Sinora questo viene fatto dall'Ufficio stampa Ispra, che svolge le funzioni di ufficio stampa del Presidente che ha la doppia veste di Presidente Ispra e Presidente Snpa.

Appaiono maturi i tempi per favorire un progressivo coordinamento a livello di Sistema degli uffici stampa dei diversi enti, predisponendo apposite linee guida sui comportamenti da tenere nelle diverse situazioni, ed anche valutare la possibilità di costituire un ufficio stampa del Sistema con personale dedicato (anche a tempo parziale) proveniente, oltre che da Ispra, da altre agenzie.

Appare altresì auspicabile la possibilità di effettuare un acquisto collettivo come Sistema per un servizio di rassegna stampa che possa essere condiviso con tutte le componenti del Sistema. Un modo anche questo per rafforzare il 'comune sentire' e l'identità del Snpa fra tutti gli operatori.