



Ufficio Stampa – La scheda

Un comunicato stampa per ogni giorno di ostensione, 14 conferenze stampa a Torino e a Roma, un seminario scientifico-tecnologico, e poi ancora pubblicazioni di omelie, messaggi e discorsi, una puntale rassegna stampa; e 43 video, 12 folder tematici di foto in photo-gallery a disposizione. Tutto con aggiornamenti più che quotidiani del sito www.sindone.org. Questi in sintesi i 67 giorni di ostensione 2015 visti dalla parte dell'Ufficio Stampa dell'Ostensione 2015.

Sono un migliaio i giornalisti, operatori televisivi e fotografi accreditati per complessive 700 testate, di cui un centinaio di TV, altrettante radio e per il resto media cartacei e/o su web. Grande l'interesse dai media stranieri, che costituiscono il 30 per cento degli accreditati: francesi, spagnole, tedesche, sudamericane, statunitensi, giapponesi, e anche di Paesi dell'area islamica. I media italiani sono stati presenti a tutti i livelli, dalle testate nazionali a quelle locali, cartacee e web. Particolarmente significativa la collaborazione con il Centro televisivo vaticano, che ha fornito in diretta le immagini della visita del Papa trasmesse in sala stampa.

L'Ufficio stampa ha avuto come compito principale quello di supportare la comunicazione istituzionale dell'ostensione, dedicando dunque attenzione a tutti gli aspetti dell'evento, da quelli di carattere più strettamente ecclesiale e religioso, alle manifestazioni culturali, alla documentazione sulla preparazione e l'organizzazione della complessa macchina che l'ostensione è. Il lavoro è stato svolto in stretta collaborazione con gli uffici del Comitato e in particolare con il servizio del Cerimoniale, con cui il contatto è stato continuo e cordialissimo.

Al lavoro principale di servizio ai comunicatori professionali si è affiancato il servizio di informazione generale svolto tramite l'indirizzo info@sindone.org, in collaborazione con il Call center.

Complessivamente le visite al sito, nel periodo dell'ostensione, sono state oltre 300 mila, con una media giornaliera di 30 mila accessi. Il lavoro del sito istituzionale è stato accompagnato da quello di www.sindone.it, curato dal Centro internazionale di Sindonologia, che dedica un'attenzione più specifica alle tematiche scientifiche e culturali e al Museo della Sindone (si veda la scheda in questa cartella). Nei giorni del Papa sindone.org ha realizzato un

OSTENSIONE DELLA SINDONE 2015



«mini sito» interamente dedicato alle informazioni su Papa Francesco e sui particolari della visita e costantemente aggiornato.

L'Ufficio stampa ha lavorato, nell'ambito del servizio di Comunicazione dell'ostensione della Sindone, in sinergia con il gruppo che si è occupato particolarmente dei social media su Facebook e Twitter (la scheda sui Social al seguente link: <http://www.sindone.org/diocesitorino/allegati/55585/Social%20network.pdf>).

La Comunicazione della Sindone ha anche seguito l'elaborazione del "volantino" distribuito in 3 lingue a tutti i pellegrini e dei manifesti e spot per la campagna pubblicitaria. Ha inoltre seguito passo passo le varie problematiche di comunicazione nell'ambito dei lavori del Comitato. Il logo 2015, frutto del lavoro dei ragazzi dell'Accademia Albertina, è stato elaborato e definito con l'Agenzia Testa, media partner dell'ostensione.

Nel servizio Comunicazione hanno lavorato personale assunto temporaneamente dal Comitato, insieme con i colleghi di Comune, Città metropolitana di Torino, Regione e Consiglio regionale del Piemonte, che in questi mesi hanno dedicato una parte del loro impegno professionale all'ostensione.

Torino, 25 giugno 2015

OSTENSIONE DELLA SINDONE 2015