

**TITOLO**

*non più di due righe*

**SOTTOTITOLO**

*non più di due righe*

Amplia il titolo, è una sintesi di circa quattro righe delle parti più importanti del comunicato stampa.

***Luogo e data***

Nel primo paragrafo vanno inserite tutte le informazioni principali del comunicato stampa.  
Qui si deve trovare il classico ***chi, cosa, quando, dove, perchè.***  
In un comunicato stampa ben fatto al giornalista potrebbe bastare questo paragrafo per avere un'idea corretta ed esaustiva del contenuto.

Ulteriore sviluppo della notizia con considerazioni e precisazioni destinate a questi giornalisti e a quelle redazioni che vogliono approfondire il testo.  
Qui va anche inserito un ***virgolettato***, ovvero una dichiarazione della o delle persone coinvolte (Ad, Ceo, curatori dello studio o simili).

La conclusione è affidata a qualche altro dettaglio ulteriore o a qualche altra dichiarazione. Qui può trovare posto anche qualche spunto relativo ai futuri sviluppi dell'idea o del business.

Company profile dell'azienda o dell'ente in questione.

***Contatti per la stampa***

non un banale *info@* ma contatti di persone presenti e raggiungibili h24