



Commissione  
europea

# SETTIMANA EUROPEA DELLA FORMAZIONE PROFESSIONALE



**2019**

Toolkit per le relazioni con i media

#DiscoverYourTalent

Occupazione, affari  
sociali e inclusione



## Informazioni sul toolkit per le relazioni con i media

Questo toolkit è pensato per i soggetti interessati a partecipare alla Settimana europea della formazione professionale 2019 che desiderano promuovere i propri eventi e le proprie attività e li guiderà attraverso i vari canali mediatici cui è possibile ricorrere per far conoscere la Settimana e i vantaggi dell'istruzione e della formazione professionale (IFP) in tutta Europa.

Il toolkit contiene:

- suggerimenti e consigli su come relazionarsi con i media e su come dare risalto alla propria storia;
- istruzioni su come redigere un comunicato stampa e un modello da personalizzare e inviare;
- fonti di dati e cifre;
- consigli su come condurre un'intervista con i media.



## Perché comunicare ai media la propria partecipazione alla Settimana europea della formazione professionale?

Le prime tre edizioni della Settimana europea della formazione professionale hanno riscosso un grande successo e la Commissione europea sta attualmente organizzando la quarta Settimana per continuare ad accrescere la consapevolezza sull'IFP. La Settimana ufficiale si terrà a Helsinki dal 14 al 18 ottobre 2019 e saranno centinaia gli eventi relativi all'IFP che saranno organizzati in tutta Europa durante l'intero arco dell'anno.

La Settimana, insieme alla relativa campagna di comunicazione, fa incontrare gli erogatori di corsi di formazione e istruzione, le organizzazioni della società civile, gli enti pubblici, le organizzazioni commerciali e il pubblico in generale al fine di dare maggiore visibilità all'IFP in Europa. L'obiettivo della Settimana è mostrare le numerose opportunità che l'IFP offre a giovani e adulti e l'importanza dell'IFP per l'economia e per il futuro del lavoro e delle competenze. Il tema di quest'anno è "IFP per TUTTI – Competenze per la vita" e si presterà particolare attenzione agli aspetti inclusivi, permanenti e di eccellenza dell'IFP.

È possibile sfruttare la copertura mediatica per promuovere il proprio evento o la propria attività e spiegarne la collocazione nel quadro della Settimana, in modo da farli conoscere a un maggior numero di persone e motivarle a prendervi parte. La copertura mediatica può inoltre dare maggiore visibilità alla propria organizzazione anche al di fuori delle proprie reti e diffondere il messaggio dell'evento e della Settimana a un pubblico più vasto. Ciò contribuirà ad accrescere la consapevolezza e a modificare la percezione dell'IFP nel proprio Paese.

Tipologie di media che potrebbero essere interessate alla Settimana:

### Quotidiani locali, siti web e blog



Durante la fase di preparazione dell'evento o dell'attività possono essere contattati blog, siti web e giornali locali per incoraggiare le persone a partecipare. Una buona strategia, in questo caso, consiste nell'inviare un comunicato stampa circa due settimane prima dell'evento, seguito da un promemoria qualche giorno prima. È anche possibile contattare i centri media di cui si desidera la copertura mediatica per attirare l'attenzione sul proprio evento/attività. La testata o il canale può decidere di realizzare un servizio prima dell'evento o di partecipare direttamente per poi scrivere un articolo sulla propria esperienza.

### Elenchi di eventi



Gli elenchi di eventi rappresentano un ottimo modo per incoraggiare le persone a partecipare all'evento: le persone, infatti, sono spesso interessate a sapere quali sono gli eventi locali in programma. Poiché ogni elenco ha dei requisiti specifici, sarà necessario individuare i modi migliori per presentarlo.

### Quotidiani nazionali



I quotidiani nazionali potrebbero essere interessati alla Settimana e agli eventi e alle attività in programma. Fornire dati e cifre di interesse generale, riportare citazioni e offrire la possibilità di realizzare interviste interessanti può contribuire ad attirare l'interesse di tali media.

### Pubblicazioni specializzate



Anche le pubblicazioni specializzate potrebbero essere interessate alla Settimana. È bene contattarle il prima possibile perché i loro calendari editoriali potrebbero essere già pieni. Le informazioni fornite a queste pubblicazioni possono essere più tecniche e la presenza di un esperto o una testimonianza interessante potrebbero garantire una maggiore copertura mediatica.

### Radio e TV



Radio e TV potrebbero essere interessate soprattutto agli eventi più insoliti ed animati, che possono fungere da ottimo sfondo per riprese e registrazioni.



## Relazioni con i media

Di seguito si propone una semplice lista di controllo da consultare per assicurarsi la copertura mediatica per l'evento e per la Settimana. Seguono suggerimenti e consigli più approfonditi.

### Lista di controllo per le relazioni con i media

- ✓ decidere a quale media rivolgersi;
- ✓ personalizzare il modello di comunicato stampa inserendo informazioni sull'evento;
- ✓ includere storie e informazioni interessanti relative al Paese o alla regione in questione;
- ✓ condividere foto, video, citazioni, infografiche e altro materiale da pubblicare;
- ✓ pensare a quali soggetti potrebbero essere intervistati;
- ✓ inviare per e-mail il comunicato stampa e le foto ai contatti media;
- ✓ far seguire una telefonata ai principali media;
- ✓ inserire il proprio nome e i dettagli di contatto in modo da poter rispondere a eventuali domande;
- ✓ accogliere personalmente i giornalisti il giorno dell'evento e presentarli a persone interessanti.

### Individuare i media cui rivolgersi

Il primo passo consiste nell'individuare i media che coprono la propria zona o regione. Successivamente, sarà necessario reperire i contatti dei giornalisti che si occupano di eventi locali, di occupazione e istruzione, di politiche sociali o di affari europei. È possibile farlo consultando i relativi siti web o telefonando agli uffici stampa. È inoltre possibile informarsi su come inserire il proprio evento nel loro elenco di eventi.

**Consiglio:** Un buon elenco di contatti rappresenta il primo passo per ottenere un'efficace copertura mediatica. Anche inserire il proprio evento all'interno di un elenco di eventi consente di ottenere maggiore visibilità.



### Redigere un comunicato stampa

Il miglior modo per fornire informazioni ai media consiste nell'inviare un comunicato stampa. È possibile farlo utilizzando il modello di comunicato stampa per la Settimana europea della formazione professionale disponibile sul sito web. Dopo aver scelto il modello redatto nella lingua di interesse è sufficiente inserire informazioni pertinenti e interessanti sull'evento o sull'attività e sulla regione.

La maggior parte dei media preferisce ricevere i comunicati stampa come testo di un'e-mail e non come allegato, quindi si consiglia di copiare il comunicato stampa e di incollarlo direttamente all'interno dell'e-mail prima di inviarlo.



#### Consigli:

- ✎ inserire per prime le informazioni importanti, cercando sempre di rispondere alle domande: cosa, chi, quando, dove e perché;
- ✎ utilizzare frasi brevi e uno stile dinamico;
- ✎ evitare gergo e termini tecnici ed esplicitare le abbreviazioni;
- ✎ ricordare di inserire citazioni e cifre;
- ✎ inviare una foto che i giornalisti possano utilizzare (utilizzare solo foto che possono essere pubblicate senza violare diritti di autore o la normativa in materia di protezione dei dati personali)
- ✎ inserire i dettagli di contatto per eventuali domande.

## Dare vita al proprio comunicato stampa

Lo scopo del comunicato stampa è fornire ai giornalisti informazioni rilevanti e degne di nota e materiali che possono pubblicare, come foto, video, storie di successo, citazioni, infografiche, dati e cifre.



#### **Elementi visivi della campagna della Settimana europea della formazione professionale:**

dovrebbero essere inseriti in ogni comunicato stampa per mostrare che il proprio evento si svolgerà durante la Settimana. Gli elementi visivi sono disponibili sul [sito web](#).



**Foto degli eventi:** le foto dei propri eventi precedenti sono perfette da inserire nei comunicati stampa. È quindi importante assicurarsi sempre che le persone presenti ai propri eventi siano consapevoli di essere fotografate e che sappiano come saranno utilizzate le immagini. È possibile assicurarsene indicandolo sugli inviti o sui biglietti, oppure anche affiggendo volantini esplicativi il giorno dell'evento. È importante rispettare il fatto che alcune persone potrebbero non voler essere fotografate o non volere che i propri figli vengano fotografati. Per fotografare singole persone, sarà necessario far firmare loro una liberatoria: potrebbe essere quindi meglio fotografare gruppi in cui le singole persone non siano identificabili.



**Foto di dominio pubblico:** è bene prestare attenzione ai diritti di autore quando si utilizzano immagini tratte da Internet. Per prudenza, è possibile scegliere immagini di dominio pubblico disponibili su siti quali Pixabay e Unsplash, in quanto le loro restrizioni relative ai diritti sono semplici da seguire.



**Video:** è possibile inserire un link ai video della Settimana che sono disponibili sul sito web; alcuni di essi sono sottotitolati in tutte le lingue dell'UE. I video sono perfetti per attirare l'interesse delle persone e possono essere utilizzati dai canali televisivi e dalle pagine Internet di pubblicazioni locali e nazionali.



**Storie stimolanti:** per dimostrare l'importanza dell'IFP, della Settimana e del proprio evento è possibile scegliere alcune delle storie presenti nella raccolta "Share your story" (Condividi la tua storia) e riproporre contenuti tratti dal sito web della Settimana.



**Citazioni:** inserire una citazione nel proprio comunicato stampa è una buona idea. Può essere una citazione dei relatori dell'evento, di esperti della propria organizzazione oppure tratta da testimonianze di studenti.



**Dati e cifre sull'IFP:** possono essere dati e cifre relativi alla propria regione, al proprio Paese o all'UE.

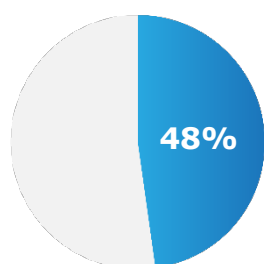
## Reperire dati e cifre

Ogni organizzazione avrà sicuramente accesso a dati e cifre interessanti ma, se così non fosse, di seguito si propongono alcune fonti suddivise per Paese che potrebbero risultare utili. È bene ricordare che devono essere sempre citate le fonti:

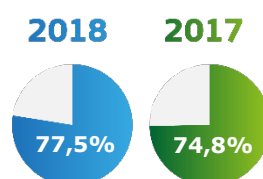
- relazione di monitoraggio del settore dell'istruzione e della formazione 2018: relazioni per nazione, schede informative e infografiche (DG EAC).
- relazioni per nazione VET-in-Europe (Cedefop).
- banca dati mondiale TVET – profili nazionali (Centro internazionale per l'istruzione e la formazione tecnica e professionale (UNEVOC) e UNESCO).
- banca dati sull'istruzione UOE (UNESCO, OCSE ed EUROSTAT)
- statistiche sull'istruzione e la formazione professionale (Eurostat).
- statistiche sull'apprendimento degli adulti (Eurostat).

È inoltre possibile rivolgersi alle agenzie IFP nazionali e al ministero dell'Istruzione o del Lavoro del proprio Paese in quanto è probabile che dispongano di relazioni nazionali sull'IFP.

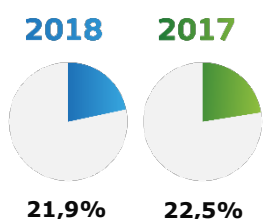
Le statistiche a livello europeo possono fornire confronti interessanti ed Eurostat rappresenta una buona fonte di dati di questo tipo:



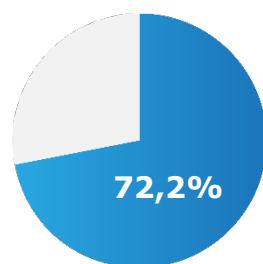
Il **48%** degli studenti delle scuole secondarie superiori in Europa partecipa all'IFP secondaria di secondo grado (2017).



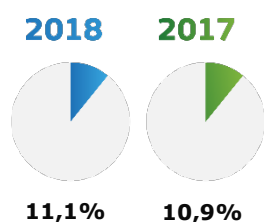
Il tasso di occupazione relativo ai neo-diplomati IFP è salito al **77,5% (2018)** rispetto al precedente **74,8% (2017)**.



La percentuale di adulti scarsamente qualificati in Europa è del **21,9% (2018)**, in calo rispetto al precedente **22,5% (2017)**.



Il **72,2%** delle aziende nell'UE offre opportunità di formazione professionale continua ai propri dipendenti (2015).



L'**11,1%** della popolazione europea di età compresa tra i 25 e i 64 anni partecipa ad attività di apprendimento per gli adulti (2018), una percentuale in aumento rispetto al precedente **10,9% (2017)**.

## Inviare il comunicato stampa

È opportuno inviare il comunicato stampa ai **media** e ai **quotidiani locali** circa due settimane prima dell'evento. È anche utile inviare loro un promemoria uno o due giorni prima dell'evento.

Per quanto riguarda le pubblicazioni e le **riviste specializzate**, è opportuno inviare il comunicato stampa anche prima, perché i loro calendari editoriali potrebbero essere pieni già da tempo.

È inoltre possibile richiedere l'inserimento del proprio evento in un **elenco di eventi** con un mese di anticipo, a seconda delle regole dei vari elenchi.

## Instaurare rapporti con i giornalisti

Per ottenere copertura può essere utile instaurare un buon rapporto con i giornalisti. Oltre ad inviare loro il comunicato stampa, è possibile contattarli telefonicamente per invitarli ad occuparsi dell'evento. È bene informarsi su eventuali requisiti specifici e inviare un promemoria prima dell'evento. Il giorno dell'evento è necessario incaricare una persona che si occuperà della loro accoglienza e assicurarsi che ricevano tutte le informazioni necessarie. Potrebbe essere utile stampare alcune copie del volantino sulla Settimana europea della formazione professionale 2019. Il volantino è disponibile sul sito web.



## Condurre interviste di successo

Le interviste possono essere condotte di persona durante l'evento, al telefono o via e-mail. Nel caso sia richiesta un'intervista, vi sono alcuni consigli fondamentali da tenere a mente.



### Consigli:

- fornire al giornalista informazioni di base sulla propria organizzazione e sulla Settimana europea della formazione professionale. È possibile reperire informazioni sulla Settimana, sul contesto e sulle tematiche che saranno trattate nel 2019 sul sito web della Settimana europea della formazione professionale;
- decidere in anticipo cosa si desidera dire (è possibile preparare qualche appunto da utilizzare durante l'intervista);
- concentrarsi sui messaggi chiave che si desidera trasmettere e presentare innanzitutto i punti principali;
- preferire uno stile conciso e utilizzare esempi e aneddoti personali che mettano in risalto la storia;
- fornire i propri dati di contatto nel caso in cui il giornalista abbia bisogno di verificare alcune informazioni;
- è possibile organizzare l'intervista con un'altra persona, ad esempio un relatore che parteciperà all'evento o qualcuno che può offrire una testimonianza. In tal caso è necessario scegliere la persona più idonea a essere intervistata. Accertarsi che le persone scelte siano disponibili a essere contattate dalla stampa e informarle sui temi da trattare e sui messaggi chiave della Settimana. Fissare un appuntamento telefonico con i giornalisti o incontrarli personalmente.



## Strumenti utili

- **Modello di comunicato stampa per la Settimana europea della formazione professionale:** disponibile in tutte le lingue dell'UE e pronto per essere personalizzato e inviato.
- **Raccolta "Share your story" (Condividi la tua storia):** ricca di interessanti storie di successo da utilizzare. È possibile aggiungere anche la propria storia!
- **Risorse visive della campagna:** per dimostrare che le proprie foto e le proprie storie sono una parte integrante della Settimana.



## FAQ

### Come posso rendere la mia storia più interessante per i media?

Ai giornalisti piacciono le storie vere. Raccontare una storia personale, inserendo citazioni e cifre, metterà in risalto il comunicato stampa.

### La Commissione europea fornisce i contatti dei media?

No, non è possibile, dato che la Settimana, con la relativa campagna, si svolge negli Stati membri dell'UE, nei paesi SEE e nei paesi candidati. Tuttavia, questo toolkit contiene consigli su come creare una buona banca dati di contatti dei media e suggerimenti su come instaurare un buon rapporto con i giornalisti.

### Chi posso contattare per ulteriori domande?

È possibile contattarci inviando un'e-mail al seguente indirizzo: [info@vocationalskillsweek.eu](mailto:info@vocationalskillsweek.eu), oppure telefonando al numero +44 (0)207 444 4264. È possibile contattarci anche sui social media, usando gli account indicati di seguito.



## Contatti

Saremo lieti di essere d'aiuto rispondendo a eventuali domande sulle attività legate alle relazioni con i media.

**E-mail:** [info@vocationalskillsweek.eu](mailto:info@vocationalskillsweek.eu)

**Telefono:** +44 (0)207 444 4264