



Commissione
europea

Settimana europea della formazione professionale



2018 | Toolkit per le relazioni con
i media

#DiscoverYourTalent

Occupazione,
affari sociali e
inclusion

Informazioni sul toolkit per le relazioni con i media

Questo toolkit è pensato per i soggetti interessati e i partner della Settimana europea della formazione professionale che desiderano promuovere i propri eventi e li guiderà attraverso i vari canali mediatici cui è possibile ricorrere per far conoscere la Settimana europea della formazione professionale 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
- un modello di comunicato stampa 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 due Settimane europee della formazione professionale hanno riscosso successo, pertanto la Commissione europea sta organizzando la terza Settimana europea della formazione professionale per accrescere la consapevolezza sull'istruzione e sulla formazione professionale (IFP). La Settimana ufficiale si terrà a Vienna dal 5 al 9 novembre 2018 e, da settembre a dicembre 2018, verranno organizzate centinaia di eventi relativi all'IFP in tutta Europa.

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 ai giovani e agli adulti e l'importanza dell'IFP per l'economia e per il futuro del lavoro e delle competenze.

È possibile sfruttare la copertura mediatica per promuovere il proprio evento e spiegarne la collocazione nel quadro della Settimana europea della formazione professionale, in modo da farlo conoscere a un maggior numero di persone e motivarle a partecipare. La copertura mediatica può inoltre contribuire a dare maggiore visibilità alla propria organizzazione al di là delle reti esistenti e a diffondere il messaggio dell'evento e della Settimana tra un pubblico più vasto. Ciò contribuirà ad accrescere la consapevolezza e a modificare la percezione dell'istruzione e della formazione professionale nel proprio paese.

Tipologie di media che potrebbero essere interessate alla Settimana europea della formazione professionale:

- blog, **siti web e giornali locali** possono essere contattati durante la fase di preparazione dell'evento o dell'attività 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 oppure di partecipare direttamente e scrivere poi un articolo sull'argomento.

- Gli **elenchi di eventi** rappresentano un ottimo modo per incoraggiare le persone a partecipare all'evento. Le persone sono spesso interessate a sapere quali sono gli eventi locali in programma. Poiché ogni elenco ha dei requisiti specifici, sarà necessario individuare le modalità più idonee per presentarlo.
- I **quotidiani nazionali** potrebbero essere interessati alle notizie sulla Settimana e sugli eventi 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.
- Anche le **pubblicazioni specializzate** potrebbero essere interessate alla Settimana. È bene contattarle il prima possibile perché i loro calendari editoriali potrebbero essere già pieni. In questo caso è possibile fornire anche informazioni più tecniche. Per incoraggiare la copertura mediatica è utile garantire la presenza di un esperto o una testimonianza interessante.
- **Radio e TV** potrebbero essere interessate soprattutto agli eventi più insoliti e animati, che possono fungere da ottimo sfondo per riprese e registrazioni.

Relazioni con i media

Di seguito una semplice lista di controllo da consultare in modo da garantirsi la copertura mediatica per l'evento e per la Settimana europea della formazione professionale. Seguono suggerimenti e consigli più approfonditi.

Relazioni con i media - Lista di controllo

- ✓ Decidere a quale media rivolgersi
- ✓ Personalizzare il modello di comunicato stampa inserendo informazioni sull'evento
- ✓ Aggiungere tutte le informazioni specifiche ritenute rilevanti per il paese o la regione
- ✓ Raccogliere foto, citazioni e infografiche da pubblicare
- ✓ Pensare a eventuali soggetti da intervistare
- ✓ 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

A QUALI MEDIA 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 (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.

Un buon elenco di contatti rappresenta il primo passo per ottenere una buona 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. Consigliamo di utilizzare il modello di comunicato stampa per la Settimana europea della formazione professionale disponibile sul [sito web](#). Dopo aver scelto il modello per il proprio paese è sufficiente inserire le informazioni specifiche relative all'evento e alla regione ritenute pertinenti.

Quando inviare il comunicato stampa

Come spiegato in precedenza, è possibile inviare il comunicato stampa ai giornalisti interessati dei media e dei quotidiani locali circa due settimane prima dell'evento. È anche utile inviare 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 un mese prima, a seconda delle regole dei vari elenchi.

Consigli sul comunicato stampa

- ✓ Inserire per prime le informazioni davvero importanti. Rispondere sempre alle domande cosa, chi, quando, dove e perché
- ✓ Utilizzare frasi brevi e uno stile dinamico
- ✓ Evitare termini tecnici ed esplicitare le abbreviazioni
- ✓ Ricordare di inserire citazioni e cifre
- ✓ Inviare una foto che i giornalisti possano utilizzare (non dimenticare di procurarsi tutte le autorizzazioni necessarie)
- ✓ Inserire i dettagli di contatto per eventuali domande

Telefonate successive

I giornalisti ricevono molti comunicati stampa ogni giorno, quindi una telefonata può aiutare a richiamare l'attenzione sul proprio comunicato e rappresenta un'opportunità per pubblicizzare la propria storia. È inoltre utile per capire se i giornalisti hanno esigenze particolari.

DARE VITA AL PROPRIO COMUNICATO STAMPA

Lo scopo del comunicato stampa è fornire ai giornalisti tutte le informazioni rilevanti e degne di nota oltre all'eventuale materiale aggiuntivo da pubblicare (foto, citazioni, infografiche, dati e cifre).

- **Foto:** può trattarsi di foto scattate in occasione dell'evento oppure di immagini di archivio qualora si invii il comunicato stampa prima dell'evento. Assicurarsi di disporre delle autorizzazioni necessarie prima di inviare le foto ai giornalisti.
- **Citazioni:** inserire una citazione nel proprio comunicato stampa è una buona idea. Può essere dei relatori dell'evento, di esperti della propria organizzazione oppure tratta da testimonianze di studenti.
- **Dati e cifre sull'IFP:** possono essere specifici della propria regione/paese oppure a livello europeo.

CONSIGLI SULLE FONTI DI DATI E CIFRE

La tua organizzazione avrà sicuramente accesso a dati e cifre interessanti, ma se così non fosse, ecco alcune fonti per paese che potrebbero risultare utili. Ricorda di citare sempre le fonti:

- Relazione di monitoraggio del settore dell'istruzione e della formazione 2017 - relazioni per 28 paesi (DG EAC)
- Relazioni per nazione IFP-in-Europe (Cedefop)
- Banca dati TVET – profili nazionali (UNEVOC, Centro internazionale per l'istruzione e la formazione tecnica e professionale, UNESCO)
- (UOE) Banca dati istruzione (UNESCO/OCSE/EUROSTAT)
- Statistiche sull'istruzione e la formazione professionale (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'istruzione e la formazione professionale.

EUROSTAT è un'ottima fonte di dati statistici a livello nazionale ed europeo, ad esempio:

- il 49% degli studenti delle scuole secondarie superiori in Europa partecipa all'IFP secondaria di secondo grado (2016).
- Il tasso di occupazione relativo ai neo-diplomati IFP¹ in Europa è del 74,8% (2017).
- La percentuale di adulti scarsamente qualificati² in Europa è del 22,5% (2017).
- Il 72,2% delle aziende nell'UE ha offerto opportunità di formazione professionale continua ai propri dipendenti (2015).
- Il 10,9% della popolazione europea partecipa ad attività di apprendimento per gli adulti (2017).

RELAZIONI CON I GIORNALISTI

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

CONSIGLI PER UN'INTERVISTA EFFICACE

Le interviste possono essere condotte di persona in occasione dell'evento, al telefono o via e-mail. Nel caso sia richiesta un'intervista, ecco alcuni consigli fondamentali da tenere a mente:

- Fornire al giornalista alcune informazioni di base sull'organizzazione e sulla Settimana europea della formazione professionale. È possibile reperire informazioni sulla Settimana, sul contesto e sulle tematiche che saranno trattate nel 2018 sul sito web della Settimana europea della formazione professionale.

¹ di età compresa tra i 15 e i 34 anni, [Eurostat](#)

² Istruzione secondaria inferiore, istruzione primaria o grado di istruzione inferiore alla primaria, [Eurostat](#)

- 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 ad essere intervistata. Accertarsi che le persone scelte siano disponibili a essere contattate dalla stampa, informarle sui temi da trattare e sui messaggi chiave della Settimana. Fissare un appuntamento telefonico o di persona con i giornalisti.

Strumenti a disposizione

Per promuovere il proprio evento è possibile usare il modello di comunicato stampa per la Settimana europea della formazione professionale disponibile sul [sito web](#). È disponibile un modello generico in inglese e uno nella propria lingua nazionale. Per utilizzare il modello basta inserire le informazioni relative alla propria attività aggiungendo tutte le informazioni pertinenti a livello locale. La maggior parte dei media preferisce ricevere i comunicati stampa come corpo 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.

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 in 28 Stati membri, 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 oppure telefonando al numero +44 (0)207 444 4264. Oppure puoi contattarci sui social media, usando gli account indicati in seguito.

Contattaci

Saremo lieti di aiutarti rispondendo a eventuali domande sulle tue attività legate alle relazioni con i media.

E-mail: info@vocationalskillsweek.eu

Telefono: +44 (0)207 444 4264

Twitter: @EU_social @EuropeanYouthEU #EUVocationalSkills #DiscoverYourTalent

Facebook: @socialeurope, @EuropeanYouthEU