Commissione europea

Toolkit per le relazioni con i media

2022

EUROPEAN **VOCATIONAL SKILLS WEEK** 2022

#EUVocationalSkills #DiscoverYourTalent

Occupazione, affari sociali e inclusione

INFORMAZIONI SUL TOOLKIT PER LE RELAZIONI CON I MEDIA

Se sei interessato a partecipare alla Settimana europea della formazione professionale 2022 ("la Settimana") e desideri promuovere i tuoi eventi e le tue attività attraverso i media, questo toolkit è pensato per te. Ti guiderà attraverso i vari canali mediatici che puoi utilizzare per far conoscere la Settimana e i vantaggi dell'istruzione e della formazione professionale (IFP) in tutta Europa.

Il toolkit contiene:

- CONSIGLI SU COME RELAZIONARSI CON I MEDIA E SU COME DARE RISALTO ALLA TUA 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

Per conoscere i **messaggi chiave** sulla campagna per la Settimana europea della formazione professionale, consulta il documento contenente i messaggi chiave nella sezione risorse del sito web.

Dopo il grande successo riscosso dalle prime cinque edizioni della Settimana europea della formazione professionale, la Commissione europea sta attualmente organizzando la sesta Settimana per continuare a far conoscere l'IFP. La sesta edizione della Settimana è un evento online a causa delle misure di sicurezza anti Covid-19. Si svolgerà dal 16 al 20 maggio 2022 a Bruxelles e contemporaneamente online. Inoltre, saranno centinaia le attività e gli eventi relativi all'IFP associati alla Settimana che saranno organizzati in tutta Europa durante l'intero arco dell'anno.

CHE COS'È LA SETTIMANA EUROPEA DELLA FORMAZIONE PROFESSIONALE?

La Settimana, insieme alla relativa campagna di comunicazione, fa incontrare gli studenti, 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. Lo slogan della campagna è **"Libera il tuo talento!"**

L'obiettivo della Settimana, che nel 2022 coincide con l'**Anno europeo dei giovani**, 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 e transizione verde e si allinea con la visione della Commissione europea di diventare neutra dal punto di vista climatico entro il 2050, come delineato nel Green Deal europeo.

La Settimana identificherà le competenze al centro della transizione verde. Di quali competenze avremo bisogno per prosperare in un ambiente che protegge le preziose risorse della terra? Quale ruolo può assumere l'IFP per assicurare una transizione sostenibile per tutti?

Durante la pandemia di coronavirus, tutte le forme di istruzione e formazione sono state gravemente perturbate. Questo ha creato l'occasione per adottare un nuovo approccio nei confronti dell'IFP, rendendola più moderna, interessante, flessibile e adeguata all'era digitale e alla transizione verde. La Commissione ha creato un'agenda ambiziosa per guidare gli sforzi di ripresa dopo la pandemia di Covid-19 nei settori dell'occupazione e della politica sociale. L'accento è posto sulle competenze e sull'IFP. La raccomandazione del Consiglio per l'IFP per la competitività sostenibile, l'equità sociale e la resilienza, adottata nel 2020, intende garantire che l'istruzione e la formazione professionale forniscano ai lavoratori le competenze per sostenere la ripresa nonché le transizioni verde e digitale.

PERCHÉ COMUNICARE AI MEDIA LA TUA PARTECIPAZIONE ALLA SETTIMANA EUROPEA DELLA FORMAZIONE PROFESSIONALE?

A causa della pandemia di coronavirus, potresti voler organizzare eventi digitali per integrare eventuali attività di persona. Tra cui per esempio webinar, campagne stampa digitali, fiere delle carriere online, dirette Facebook, dirette Instagram o altri tipi di riunioni online. Indipendentemente dal formato scelto, grazie alla copertura mediatica potrai promuovere il tuo evento o la tua attività e spiegarne la collocazione nel quadro della Settimana, in modo da farlo conoscere a un maggior numero di persone e motivarle a partecipare. La copertura mediatica può inoltre dare maggiore visibilità alla tua organizzazione anche al di fuori delle tue reti e diffondere il messaggio dell'evento/attività e della Settimana a un pubblico più vasto. Ciò contribuirà a far conoscere l'IFP e a migliorarne l'immagine.

CHI POTREBBE ESSERE INTERESSATO ALLA SETTIMANA E AL MIO EVENTO O ALLA MIA ATTIVITÀ?

Le tipologie di media che potrebbero essere interessate alla Settimana comprendono:

Quotidiani locali

Queste possono essere contattate durante la fase di preparazione dell'evento per incoraggiarle a partecipare. Una buona strategia consiste nell'inviare un comunicato stampa circa due settimane prima dell'evento, seguito da un promemoria qualche giorno prima. Non scoraggiarti se le risposte ricevute sono poche o nulle. Spesso i giornalisti sono semplicemente troppo impegnati per rispondere alle numerose email che ricevono ogni giorno. Per questo è importante mandare un ulteriore messaggio a distanza di tre o quattro giorni lavorativi dal contatto iniziale. Puoi anche telefonare ai quotidiani locali che vorresti scrivessero del tuo evento o della tua attività per contribuire ad attirare l'attenzione su di esso/a.

CHI POTREBBE ESSERE INTERESSATO ALLA SETTIMANA E AL MIO EVENTO O ALLA MIA ATTIVITÀ?

Elenchi di eventi/attività

Gli elenchi di eventi/attività locali o le guide che li illustrano rappresentano un ottimo modo per incoraggiare la partecipazione delle persone: queste ultime, infatti, sono spesso interessate a sapere quali sono gli eventi/le attività nella loro zona. Poiché ogni sito Internet o pubblicazione ha dei requisiti specifici, dovrai svolgere alcune ricerche per individuare gli elenchi locali e i modi migliori per presentare l'evento/attività

Quotidiani nazionali

I quotidiani nazionali potrebbero essere interessati alla Settimana e alle attività in programma. Fornire dati e cifre di interesse generale, riportare citazioni e offrire la possibilità di realizzare interviste può contribuire ad attirare la loro attenzione. Invia un comunicato stampa ed e-mail successive come per i quotidiani locali.

Pubblicazioni specializzate

Anche alcune pubblicazioni specializzate (occupazione e istruzione, politiche sociali o affari europei) potrebbero essere interessate alla Settimana. È bene contattarle il prima possibile perché i loro calendari editoriali potrebbero essere già pieni. Le informazioni fornite possono essere più tecniche e la presenza di un esperto o la testimonianza di qualcuno che ha beneficiato di un'IFP di qualità incoraggerà una maggiore copertura.

RELAZIONI CON I MEDIA

Di seguito è riportata una semplice lista di controllo che puoi consultare per assicurarti la copertura mediatica. Seguono consigli più approfonditi.

- Decidi a quale media rivolgerti.
- Insisti!
- Includi storie e informazioni locali interessanti e pertinenti.
- Adatta il modello del comunicato stampa sul sito web con informazioni sul tuo evento.
- Inserisci il tuo nome e i dettagli di contatto in modo da poter rispondere a eventuali domande.
- Condividi foto, video, citazioni e infografiche che possano essere pubblicate, avendo cura di rispettare gli obblighi in materia di diritto d'autore/protezione dei dati.
- Accogli i giornalisti il giorno dell'evento e presentali alle persone che potrebbero essere interessati a intervistare.
- Pensa a quali soggetti potrebbero essere intervistati.
- Invia per e-mail il comunicato stampa e le foto ai contatti media.
- Fai seguire una telefonata ai media principali.

Individuare i media cui rivolgersi

Il primo passo consiste nell'individuare i media che coprono la tua zona. Successivamente potrai reperire i contatti dei giornalisti che si occupano di eventi locali, di occupazione e istruzione, di politiche sociali o di affari europei. Potrai farlo consultando i relativi siti web o telefonando ai loro uffici. Puoi anche informarti su come inserire il tuo evento o la tua attività nel loro elenco di eventi.

Consiglio

Un buon elenco di contatti rappresenta il primo passo per ottenere un'efficace copertura mediatica. Anche inserire il tuo evento o la tua attività all'interno di un elenco di eventi ti consentirà di ottenere maggiore visibilità.

REDIGERE UN COMUNICATO STAMPA

Il miglior modo per fornire informazioni ai media consiste nell'inviare un comunicato stampa. Puoi farlo utilizzando il modello disponibile sul sito web. Dopo aver scelto il modello redatto nella lingua di tuo interesse, inserisci informazioni pertinenti e interessanti sull'evento/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 copia il comunicato stampa e incollalo direttamente all'interno dell'e-mail prima di inviarlo.

Consigli

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

DARE VITA AL TUO 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 per la settimana europea della formazione professionale
Questi elementi dovrebbero essere inseriti in tutti i comunicati stampa per far vedere che il tuo evento fa parte della Settimana. Sono disponibili nella sezione risorse del sito web.

Fotografie di eventi/attività
Le foto dei tuoi eventi/attività precedenti sono perfette da inserire nei comunicati stampa. Assicurati che le persone presenti ai tuoi eventi siano consapevoli di essere fotografate e sappiano come saranno utilizzate le immagini. Questo è un obbligo di legge. Puoi assicurartene indicandolo sugli inviti o sui biglietti, oppure affiggendo volantini esplicativi il giorno dell'evento. Rispetta il fatto che alcune persone potrebbero non voler essere fotografate o non volere che i propri figli siano fotografati. Per fotografare singole persone, dovrai far firmare loro una liberatoria; pertanto, è 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. Puoi scegliere immagini di dominio pubblico disponibili su siti quali Pixabay e Unsplash, in quanto le loro restrizioni relative ai diritti sono semplici da seguire.

DARE VITA AL TUO COMUNICATO STAMPA

Video
Inserisci un link ai video della Settimana i quali sono disponibili nella sezione risorse del sito web. Alcuni di essi sono sottotitolati in tutte le lingue dell'UE. I video attirano 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 tuo evento, puoi scegliere alcune delle storie contenute nella raccolta "Share your story" (Condividi la tua storia) presente sul sito web e personalizzare contenuti tratti dal sito web della Settimana.

Citazioni
Inserisci una citazione nel tuo comunicato stampa. Può essere una citazione dei relatori dell'evento, di esperti della tua 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, ma, quanto più saranno "locali", tanto più riguarderanno i destinatari dell'evento/attività.

REPERIRE DATI E CIFRE

Ogni organizzazione potrebbe avere accesso a dati interessanti e pertinenti. Se così non fosse, esistono alcune fonti europee di cifre e dati specifici 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(DG EAC)
- relazioni per nazione VET-in-Europe (Cedefop)
- banca dati mondiale TVET – profili nazionali (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)

Puoi anche rivolgerti alle agenzie IFP nazionali e al ministero dell'Istruzione o del Lavoro del tuo paese o della tua regione, in quanto è probabile che dispongano di relazioni sull'IFP che puoi utilizzare.

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

• Il 9,2 % della popolazione europea di età compresa tra i 25 e i 64 anni partecipa ad attività di apprendimento per gli adulti (2020). Fonte: Eurostat – Statistiche sull'apprendimento degli adulti

• Il 60 % dei diplomati IFP trova il primo lavoro a lungo termine entro un mese dalla conclusione degli studi (l'80 % dopo sei mesi) (2018). Fonte: Guida rapida all'azione dell'UE sull'istruzione e formazione professionale, pag. 11

• La pandemia di Covid-19 ha esacerbato la carenza di competenza digitali esistente, mentre stanno emergendo nuove disuguaglianze. Fonte: Agenda europea per la competitività sostenibile, l'equità sociale e la resilienza, pag. 1

DISTRIBUIRE IL COMUNICATO STAMPA

Per quanto riguarda **i media e i quotidiani locali,** invialo 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,** invia il comunicato stampa anche prima, perché i loro calendari editoriali potrebbero essere pieni già da tempo.

Puoi anche postare il comunicato stampa sul sito web della tua organizzazione e condividerlo su LinkedIn, Facebook e Twitter.

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, puoi contattarli telefonicamente per invitarli ad occuparsi dell'evento. È bene informarsi su eventuali requisiti o interessi specifici e inviare loro un promemoria prima dell'evento. Insisti!

Condurre interviste di successo

Le interviste possono essere condotte di persona durante l'evento o l'attività, al telefono o via e-mail. Nel caso sia richiesta un'intervista:

- fornisci al giornalista informazioni di base sulla tua organizzazione e sulla Settimana europea della formazione professionale. È possibile reperire informazioni sulla Settimana, sul contesto e sulle tematiche trattate sul sito web.
- decidi in anticipo cosa desideri dire. Puoi preparare appunti che ti saranno utili durante l'intervista;
- concentrati sui messaggi chiave che desideri trasmettere e presenta innanzitutto i punti principali;
- preferisci uno stile conciso e utilizza esempi e aneddoti personali che mettano in risalto la tua storia;

- fornisci i tuoi dati di contatto nel caso in cui il giornalista abbia bisogno di verificare alcune informazioni;
- se desideri che le informazioni fornite non siano citate direttamente, assicurati che questo punto sia chiaro;
- puoi organizzare l'intervista con qualcun altro, come uno dei relatori del tuo evento o un testimonial. In questo caso, decidi chi sia la persona migliore da intervistare. Accertati che le persone scelte siano disponibili a essere contattate dalla stampa e informale sui messaggi chiave. Fissa un appuntamento telefonico con i giornalisti o incontrali personalmente.

STRUMENTI UTILI SUL SITO WEB

Modello di comunicato stampa per la Settimana europea della formazione professionale

Disponibile in tutte le lingue dell'UE, pronto per essere personalizzato e inviato.

Raccolta "Share your story" (Condividi la tua storia)

Ricca di interessanti storie di successo. Aggiungi pure la tua!

Risorse visive della campagna

Mostra che le tue foto e le tue storie sono parte integrante della Settimana.

FAQ

Come posso rendere la mia storia più interessante?

Ai giornalisti piacciono le storie vere. Raccontare storie personali, inserendo citazioni e cifre, metterà in risalto il tuo comunicato stampa.

La Commissione europea fornisce i contatti dei media?

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

Ho altre domande. Chi posso contattare?

Puoi inviare un email a questo indirizzo Vocational2022@actionprgroup.com

Puoi contattarci anche sui social media, usando gli account indicati di seguito. Ricordati di utilizzare gli hashtag della campagna!

@EU_Social

@EuropeanYouthEU

#EUVocationalSkills

#DiscoverYourTalent

@SocialEurope

@EuropeanYouthEU

EU Vocational Skills Week Group

CONTATTACI

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

Email: Vocational2022@actionprgroup.com

Telefono: +357 22 818884

Sito web: ec.europa.eu/social/vocational-skills-week

Netcompany-Intrasoft/Cecoforma/Action per conto della Commissione Europea. Tutte le immagini ©Shutterstock, 2022