

È arrivato TuttoITS, il primo newsbrand sugli Istituti Tecnici Superiori in Italia

Un progetto realizzato dal Gruppo Athesis, consultabile su tuttoits.it,
e anche sotto forma di newsletter e sui principali canali social

16 Maggio 2022 – Se oggi fate un test e chiedete alle persone che conoscete che cosa sono gli ITS, mediamente 8 su 10 vi risponderanno che si tratta degli ITIS, i vecchi Istituti Tecnici Industriali Statali. Risposta sbagliata, ovviamente: gli ITS sono academy post-diploma ad alta specializzazione tecnica e tecnologica con un tasso di occupazione straordinariamente alto: l'80% a un anno dal diploma, di questi, il 92% con un'occupazione coerente con l'ITS frequentato. Presenti in Italia da 15 anni, il premier Mario Draghi ha esplicitamente citati gli ITS nel suo discorso d'insediamento e il Piano nazionale di ripresa e resilienza (PNRR) ha previsto per il loro sviluppo uno stanziamento di oltre 1 miliardo di euro, forse uno e mezzo, per raddoppiarne il numero nei prossimi 5 anni (oggi sono oltre 100). Perché tanta ed improvvisa attenzione? E' unanimemente riconosciuto che gli ITS rappresentano la migliore soluzione per risolvere il gigantesco problema del disallineamento tra domanda e offerta di lavoro e soddisfare i bisogni occupazionali reali delle aziende. Eppure, dati alla mano, queste potenziali fucine di super-tecnici hanno come principale problema il fatto di essere praticamente sconosciute. E proprio per fare luce su questo che sembra il segreto meglio custodito del sistema educativo italiano è nato **TuttoITS, il primo newsbrand indipendente interamente dedicato agli ITS in Italia**, un vero e proprio vertical digitale (dal sito www.tuttoits.it ai profili sui principali social) creato dal Gruppo Athesis per raccontare il mondo degli Istituti Tecnici Superiori in modo chiaro, semplice e rigoroso, con l'obiettivo di fare capire che la formazione tecnica non è affatto di serie B, anche se nella percezione comune è ancora troppo spesso così.

L'Italia, patria per eccellenza della cultura tecnica, procede infatti a rilento rispetto a molti altri paesi europei. In Germania gli studenti iscritti alle Fachhochschulen (equivalenti ai nostri ITS) sono la metà rispetto a quelli iscritti all'università, in Italia sono appena l'1%. Il modello tedesco, insieme a quello francese, fa scuola non solo per i numeri, ma anche perché è frutto di un lungo percorso di valorizzazione degli istituti tecnici che ne ha fatto dei pilastri del sistema educativo complementari con il sistema universitario. "Dare visibilità agli ITS e informare sul panorama della **formazione tecnica post diploma** significa offrire a studenti e

famiglie una **prospettiva più ampia sulle opportunità che esistono nel nostro paese** – commenta **Gianluca Dotti, coordinatore editoriale tuttoits.it** - e allo stesso tempo **costruire un dialogo multi-canale sul mondo del lavoro** interloquendo con le imprese radicate sui territori. Degli ITS si parla ancora troppo poco, soprattutto rispetto all'**enorme valore potenziale** che portano con sé. Non si tratta di invitare tutti a iscriversi a un ITS, ma di fare sapere che cosa sono, di discutere i temi che li riguardano e di farne conoscere l'offerta, le **opportunità e le tante innovazioni che li caratterizzano**, raccontando però anche i limiti, le occasioni perse e ciò che può essere migliorato. Insomma, **fare cultura su questo piccolo mondo in grande espansione**, anche nelle forme e nei format che meglio raggiungono le giovani generazioni".

TuttoITS si rivolge agli **studenti** e alle loro **famiglie**, alle **imprese** e a tutti gli **ITS italiani**, si occupa di orientamento, di mondo del lavoro e della relazione tra aziende e ITS, approfondisce le novità normative, racconta le innovazioni tecnologiche rese possibili dagli ITS per le singole aziende e tiene una mappa aggiornata della geografia degli ITS sull'intero territorio nazionale. Il nuovo newsbrand ha un'identità interamente digitale distribuita su più canali: **sito web, Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter e TikTok** per raggiungere un pubblico interessato agli ITS che è estremamente differenziato per età, interessi e obiettivi, ciò a cui il mondo intero – e il nostro paese in particolare – punta per il futuro. Ad alimentare i contenuti del nuovo newsbrand una redazione diffusa, equilibrata per genere e composta di giornaliste e giornalisti con un'età media di 30 anni che lavorano da diverse aree del paese. Sono loro che a ciclo continuo postano pezzi di attualità, interviste, inchieste, approfondimenti, video con un approccio di data journalism e uno sguardo a casi più o meno virtuosi che arrivano dall'estero.

Per supportare il lancio di tuttoITS il Gruppo Athesis ha scelto un selezionato numero di partner: aziende ed istituzioni come **UniCredit** e **Fondazione Cariverona** (partner nel progetto di Upskill per lo sviluppo dell'innovazione nelle imprese con il coinvolgimento di studenti degli ITS), **Stena Metall Group** (2,7 mld di fatturato, leader nel trattamento di rifiuti tecnologici e nel recupero di risorse naturali) tutte fortemente impegnate nel campo dell'education e dell'innovazione e che hanno visto in questa iniziativa un approccio diverso e nuovo ad un tema cruciale. "TuttoITS – spiega l'amministratore delegato di Athesis Matteo Montan - nasce dalla volontà di una realtà territoriale come la nostra, radicata in quel nord-est che è la culla degli ITS, di uscire dai propri confini geografici per raccontare attraverso un vertical interamente digitale un ecosistema di istituti, imprese e persone in forte espansione in tutta Italia e con un enorme potenziale. Attraverso il racconto editoriale cerchiamo di realizzare una finalità strategica che è quella fare incontrare domanda ed offerta di lavoro, di competenze e di innovazione, un'esigenza molto sentita soprattutto dalle PMI ma non solo.

Le aree su cui gli ITS insistono sono l'efficienza energetica, la mobilità sostenibile, le nuove tecnologie della vita e il biomedicale, le tecnologie per il made in Italy, quelle per i beni e le attività culturali, dell'informazione e della comunicazione, passando per la moda, la meccanica, l'agro-alimentare, i servizi alle imprese e il sistema casa. Insomma, tutto quello che oggi serve a migliaia di aziende e che migliaia di ragazzi possono imparare a fare in modo innovativo. L'obiettivo è semplice: dare una mano a famiglie, ragazzi, imprese, istituzioni e ITS a entrare in contatto".

TuttoITS, partito con un soft launch a marzo, oltre agli importanti partner citati, conta oggi già il 40% degli ITS italiani connessi alla propria piattaforma editoriale, un traffico ed una fan base in crescita costante e superiore ai piani, e una offerta di contenuti consolidata e costantemente aggiornata. Lo studio e sviluppo del sito web tuttoits.it è stato affidato a Webaze, web & media factory di Modena, mentre lo sviluppo della creatività è stato affidato all'agenzia creativa di Verona So Bright. TuttoITS può essere seguito sui principali canali digitali:

Sito web: <https://tuttoits.it/>

Instagram: <https://www.instagram.com/tuttoits/>

Facebook: <https://www.facebook.com/TuttoITS>

Twitter: <https://twitter.com/TuttoITS>

Linkedin: <https://www.linkedin.com/company/tuttoits/>

Tik Tok: @tuttoits

Per inviare comunicati o contattare la redazione: redazione@tuttoits.it

Marketing e partnership: partnership@tuttoits.it

Il Gruppo Athesis è la media company di riferimento del territorio lombardo-veneto. Gruppo Athesis, storico editore-istituzione di 3 quotidiani (L'Arena, Il Giornale di Vicenza, Bresciaoggi), relative digital e social properties e di 3 emittenti radio e tv (Radio Verona, Telearena, Telemantova), genera complessivamente sulle diverse piattaforme 7 milioni di contatti. Il Gruppo commercializza la propria offerta attraverso la media agency Publiadige. Nel proprio portafoglio Athesis annovera anche la storica casa editrice Neri Pozza e il primo newsbrand in Italia dedicato agli Istituti Tecnici Superiori (TuttoITS).

www.gruppoathesis.it
LinkedIn @gruppo-editoriale-athesis

Contatti Gruppo Editoriale Athesis:
Iliaria Bettinelli
Marketing Brand Solutions and Project Manager
iliana.bettinelli@gruppoathesis.it

Deborah Melotti
Marketing Manager
deborah.melotti@gruppoathesis.it