



(/leggi-news?)

tx_sfbanners_pi1%5Baction%5D=click&tx_sfbanners_pi1%5Bbanner%5D=92&tx_sfbanners_pi1%5Bcontroller%

Leggi news

[mediakey.tv \(/\)](#) » [News \(/news\)](#) » [Leggi news \(/leggi-news\)](#)

- ▶ [Newsletter \(/newsletter\)](#)
- ▶ [Archivio News \(/news/archivio-news\)](#)

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



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 miliar

Impostazioni Privacy

zo, 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 (<http://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 (<http://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