



# REPORT SOCIAL FONDI DI ASSISTENZA SANITARIA INTEGRATIVA

Anno 2022

Il contenuto di questo documento è di proprietà del Social Media Welfare Hub, in forma abbreviata SWHub.

Nessuna parte può essere copiata, riprodotta o trasmessa, in tutto in parte, senza il permesso di SWHub.

I marchi e nomi di marchi presenti nel documento sono di proprietà dei rispettivi Enti che ne detengono tutti i diritti.

©SWHub 2022 - Tutti i diritti riservati

<b>INTRODUZIONE</b> .....	<b>5</b>
OBIETTIVI E METODOLOGIA .....	6
PREMESSA .....	7
<b>ANALISI PRESENZA E GESTIONE SOCIAL</b> .....	<b>8</b>
ASSIDAI .....	9
ASSIDIM .....	12
ASSILT .....	15
CASAGIT SALUTE SOCIETÀ NAZIONALE DI MUTUO SOCCORSO .....	17
CASSA GALENO .....	20
CASSA MUTUA MBA .....	23
EBM SALUTE .....	27
FASDAC .....	29
FASI .....	31
FONDO ALTEA .....	33
FONDO ASIM .....	35
FONDO ASSISTENZA & BENESSERE .....	38
FONDO FASDA .....	42
FONDO METASALUTE .....	45
FONDO SALUTE SEMPRE .....	47
FONDO SANIMODA .....	49

SAN.ARTI. ....	51
SANI-FONDS .....	54
SANI.IN.VENETO .....	56
SANIFONDS TRENTINO .....	58
SANILOG .....	60
<b>ANALISI COMPARATIVA .....</b>	<b>63</b>
FACEBOOK .....	64
LINKEDIN .....	65
TWITTER .....	66
INSTAGRAM .....	67
YOUTUBE .....	68
<b>CONCLUSIONI .....</b>	<b>70</b>



**INTRODUZIONE**

## OBIETTIVI E METODOLOGIA

Dando seguito al lavoro svolto nel 2021, abbiamo deciso di condurre il seguente studio con l'obiettivo di analizzare la gestione della comunicazione sulle principali piattaforme social da parte dei fondi di assistenza sanitaria integrativa associati a Mefop.

Tale selezione ci ha consentito di acquisire un campione ristretto ma, allo stesso tempo, rappresentativo e comparabile del Settore.

Per lo studio è stato preso in considerazione un periodo temporale di 12 mesi (1 gennaio - 31 dicembre 2021).

Lo strumento utilizzato per la misurazione dei dati riportati di seguito è stato Fanpage Karma.

N.B.: il tool di monitoraggio non permette la visualizzazione delle metriche riguardanti LinkedIn.

## PREMESSA

Alcuni fondi, appartenenti al campione preso in esame, non sono stati oggetto di analisi in quanto non presenti sulle principali piattaforme social. Nel dettaglio:

- AASSOD
- ASEM
- CASDIC
- CASSA INTEGRATIVA FNM
- CASSA MUTUA ASSISTENZA BPM
- CASSA MUTUA NAZIONALE PER IL PERSONALE DELLE BANCHE DI CREDITO COOPERATIVO
- CASSA PREVILINE ASSISTANCE
- CASSA PREVIMED
- CASSA PREVINT
- CONSORZIO MU.SA
- FASIE -FONDO ASSISTENZA SANITARIA INTEGRATIVA ENERGIA
- FASIF
- FISDAF
- FISDE ENEL
- FONDAZIONE ANDI SALUTE\*
- FONDO ASSISTENZA FRA IL PERSONALE DEL GRUPPO BANCO POPOLARE
- FONDO INTEGRATIVO SANITARIO DIRIGENTI AZIENDE GRUPPO ENI
- FONDO SANITARIO INTEGRATIVO DEL GRUPPO INTESA SAN PAOLO
- PMI SALUTE
- POSTE VITA FONDO SALUTE
- PREVIGEN ASSISTENZA
- TPL SALUTE
- UNI.CA - UNICREDIT CASSA ASSISTENZA

*\* Sono invece presenti i profili social Facebook, Instagram e YouTube della Fondazione Andi Onlus oltre alla Pagina Facebook di ANDI Associazione Nazionale Dentisti Italiani.*



**ANALISI PRESENZA E GESTIONE SOCIAL  
FONDI SANITARI**



## ASSIDAI

Assidai è un fondo di assistenza sanitaria integrativa a cui si aderisce per libera scelta; non ha scopo di lucro ed è dedicato ai dirigenti, quadri, alle alte professionalità e alle loro famiglie.

Fondo Assidai è presente sui seguenti canali social:

- Facebook
- LinkedIn
- Twitter
- YouTube



## ASSIDAI



### Facebook

La Pagina Facebook di Assidai ha **2.775 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **157 post**. In media, quindi, vengono pubblicati **13 post al mese**.  
Le **interazioni medie** per post sono **54,5**.

Si evidenzia l'utilizzo di una linea grafica precisa e coerente.  
Viene effettuata attività di moderazione.

La Pagina Facebook possiede nome utente, immagine del profilo, immagine di copertina e informazioni complete.



### LinkedIn

L'account LinkedIn di Assidai ha **1.416 follower**.

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, l'account LinkedIn presenta l'immagine del profilo, l'immagine di copertina e la descrizione.

## ASSIDAI



### Twitter

Il profilo Twitter di Assidai ha **2.348 follower**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **169 tweet**, in **media 13 al mese**. Le **interazioni medie** per tweet sono **22,6**.

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, l'account Twitter presenta l'immagine del profilo, l'immagine di copertina, la descrizione e il link al sito.



### YouTube

Il canale YouTube di Assidai non mostra il numero di iscritti.

Nel periodo preso in considerazione non è stato pubblicato **alcun video**: l'ultima attività di pubblicazione risale al 2019.

## ASSIDIM

ASSIDIM è un'associazione con fini esclusivamente assistenziali e non lucrativi. Garantisce assistenze economiche e servizi in caso di malattia, infortunio, decesso, invalidità, non autosufficienza e malattie gravi a categorie omogenee di dipendenti e collaboratori aziendali.

ASSIDIM è presente sui seguenti canali social:

- Facebook
- LinkedIn
- YouTube



## ASSIDIM



### Facebook

La Pagina Facebook di ASSIDIM ha **716\*** fan.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **33 post**, con una media di **2/3 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **2,9**.

I post hanno ricevuto un unico commento per il quale non è stata effettuata attività di moderazione.

La Pagina Facebook possiede nome utente, immagine del profilo, immagine di copertina e informazioni complete.

\* Il dato è aggiornato al 26/07/2022 in quanto il tool utilizzato per la stesura del report non consente la sua visualizzazione nel periodo preso in considerazione.



### LinkedIn

L'account LinkedIn di ASSIDIM ha **607 follower**.

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, l'account LinkedIn presenta l'immagine del profilo, l'immagine di copertina e la descrizione.

## ASSIDIM



### YouTube

Il canale YouTube di ASSIDIM non mostra il numero di iscritti.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **5 video**, che hanno ottenuto **21 like** e **5.994 visualizzazioni totali**.

## ASSILT

ASSILT è l'Associazione per l'Assistenza Sanitaria Integrativa ai Lavoratori delle aziende del Gruppo Telecom Italia. L'Associazione, senza fini di lucro, è il risultato dell'impegno congiunto di Telecom Italia e delle Organizzazioni Sindacali dei lavoratori.

ASSILT è presente sui seguenti canali social:

- YouTube



## ASSILT



### YouTube

Il canale YouTube di ASSILT conta **7\*** iscritti.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **5 video**, che hanno ottenuto **1 like** e **1.404 visualizzazioni totali**.

\* Il dato è aggiornato al 26/07/2022 in quanto il tool utilizzato per la stesura del report non consente la sua visualizzazione nel periodo preso in considerazione.

## CASAGIT SALUTE

Casagit Salute Società Nazionale di Mutuo Soccorso dei giornalisti italiani “Angiolo Berti” nasce dalla trasformazione della storica omonima associazione in società di mutuo soccorso. Ha per scopo la solidarietà di mutuo soccorso in tutte le forme e modalità consentite dalla legge e dallo Statuto, nel rispetto dei principi della mutualità, dello sviluppo della personalità umana e della tutela sociale.



Casagit è presente sui seguenti canali social:

- Facebook
- LinkedIn
- Twitter
- YouTube

## CASAGIT SALUTE SOCIETÀ NAZIONALE DI MUTUO SOCCORSO



### Facebook

La Pagina Facebook di Casagit ha **5.026 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **53 post**. In media, quindi, vengono pubblicati **4/5 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **33,3**.

Si evidenzia l'utilizzo di una linea grafica precisa e coerente. Non in tutti i commenti viene svolta attività di moderazione.

La Pagina Facebook possiede nome utente, immagine del profilo, immagine di copertina e informazioni complete.



### LinkedIn

L'account LinkedIn di Casagit ha **248 follower**.

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, l'account LinkedIn presenta l'immagine del profilo, l'immagine di copertina e la descrizione.

## CASAGIT SALUTE SOCIETÀ NAZIONALE DI MUTUO SOCCORSO



### Twitter

Il profilo Twitter di Casagit ha **3.777 follower**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **83 tweet**, in **media 6/7 al mese**. Le **interazioni medie** per tweet sono **3,1**.

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, l'account Twitter presenta l'immagine del profilo, l'immagine di copertina, la descrizione e il link al sito.



### YouTube

Il canale YouTube di Casagit conta **92 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **2 video**, che hanno ottenuto **23 like** e **6.283 visualizzazioni totali**.

## CASSA GALENO

Cassa Galeno è una cassa mutua creata e gestita da medici che nasce per tutelare i medici e le proprie famiglie. Si tratta di una cooperativa che opera senza fini di lucro e offre ai soci iscritti un ventaglio completo di tutele.

Cassa Galeno è presente sui seguenti canali social:

- Facebook
- LinkedIn
- Twitter
- YouTube



## CASSA GALENO



### Facebook

La Pagina Facebook di Cassa Galeno ha **2.236 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **74 post**. In media, quindi, vengono pubblicati **6 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **3,5**.

Si evidenzia l'utilizzo di una linea grafica precisa e coerente. Viene effettuata attività di moderazione.

La Pagina Facebook possiede immagine del profilo, immagine di copertina e informazioni complete. Non è presente il nome utente.



### LinkedIn

L'account LinkedIn di Cassa Galeno ha **42 follower**.

Nel periodo preso in considerazione non è stato pubblicato alcun post.

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, l'account LinkedIn presenta l'immagine del profilo, l'immagine di copertina e la descrizione.

## CASSA GALENO



### Twitter

Il profilo Twitter di Cassa Galeno ha **25 follower**.

Nel periodo preso in considerazione non sono stati pubblicati tweet: l'attività di pubblicazione si è interrotta nel 2019.

Il profilo Twitter possiede nome utente, immagine del profilo non ottimizzata, descrizione e il link al sito. Non è presente l'immagine di copertina.



### YouTube

Il canale YouTube di Cassa Galeno conta **100 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione non è stato pubblicato **alcun video**: l'ultima attività di pubblicazione risale al 2020.

## CASSA MUTUA MBA

Cassa Mutua MBA è impegnata, nell'ambito del no-profit, nella realizzazione di un sistema di welfare inclusivo, integrativo al SSN, integrato tra soggetti pubblici e soggetti privati no-profit, aperto e continuativo tra il mondo del lavoro e la società civile.

Cassa Mutua MBA è presente sui seguenti canali social:

- Facebook
- LinkedIn
- Twitter
- Instagram
- YouTube



mutua basis assistance

## CASSA MUTUA MBA



### Facebook

La Pagina Facebook di Cassa Mutua MBA ha **24.424 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **126 post**. In media, quindi, vengono pubblicati **10 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **21,5**.

Si riscontra prevalentemente l'utilizzo di immagini fotografiche. Viene effettuata attività di moderazione.

La Pagina Facebook possiede nome utente, immagine del profilo, immagine di copertina e informazioni complete.



### LinkedIn

L'account LinkedIn di Cassa Mutua MBA ha **4.595 follower**.

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, l'account LinkedIn presenta l'immagine del profilo, l'immagine di copertina e la descrizione.

## CASSA MUTUA MBA



### Twitter

L'account Twitter di Cassa Mutua MBA ha **697 follower**.

Nel periodo preso in considerazione **non sono stati pubblicati tweet**: l'attività di pubblicazione si è interrotta nel 2020.

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, il profilo Twitter presenta l'immagine del profilo, l'immagine di copertina, la descrizione completa e il link al sito.



### Instagram

L'account Instagram conta **6\* follower**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **2 post**, entrambi nel mese di novembre. Le **interazioni medie** per post sono **0**.

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, l'account Instagram presenta l'immagine del profilo, la descrizione e il link al sito.

\* Il dato è aggiornato al 26/07/2022 in quanto il tool utilizzato per la stesura del report non consente la sua visualizzazione nel periodo preso in considerazione.

## CASSA MUTUA MBA



### YouTube

Il canale YouTube di Cassa Mutua MBA conta **2.180 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **2 video**, che hanno ottenuto **25 like** e **11.412 visualizzazioni totali**.

## EBM SALUTE

EBM Salute è il Fondo di assistenza sanitaria integrativa del settore metalmeccanico, non ha fini di lucro e ha lo scopo di garantire ai lavoratori iscritti trattamenti di assistenza sanitaria integrativa del Sistema Sanitario Nazionale.

EBM è presente sui seguenti canali social:

- YouTube



## EBM SALUTE



**YouTube**

Il canale YouTube di EBM Salute conta **4 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione è stato pubblicato **1 video**, che ha ottenuto **2 like** e **135 visualizzazioni totali**.

## FASDAC

FASDAC è il Fondo di Assistenza Sanitaria per i dirigenti delle aziende commerciali, di trasporto e spedizione, dei magazzini generali, degli alberghi e delle agenzie marittime. È un soggetto collettivo “no profit” del privato sociale che opera accanto al Servizio Sanitario Nazionale.

FASDAC è presente sui seguenti canali social:

- YouTube



## FASDAC



**YouTube**

Il canale YouTube di Fasdac conta **7 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione **non sono stati pubblicati video**.

## FASI

Fasi, Fondo di Assistenza Sanitaria Integrativa per i dirigenti di aziende produttrici di beni e servizi, è un'associazione di secondo grado senza scopo di lucro che opera in base agli accordi contrattuali fra Confindustria e Federmanager. Il Fasi è l'ente di riferimento nell'ambito dell'assistenza sanitaria integrativa per tutti i dirigenti fin dalla loro nomina in ambito aziendale.

Fasi è presente sui seguenti canali social:

- YouTube



## FASI



### YouTube

Il canale YouTube di Fasi conta **122 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione **non sono stati pubblicati video**.

## FONDO ALTEA

Altea è il Fondo di assistenza sanitaria integrativa per i lavoratori del settore Legno industria e dei settori industriali dei Materiali da costruzione.

Fondo Altea è presente sui seguenti canali social:

- LinkedIn



## FONDO ALTEA



LinkedIn

L'account LinkedIn di Fondo Altea ha **66 follower**.

Nel periodo in esame non è stato pubblicato **alcun post**.

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, l'account LinkedIn presenta l'immagine del profilo e la descrizione. Non è presente l'immagine di copertina.

## FONDO ASIM

Fondo ASIM è il Fondo di Assistenza Sanitaria integrativa del settore delle imprese esercenti Servizi di Pulizia, Servizi Integrati/Multiservizi.

Fondo ASIM è presente sui seguenti canali social:

- Facebook
- LinkedIn
- YouTube



FONDO ASIM

## FONDO ASIM



### Facebook

La Pagina Facebook di Fondo ASIM ha **21.845 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **160 post**. In media, quindi, vengono pubblicati **13 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **245,9**.

Si evidenzia l'utilizzo di una linea grafica precisa. Viene svolta attività di moderazione.

La Pagina Facebook possiede nome utente, immagine del profilo, immagine di copertina e informazioni complete.



### LinkedIn

L'account LinkedIn di Fondo ASIM ha **539 follower**.

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, l'account presenta l'immagine del profilo, l'immagine di copertina e la descrizione.

## FONDO ASIM



### YouTube

Il canale YouTube di Fondo ASIM conta **1.095** iscritti.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **14** video, che hanno ottenuto **23** like e **46.876 visualizzazioni totali**.

## FONDO ASSISTENZA & BENESSERE

Il Fondo Assistenza & Benessere è una Società di Mutuo Soccorso che si occupa dell'erogazione di prestazioni socio-sanitarie e assistenziali, opera nel campo della sanità integrativa ed eroga prestazioni con l'obiettivo di favorire il benessere dei propri assistiti.

FAB SMS è presente sui seguenti canali social:

- Facebook
- LinkedIn
- Twitter
- Instagram
- YouTube



## FONDO ASSISTENZA & BENESSERE



### Facebook

La Pagina Facebook di FAB SMS ha **5.746 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **134 post**. In media, quindi, vengono pubblicati **11 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **48,9**.

Si evidenzia l'utilizzo prevalente di immagini fotografiche, ma non c'è una linea grafica precisa. Viene svolta attività di moderazione.

La Pagina Facebook possiede nome utente, immagine del profilo, immagine di copertina e informazioni complete.



### LinkedIn

L'account LinkedIn di FAB SMS ha **167 follower**.

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, l'account presenta l'immagine del profilo, l'immagine di copertina e la descrizione.

## FONDO ASSISTENZA & BENESSERE



### Twitter

L'account Twitter FAB SMS ha **97 follower**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **19 tweet**, in **media 1/2 al mese**. Le **interazioni medie** per tweet sono **0**.

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, il profilo Twitter presenta l'immagine del profilo, l'immagine di copertina, la descrizione completa e il link al sito.



### Instagram

L'account Instagram di FAB SMS conta **1.183 follower**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **127 post**. Si tratta, dunque, di circa **2 post a settimana**. Le **interazioni medie** per post sono **6,9**.

Si riscontra una linea editoriale precisa e uno stile grafico uniforme.

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, l'account Instagram presenta l'immagine del profilo, la descrizione, il link al sito in bio e diverse stories in evidenza.

## FONDO ASSISTENZA & BENESSERE



**YouTube**

Il canale YouTube di FAB SMS conta **37 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **20 video**,  
che hanno ottenuto **12 like** e **1.451 visualizzazioni totali**.

## FONDO FASDA

Fondo FASDA ha l'obiettivo primario di regolamentare l'assistenza sanitaria integrativa e creare un unico sistema nazionale per l'intero comparto dei servizi ambientali. Il Fondo è istituito per ottimizzare il rapporto tra contribuzione versata e qualità/quantità delle prestazioni assicurate, raggiungendo la più ampia platea di lavoratori beneficiari.

Fondo FASDA è presente sui seguenti canali social:

- Facebook
- LinkedIn
- Youtube



## FONDO FASDA



### Facebook

La Pagina Facebook di Fondo FASDA ha **6.455 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **180 post**. In media, quindi, vengono pubblicati **15 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **93,5**.

Si evidenzia l'utilizzo di una linea grafica precisa e coerente. Viene effettuata attività di moderazione.

La Pagina Facebook possiede nome utente, immagine del profilo, immagine di copertina e informazioni complete.



### LinkedIn

L'account LinkedIn di Fondo FASDA ha **168 follower**.

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, l'account LinkedIn presenta l'immagine del profilo, l'immagine di copertina e la descrizione.

## FONDO FASDA



**YouTube**

Il canale YouTube di Fondo FASDA conta **188 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **9 video**, che hanno ottenuto **29 like** e **597 visualizzazioni totali**.

## FONDO METASALUTE

Metasalute è il Fondo di Assistenza Sanitaria Integrativa per i lavoratori dell'Industria metalmeccanica e dell'installazione di impianti e per i lavoratori del comparto orafa e argentiero. Il Fondo si pone l'obiettivo di dare risposte concrete alle aspettative e ai bisogni dei lavoratori offrendo prestazioni sanitarie integrative al Servizio Sanitario Nazionale.

Fondo Metasalute è presente sui seguenti canali social:

- YouTube



## FONDO METASALUTE



### YouTube

Il canale YouTube di Fondo Metasalute conta **1.680\* iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione **non sono stati pubblicati video**.  
L'ultima attività di pubblicazione risale al 2019.

\* Il dato è aggiornato al 26/07/2022 in quanto il tool utilizzato per la stesura del report non consente la sua visualizzazione nel periodo preso in considerazione.

## FONDO SALUTE SEMPRE

Il Fondo di Assistenza Sanitaria Integrativa SALUTE SEMPRE è rivolto al personale dipendente a cui si applicano i Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro dei settori industriali Grafico, Editoriale, Carta, Cartotecnico ed affini. Il Fondo è senza fini di lucro e garantisce agli iscritti e ai beneficiari trattamenti di assistenza sanitaria integrativa al Servizio Sanitario Nazionale.

Fondo SALUTE SEMPRE è presente sui seguenti canali social:

- YouTube



## FONDO SALUTE SEMPRE



### YouTube

Il canale YouTube di Fondo SALUTE SEMPRE conta **9\* iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione **non sono stati pubblicati video**.  
L'ultima attività di pubblicazione risale al 2015.

\* Il dato è aggiornato al 26/07/2022 in quanto il tool utilizzato per la stesura del report non consente la sua visualizzazione nel periodo preso in considerazione.

## FONDO SANIMODA

Sanimoda è il Fondo di assistenza sanitaria integrativa per i lavoratori dell'industria della Moda. L'obiettivo del Fondo, contraddistinto dall'essere senza scopo di lucro, è quello di supportare i bisogni e le necessità dei lavoratori, fornendo prestazioni di assistenza sanitaria integrative a quelle del Sistema Sanitario Nazionale (SSN).

Fondo Sanimoda è presente sui seguenti canali social:

- Facebook
- YouTube



## FONDO SANIMODA



### Facebook

La Pagina Facebook di Fondo Sanimoda ha **2.120 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **60 post**, in **media 5 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **12,5**.

Si riscontra l'utilizzo di una linea grafica precisa. Viene effettuata attività di moderazione.

La Pagina Facebook non ha il nome utente. Presenta immagine del profilo, immagine di copertina e informazioni complete.



### YouTube

Il canale YouTube di Fondo Sanimoda conta **744 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **14 video** che hanno ottenuto **24 like** e **1.547 visualizzazioni totali**.

## SAN.ARTI.

SAN.ARTI. è il Fondo di Assistenza Sanitaria Integrativa per i Lavoratori dell'Artigianato che non persegue fini di lucro.

Fondo SAN.ARTI. è presente sui seguenti canali social:

- Facebook
- Twitter
- YouTube



## SAN.ARTI.



### Facebook

La Pagina Facebook di SAN.ARTI. ha **9.068 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **25 post**, una **media di 2 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **68,1**.

Si evidenzia l'utilizzo di una linea grafica precisa. Non viene svolta attività di moderazione.

La Pagina Facebook possiede nome utente, immagine del profilo, immagine di copertina e informazioni complete.



### Twitter

Il profilo Twitter di SAN.ARTI. conta **384 follower**.

Nel periodo preso in considerazione **non sono stati pubblicati tweet**: l'attività di pubblicazione si è interrotta nel 2019.

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, il profilo Twitter presenta l'immagine del profilo, l'immagine di copertina, la descrizione completa e il link al sito.

## SAN.ARTI.



**YouTube**

Il canale YouTube SAN.ARTI. conta **262 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione è stato pubblicato **1 video** che ha ottenuto **0 like** e **422 visualizzazioni totali**.

## SANI-FONDS

SANI-FONDS è il Fondo Sanitario Integrativo per l'Artigianato della Provincia di Bolzano. Si rivolge principalmente alle aziende del settore Artigiano. Lo scopo esclusivo del Fondo è l'erogazione di trattamenti e prestazioni socio-sanitarie integrative e/o complementari al Servizio Nazionale in favore dei lavoratori dipendenti.

SANI-FONDS è presente sui seguenti canali social:

- Facebook



## SANI-FONDS



### Facebook

La Pagina Facebook di SANI-FONDS ha **199 fan**.

Nel periodo preso in considerazione **non sono stati pubblicati post**:  
l'attività di pubblicazione si è interrotta nel 2017.

La Pagina Facebook possiede immagine del profilo, immagine di copertina e informazioni complete. Non è presente il nome utente.

## SANI.IN.VENETO

Sani.In.Veneto è il Fondo di assistenza sanitaria integrativa regionale per i lavoratori delle imprese artigiane del Veneto, che garantisce un'assistenza completamente gratuita per i lavoratori dipendenti.

Sani.In.Veneto è presente sui seguenti canali social:

- Facebook
- YouTube



## SANI.IN.VENETO



### Facebook

La Pagina Facebook di Sani.In.Veneto ha **2.346 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **231 post**, una media di **19 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **8,5**.

Si evidenzia l'utilizzo prevalente di immagini fotografiche. Viene svolta attività di moderazione.

La Pagina Facebook possiede nome utente, immagine del profilo, immagine di copertina e informazioni complete.



### YouTube

Il canale YouTube di Sani.In.Veneto conta **27\* iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **9 video** che hanno ottenuto **0 like** e **351 visualizzazioni totali**.

\* Il dato è aggiornato al 26/07/2022 in quanto il tool utilizzato per la stesura del report non consente la sua visualizzazione nel periodo preso in considerazione.

## SANIFONDS TRENINO

Il Fondo Sanifonds Trentino ha la natura giuridica di associazione non riconosciuta, non persegue fini di lucro ed è aperto a tutti i dipendenti pubblici e privati del Trentino. La sua finalità è garantire ai propri iscritti prestazioni sanitarie integrative del sistema sanitario pubblico.

Sanifonds Trentino è presente sui seguenti canali social:

- LinkedIn
- YouTube



## SANIFONDS TRENTINO



### LinkedIn

L'account LinkedIn di Sanifonds Trentino ha **355 follower**.

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, l'account LinkedIn presenta l'immagine del profilo, l'immagine di copertina e la descrizione.



### YouTube

Il canale YouTube di Sanifonds Trentino conta **1 iscritto**.

Nel periodo preso in considerazione non è stato pubblicato **alcun video**: l'ultima attività di pubblicazione risale al 2020.

## SANILOG

Sanilog è il Fondo di sanità integrativa gratuito per i dipendenti del settore logistica, trasporto merci e spedizione. Il Fondo garantisce importanti servizi di prevenzione, cura della salute e servizi assistenziali integrando le prestazioni fornite dal Servizio Sanitario Nazionale.

Fondo Sanilog è presente sui seguenti canali social:

- Facebook
- LinkedIn
- YouTube



## SANILOG



### Facebook

La Pagina Facebook di Sanilog ha **2.609 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **24 post**, una media di **2 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **22,8**.

Si evidenzia l'utilizzo di una linea grafica precisa. Viene svolta attività di moderazione non continua.

La Pagina Facebook possiede immagine del profilo, immagine di copertina, informazioni complete. Non è presente il nome utente.



### LinkedIn

L'account LinkedIn di Sanilog ha **397 follower**.

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, l'account LinkedIn presenta l'immagine del profilo, l'immagine di copertina e la descrizione.

## SANILOG



**YouTube**

Il canale YouTube di Sanilog conta **51 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **5 video** che hanno ottenuto **34 like** e **22.440 visualizzazioni totali**.



**ANALISI COMPARATIVA**



PAGINA	N° FAN	N° POST	INTERAZIONI MEDIE PER POST
<b>Assidai</b>	2.775	157	54,5
<b>ASSIDIM</b>	716*	33	2,9
<b>Casagit Salute Società Nazionale di Mutuo Soccorso</b>	5.026	53	33,3
<b>Cassa Galeno</b>	2.236	74	3,5
<b>Cassa Mutua MBA</b>	24.424	126	21,5
<b>Fondo ASIM</b>	21.845	160	245,9
<b>Fondo Assistenza &amp; Benessere</b>	5.746	134	48,9
<b>Fondo FASDA</b>	6.455	180	93,5
<b>Fondo Sanimoda</b>	2.120	60	12,5
<b>SAN.ARTI.</b>	9.068	25	68,1
<b>SANI-FONDS</b>	199	0	0
<b>Sani.In.Veneto</b>	2.346	231	8,5
<b>Sanilog</b>	2.609	24	22,8

\* Il dato è aggiornato al 26/07/2022 in quanto il tool utilizzato per la stesura del report non consente la sua visualizzazione nel periodo preso in considerazione.



PAGINA	N° FOLLOWER
<b>Assidai</b>	1.416
<b>ASSIDIM</b>	607
<b>Casagit Salute Società Nazionale di Mutuo Soccorso</b>	248
<b>Cassa Galeno</b>	42
<b>Cassa Mutua MBA</b>	4.595
<b>Fondo Altea</b>	66
<b>Fondo ASIM</b>	539
<b>Fondo Assistenza &amp; Benessere</b>	167
<b>Fondo FASDA</b>	168
<b>Sanifonds Trentino</b>	355
<b>Sanilog</b>	397

**Nota:** tutti i dati sono aggiornati al giorno 26/07/2022 in quanto il tool utilizzato per la stesura del report non consente la loro visualizzazione nel periodo preso in considerazione.



**TWITTER**

ACCOUNT	N° FOLLOWER	N° TWEET	INTERAZIONI MEDIE PER TWEET
<b>Assidai</b>	2.348	169	22,6
<b>Casagit Salute Società Nazionale di Mutuo Soccorso</b>	3.777	83	3,1
<b>Cassa Galeno</b>	25	0	0
<b>Cassa Mutua MBA</b>	697	0	0
<b>Fondo Assistenza &amp; Benessere</b>	97	19	0
<b>SAN.ARTI.</b>	384	0	0

**INSTAGRAM**

ACCOUNT	N° FOLLOWER	N° POST	INTERAZIONI MEDIE PER POST
<b>Cassa Mutua MBA</b>	6*	2	0
<b>Fondo Assistenza &amp; Benessere</b>	1.183	127	6,9

\* Il dato è aggiornato al 26/07/2022 in quanto il tool utilizzato per la stesura del report non consente la sua visualizzazione nel periodo preso in considerazione.



CANALE	N° ISCRITTI	N° VIDEO	N° LIKE	VISUALIZZAZIONI TOTALI
<b>Assidai</b>	n.d	0	0	0
<b>ASSIDIM</b>	n.d	5	21	5.994
<b>ASSILT</b>	7*	5	1	1.404
<b>Casagit Salute Società Nazionale di Mutuo Soccorso</b>	92	2	23	6.283
<b>Cassa Galeno</b>	100	0	0	0
<b>Cassa Mutua MBA</b>	2.180	2	25	11.412
<b>EBM Salute</b>	4	1	2	135
<b>FASDAC</b>	7	0	0	0
<b>Fasi</b>	122	0	0	0
<b>Fondo ASIM</b>	1.090	14	23	46.876
<b>Fondo Assistenza &amp; Benessere</b>	37	20	12	1.451
<b>Fondo FASDA</b>	188	9	29	597

\* Il dato è aggiornato al 26/07/2022 in quanto il tool utilizzato per la stesura del report non consente la sua visualizzazione nel periodo preso in considerazione.



CANALE	N° ISCRITTI	N° VIDEO	N° LIKE	VISUALIZZAZIONI TOTALI
<b>Fondo Metasalute</b>	1.680*	0	0	0
<b>Fondo SALUTE SEMPRE</b>	9*	0	0	0
<b>Fondo Sanimoda</b>	744	14	24	1.547
<b>SAN.ARTI.</b>	262	1	0	422
<b>Sani.In.Veneto</b>	27*	9	0	351
<b>Sanifonds Trentino</b>	1	0	0	0
<b>Sanilog</b>	51	5	34	22.440

\* I dati sono aggiornati al 26/07/2022 in quanto il tool utilizzato per la stesura del report non consente la loro visualizzazione nel periodo preso in considerazione.



**CONCLUSIONI**

## CONCLUSIONI

L'analisi mostra come, in generale, buona parte dei fondi di assistenza sanitaria integrativa presi in esame abbiano colto l'importanza dei social come mezzo per comunicare in maniera diretta con gli utenti e per far conoscere loro le prestazioni erogate. Tuttavia, ancora molti di questi Enti utilizzano tali canali in modo limitato e discontinuo, come si nota ad esempio dalla grande variabilità delle performance registrate (in particolare il numero di post pubblicati e le interazioni medie).

I canali più utilizzati dai fondi sanitari analizzati risultano essere Facebook, LinkedIn e YouTube. Quest'ultimo, in particolare, risulta particolarmente diffuso, sebbene con performance (in termini di iscritti, video pubblicati e visualizzazioni) altalenanti. Ciò può essere dovuto a vari fattori, non ultima l'importanza dei video-tutorial per illustrare agli iscritti le procedure da seguire per richiedere le prestazioni offerte.

L'analisi condotta, comunque, evidenzia ancora un livello medio-basso di digitalizzazione del Settore: sui 44 fondi sanitari associati a Mefop, infatti, ben 23 non sono presenti sui social.



[www.swhub.it](http://www.swhub.it)



[www.open-box.it](http://www.open-box.it)