



REPORT SOCIAL FONDI DI ASSISTENZA SANITARIA INTEGRATIVA

Anno 2023



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 o 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 2023 - Tutti i diritti riservati

INTRODUZIONE	5
OBIETTIVI E METODOLOGIA	6
PREMESSA	7
ANALISI PRESENZA E GESTIONE SOCIAL	8
ASSIDAI	9
ASSIDIM	12
ASSILT	15
CASAGIT SALUTE SOCIETÀ NAZIONALE DI MUTUO SOCCORSO	17
CASSA GALENO	21
CASSA INTEGRATIVA FNM	24
CASSA MUTUA MBA	28
EBM SALUTE	31
ENTE MUTUO REGIONALE	33
FASDAC	36
FASI	38
FONDO ALTEA	40
FONDO ASIM	42
FONDO ASSISTENZA & BENESSERE	45
FONDO FASDA	49
FONDO EST	52

FONDO METASALUTE	54
FONDO SALUTE SEMPRE	56
FONDO SANIMODA	58
SAN.ARTI.	61
SANI-FONDS	64
SANI.IN.VENETO	66
SANIFONDS TRENINO	68
SANILOG	70
ANALISI COMPARATIVA	73
FACEBOOK	74
LINKEDIN	76
INSTAGRAM	78
YOUTUBE	79
TWITTER	81
TELEGRAM	82
CONCLUSIONI	83



INTRODUZIONE

swhub
BY MEFOPI

OBIETTIVI E METODOLOGIA

Dando seguito al lavoro svolto nel 2021 e nel 2022, abbiamo condotto un nuovo studio volto ad **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 2022).**

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 e Telegram. I dati relativi al numero dei follower su LinkedIn sono stati raccolti il 21/06/2023, mentre quelli relativi a Telegram sono stati raccolti manualmente al 31/12/2022.

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 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
- PREVIASS II
- PREVIGEN ASSISTENZA
- TPL SALUTE
- UNI.CA - UNICREDIT CASSA ASSISTENZA

* Sono invece presenti i profili social Facebook, Instagram e YouTube della Fondazione Andi Onlus.



ANALISI PRESENZA E GESTIONE SOCIAL FONDI DI ASSISTENZA SANITARIA INTEGRATIVA

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:



ASSIDAI



Facebook

La Pagina Facebook di Assidai ha **2.835 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **165 post**. In media, quindi, vengono pubblicati circa **14 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **37,3**.

Si evidenzia l'utilizzo di una linea grafica precisa e coerente. Non 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 **1.799 follower**.

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

ASSIDAI



YouTube

Il canale YouTube di Assidai ha **54 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione è stato pubblicato **1 video** che ha ottenuto **55 visualizzazioni** ma nessun like.



Twitter

Il profilo Twitter di Assidai ha **2.627 follower**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **179 tweet**, in media **15 al mese**. Le **interazioni medie** per tweet sono **18,8**.

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.

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:



ASSIDIM



Facebook

La Pagina Facebook di ASSIDIM ha **709 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **41 post**, con una media di **3 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **1,9**.

I post hanno ricevuto pochi commenti per i quali è stata effettuata attività di moderazione.

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



LinkedIn

L'account LinkedIn di ASSIDIM ha **876 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 ha **28 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione è stato pubblicato **1 video**, che ha ottenuto **28 visualizzazioni totali** ma **nessun like**.

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:



ASSILT



YouTube

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

Nel periodo preso in considerazione non è stato pubblicato **nessun video**.

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 Salute è presente sui seguenti canali social:



CASAGIT SALUTE



Facebook

La Pagina Facebook di Casagit Salute ha **5.165 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **46 post**. Tendenzialmente, quindi, vengono pubblicati circa **4 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **20,8**.

Si evidenzia l'utilizzo di una linea grafica precisa e coerente. L'attività di moderazione è discontinua e non a tutti i commenti viene fornito un feedback.

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



LinkedIn

L'account LinkedIn di Casagit Salute ha **342 follower**.

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

CASAGIT SALUTE



Instagram

L'account Instagram di Casagit Salute è stato creato a luglio 2022 e conta **128 follower***. Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **10 post**. Si tratta, dunque, di una frequenza di circa **2 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **5,2**. 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 le stories in evidenza. Si tratta, però, di un profilo personale e non aziendale: ciò non è una scelta ottimale poiché molte delle funzioni offerte dalla Piattaforma (insight professionali, attivazione adv, info di contatto visibili, ecc.) non sono attivabili.

* Numero di follower al 21/06/2023. Trattandosi di un profilo personale non è possibile, mediante il tool di monitoraggio utilizzato, rintracciare il numero di follower risalente al 31/12/2022.



YouTube

Il canale YouTube di Casagit Salute conta **120 iscritti**.

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

CASAGIT SALUTE



Twitter

Il profilo Twitter di Casagit Salute ha **3.867 follower**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **84 tweet**, in **media 7 al mese**. Le **interazioni medie** per tweet sono **4**.

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.

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:



CASSA GALENO



Facebook

La Pagina Facebook di Cassa Galeno ha **2.255 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **88 post**. Tendenzialmente, quindi, vengono pubblicati **7 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **2,8**.

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 Cassa Galeno ha **46 follower**.

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

CASSA GALENO



YouTube

Il canale YouTube di Cassa Galeno conta **120 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione **non è stato pubblicato alcun video**: l'ultimo contenuto pubblicato risale a ottobre 2020.



Twitter

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

Nel periodo preso in considerazione **non sono stati pubblicati tweet**: l'ultimo contenuto risale a maggio 2019.

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

CASSA INTEGRATIVA FNM

Cassa Integrativa di Mutuo Soccorso Ferrovie Nord Milano è costituita ai sensi della Legge 15 aprile 1886 n. 3818. Si tratta di un'associazione di mutuo soccorso tra i dipendenti e i pensionati delle Società del Gruppo FNM avente lo scopo di erogare sussidi ad integrazione del Servizio Sanitario Nazionale e sussidi non sanitari.

Cassa Integrativa FNM è presente sui seguenti canali social:



CASSA INTEGRATIVA FNM



Facebook

La Pagina Facebook di Cassa Integrativa FNM ha **11.465 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **93 post**. Tendenzialmente, quindi, vengono pubblicati circa **8 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **210,2**.

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 Integrativa FNM ha **7.571 follower**.

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

CASSA INTEGRATIVA FNM



Instagram

L'account Instagram di Cassa Integrativa FNM conta **1.372 follower**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **83 post**. Mediamente vengono pubblicati circa **2 post alla settimana**. Le **interazioni medie** per post sono **158,4**.

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, l'account Instagram presenta l'immagine del profilo, la descrizione e un link che rimanda a sito ufficiale, iscrizione alla newsletter e museo virtuale di Ferrovie Nord.



YouTube

Il canale YouTube di Cassa Integrativa FNM conta **286 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **8 video**, che hanno ottenuto **657 visualizzazioni totali** ma **nessun like**.

CASSA INTEGRATIVA FNM



Twitter

L'account Twitter di Cassa Integrativa FNM ha **475 follower**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **27 tweet**, per una media di **2 tweet al mese**. Le **interazioni medie** per tweet sono **3,7**.

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.

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:



CASSA MUTUA MBA



Facebook

La Pagina Facebook di Cassa Mutua MBA ha **24.486 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **71 post**. Tendenzialmente, quindi, vengono pubblicati **6 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **47,6**.

Si riscontra prevalentemente l'utilizzo di immagini fotografiche, mentre sono sporadici i link. 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 **4.949 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



YouTube

Il canale YouTube di Cassa Mutua MBA conta **2.630 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **10 video**, che hanno ottenuto **55 like** e **46.702 visualizzazioni totali**.



Twitter

L'account Twitter di Cassa Mutua MBA ha **681 follower**.

Nel periodo preso in considerazione **non sono stati pubblicati tweet**: l'ultimo risale a settembre 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.

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 Salute è presente sui seguenti canali social:



EBM SALUTE



YouTube

Il canale YouTube di EBM Salute conta **8 iscritti**.

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

ENTE MUTUO REGIONALE

Ente Mutuo Regionale Unione ConfCommercio – Società di Mutuo Soccorso, nasce nel 1955 nell'ambito dell'Unione Commercianti: non ha scopi di lucro e ha per oggetto l'assistenza sanitaria dei propri iscritti.

Ente Mutuo Regionale è presente sui seguenti canali social:



ENTE MUTUO REGIONALE



Facebook

La Pagina Facebook di Ente Mutuo Regionale ha **1.010 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **124 post**. Tendenzialmente, quindi, vengono pubblicati **10 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **2**.

Si riscontra prevalentemente l'utilizzo di link.

La Pagina Facebook possiede nome utente, immagine del profilo e informazioni complete. L'immagine di copertina non è ottimizzata.



LinkedIn

L'account LinkedIn di Ente Mutuo Regionale ha **1.052 follower**.

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

ENTE MUTUO REGIONALE



YouTube

Il canale YouTube di Ente Mutuo Regionale conta **42 iscritti***.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **10 video**, che hanno ottenuto **4 like** e **365 visualizzazioni**.

* Il dato si riferisce agli iscritti in data 21/06/2023, in quanto il tool utilizzato non ha permesso di risalire agli iscritti registrati in data 31/12/2022.



Twitter

Il profilo Twitter di Ente Mutuo Regionale ha **132 follower***.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **92 tweet**, circa **8 tweet al mese**. Le **interazioni medie** per tweet sono **0,3**.

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.

* Il dato si riferisce ai follower in data 21/06/2023, in quanto il tool utilizzato non ha permesso di risalire ai follower registrati in data 31/12/2022.

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:



FASDAC



YouTube

Il canale YouTube di Fasdac conta **10 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **6 video**, che hanno ottenuto **9 like** e **4.231 visualizzazioni totali**.

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.

Il Fasi è presente sui seguenti canali social:



FASI



YouTube

Il canale YouTube del Fasi conta **126 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione **non è stato pubblicato nessun video**. L'ultimo contenuto risale a ottobre 2018.



Twitter

Il profilo Twitter del Fasi ha **85 follower***.

Nel periodo preso in considerazione **non è stato pubblicato nessun tweet**.

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.

* Il dato si riferisce ai follower in data 21/06/2023, in quanto il tool utilizzato non ha permesso di risalire ai follower registrati in data 31/12/2022.

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:



FONDO ALTEA



LinkedIn

L'account LinkedIn di Fondo Altea ha **88 follower**.

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:



FONDO  SIM

Fondo di assistenza sanitaria integrativa multiservizi

FONDO ASIM



Facebook

La Pagina Facebook di Fondo ASIM ha **24.682 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **170 post**. Tendenzialmente, quindi, vengono pubblicati **14 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **156,7**.

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 **655 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 **1.389 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **7 video**, che hanno ottenuto **267 like** e **663.438 visualizzazioni totali**.



Telegram

Il canale Telegram di Fondo ASIM conta **665 iscritti***.

Nel periodo preso in considerazione sono state fatte **51 pubblicazioni**, quindi, mediamente, **4 al mese**.

Si riscontra prevalentemente l'utilizzo di link.

Il canale presenta l'immagine, la descrizione e il link al sito ufficiale.

* Il tool di monitoraggio non permette la visualizzazione delle metriche riguardanti Telegram. Il dato al 31/12/2022 è stato rilevato manualmente.

FONDO ASSISTENZA & BENESSERE

FAB - Fondo Assistenza e Benessere S.M.S. 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. Oltre ad aver incorporato SEB - Salute e Benessere, il Fondo ha cambiato denominazione in Salutissima SMS ETS.

FAB SMS è presente sui seguenti canali social:



FONDO ASSISTENZA & BENESSERE



Facebook

La Pagina Facebook di FAB SMS ha **5.877 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **120 post**. In media, quindi, vengono pubblicati **12 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **51,2**.

Si evidenzia una linea grafica precisa e un utilizzo prevalente di link. Viene svolta attività di moderazione.

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



LinkedIn

L'account LinkedIn di FAB SMS ha **231 follower**.

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

FONDO ASSISTENZA & BENESSERE



Instagram

L'account Instagram di FAB SMS conta **1.180 follower**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **122 post**. Si tratta, dunque, di circa **2 post a settimana**. Le **interazioni medie** per post sono **48**.

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 le stories in evidenza.



YouTube

Il canale YouTube di FAB SMS conta **36 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **3 video**, che hanno ottenuto **0 like** e **66 visualizzazioni totali**.

FONDO ASSISTENZA & BENESSERE



Twitter

L'account Twitter FAB SMS ha **98 follower**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **46 tweet**, circa **4 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.

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:



FONDO FASDA



Facebook

La Pagina Facebook di Fondo FASDA ha **7.194 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **160 post**. Tendenzialmente, quindi, vengono pubblicati **13 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **81,7**.

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 **234 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 **206 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **6 video**, che hanno ottenuto **1 like** e **414 visualizzazioni totali**.

FONDO EST

Fondo EST ha lo scopo di garantire, ai lavoratori iscritti, trattamenti di assistenza sanitaria integrativa al Servizio Sanitario Nazionale. L'ente ha la natura giuridica di associazione non riconosciuta e non persegue fini di lucro.

Fondo EST è presente sui seguenti canali social:



FONDO EST



Facebook

La Pagina Facebook di Fondo EST ha **1.554 fan***.

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

La Pagina Facebook ha il nome utente. Presenta immagine del profilo e immagine di copertina. Le informazioni sono riportate in modo non ottimizzato per la nuova esperienza delle Pagine di Facebook: la descrizione in breve, infatti, risulta non visualizzabile al meglio.

* Il dato si riferisce ai fan in data 21/06/2023, in quanto il tool utilizzato non ha permesso di risalire ai fan registrati in data 31/12/2022.



YouTube

Il canale YouTube di Fondo EST conta **616 iscritti***.

Nel periodo preso in considerazione **non è stato pubblicato nessun video**.

* Il dato si riferisce agli iscritti in data 21/06/2023, in quanto il tool utilizzato non ha permesso di risalire agli iscritti registrati in data 31/12/2022.

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 orafo 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:



FONDO METASALUTE



YouTube

Il canale YouTube di Fondo Metasalute conta **269 iscritti***.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **10 video**, che hanno totalizzato **82 like** e **84.139 visualizzazioni**.

* Il dato si riferisce agli iscritti in data 21/06/2023, in quanto il tool utilizzato non ha permesso di risalire agli iscritti registrati in data 31/12/2022.

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:



Salute Sempre
assistenza sanitaria integrativa
stampa editoria carta cartotecnica ed affini

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.

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:



FONDO SANIMODA



Facebook

La Pagina Facebook di Fondo Sanimoda ha **3.935 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **67 post**. Tendenzialmente, quindi, vengono pubblicati **6 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **147,4**.

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 Sanimoda ha **769 follower**.

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

FONDO SANIMODA



YouTube

Il canale YouTube di Fondo Sanimoda conta **951 iscritti**.

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



Telegram

Il canale Telegram di Fondo Sanimoda conta **509 iscritti***.

Nel periodo preso in considerazione sono state fatte **17 pubblicazioni**, quindi, mediamente, **2 al mese****.

Si riscontra prevalentemente l'utilizzo di link.

Il canale presenta l'immagine, la descrizione e il link al sito ufficiale.

* Il tool di monitoraggio non permette la visualizzazione delle metriche riguardanti Telegram. Il dato al 31/12/2022 è stato rilevato manualmente.

** Il canale Telegram è stato aperto a maggio 2022.

SAN.ARTI.

SAN.ARTI. è il Fondo di assistenza sanitaria integrativa per i Lavoratori dell'Artigianato che non persegue fini di lucro. SAN.ARTI. eroga agli Iscritti e agli aventi diritto prestazioni sanitarie e socio-sanitarie.

Fondo SAN.ARTI è presente sui seguenti canali social:



FONDO DI ASSISTENZA SANITARIA
INTEGRATIVA DELL'ARTIGIANATO

SAN.ARTI.



Facebook

La Pagina Facebook di SAN.ARTI. ha **12.452 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **82 post**, una **media di 7 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **19**.

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

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



YouTube

Il canale YouTube di SAN.ARTI. conta **317 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **5 video** che hanno ottenuto **19 like** e **15.370 visualizzazioni totali**.

SAN.ARTI.



Twitter

Il profilo Twitter di SAN.ARTI. conta **381 follower**.

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

SANI-FONDS

SANI-FONDS è la cassa integrativa sanitaria per l'Artigianato della Provincia di Bolzano. Si rivolge principalmente alle imprese artigiane iscritte al Fondo in base a quanto previsto dal contratto collettivo di lavoro. Lo scopo dei fondi SANI è esclusivamente il pagamento delle spese sanitarie a favore dei dipendenti, quale servizio integrativo e/o aggiuntivo alle prestazioni sanitarie esistenti del Servizio Sanitario Statale.

SANI-FONDS è presente sui seguenti canali social:



SANI-FONDS



Facebook

La Pagina Facebook di SANI-FONDS ha **203 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:



SANI.IN.VENETO

SANI.IN.VENETO



Facebook

La Pagina Facebook di Sani.In.Veneto ha **2.702 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **283 post**, circa **24 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **6**.

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 **30 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **15 video** che hanno ottenuto **8 like** e **1.515 visualizzazioni totali***.

* I dati si riferiscono ai like e alle visualizzazioni in data 21/06/2023, in quanto il tool utilizzato non ha permesso di risalire alle metriche al 31/12/2022.

SANIFONDS TRENTINO

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:



SANIFONDS TRENTINO



LinkedIn

L'account LinkedIn di Sanifonds Trentino ha **589 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 a marzo 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.

Sanilog è presente sui seguenti canali social:



SANILOG



Facebook

La Pagina Facebook di Sanilog ha **2.819 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **16 post**, circa **1 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **16,2**.

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

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



LinkedIn

L'account LinkedIn di Sanilog ha **446 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 **64 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione è stato pubblicato **1 video**, che ha ottenuto **10 like** e **7.294 visualizzazioni**.



ANALISI COMPARATIVA



FACEBOOK

PAGINA	N° FAN	N° POST	INTERAZIONI MEDIE PER POST
Assidai	2.835 (+60)	165 (+8)	37,3 (-17,2)
ASSIDIM	709 (-7)	41 (+8)	1,9 (-1)
Casagit Salute Società Nazionale di Mutuo Soccorso	5.165 (+139)	46 (-7)	20,8 (-12,5)
Cassa Galeno	2.255 (+19)	88 (+14)	2,8 (-0,7)
Cassa Integrativa FNM	11.465 (n.d.)**	93 (n.d.)**	210,2 (n.d.)**
Cassa Mutua MBA	24.486 (+62)	71 (-55)	47,6 (+26,1)
Ente Mutuo Regionale	1.010 (n.d.)**	124 (n.d.)**	2 (n.d.)**
Fondo ASIM	24.682 (+2.837)	170 (+10)	156,7 (-89,2)
Fondo Assistenza & Benessere	5.877 (+131)	120 (-14)	51,2 (+2,3)
Fondo FASDA	7.194 (+739)	160 (-20)	81,7 (-11,8)
Fondo EST	1.554* (n.d.)**	0 (n.d.)**	n.d. (n.d.)**

Nota: tra parentesi è riportata la variazione del dato rispetto al 2021.

* Dato al 21/06/2023.

** Il fondo non era presente nel report precedente, pertanto non è possibile indicare la variazione.



FACEBOOK

PAGINA	N° FAN	N° POST	INTERAZIONI MEDIE PER POST
Fondo Sanimoda	3.935 (+1.815)	67 (+7)	147,4 (+134,9)
SAN.ARTI.	12.452 (+3.384)	82 (+57)	19 (-49,1)
SANI-FONDS	203 (+4)	0 (-)	n.d. (n.d.)
Sani.In.Veneto	2.702 (+356)	283 (+52)	6 (-2,5)
Sanilog	2.819 (+210)	16 (-8)	16,2 (-6,6)

Nota: tra parentesi è riportata la variazione del dato rispetto al 2021.



PAGINA	N° FOLLOWER
Assidai	1.799 (+383)
ASSIDIM	876 (+269)
Casagit Salute Società Nazionale di Mutuo Soccorso	342 (+94)
Cassa Galeno	46 (+4)
Cassa Integrativa FNM	7.571 (n.d.)*
Cassa Mutua MBA	4.949 (+354)
Ente Mutuo Regionale	1.052 (n.d.)*
Fondo Altea	88 (+22)
Fondo ASIM	655 (+116)
Fondo Assistenza & Benessere	231 (+64)
Fondo FASDA	234 (+66)

Nota: tra parentesi è riportata la variazione del dato rispetto al 2021.

* Il fondo non era presente nel report precedente, pertanto non è possibile indicare la variazione.



PAGINA	N° FOLLOWER
Fondo Sanimoda	769 (n.d.)*
Sanifonds Trentino	589 (+234)
Sanilog	446 (+49)

Nota: tra parentesi è riportata la variazione del dato rispetto al 2021.

* Il Fondo, nel report precedente, non era presente su LinkedIn e pertanto non è possibile indicare la variazione.



INSTAGRAM

ACCOUNT	N° FOLLOWER	N° POST	INTERAZIONI MEDIE PER POST
Casagit Salute Società Nazionale di Mutuo Soccorso	128* (n.d.)**	10 (n.d.)**	5,2 (n.d.)**
Cassa Integrativa FNM	1.372 (n.d.)***	83 (n.d.)***	158,4 (n.d.)***
Fondo Assistenza & Benessere	1.180 (-3)	122 (-5)	48 (+41,1)

Nota: tra parentesi è riportata la variazione del dato rispetto al 2021.

* Dato al 21/06/2023.

** Il fondo, nel report precedente, non era presente su Instagram, pertanto non è possibile indicare la variazione.

*** Il fondo non era presente nel report precedente, pertanto non è possibile indicare la variazione.



CANALE	N° ISCRITTI	N° VIDEO	N° LIKE	VISUALIZZAZIONI TOTALI
Assidai	54 (n.d.)***	1 (+1)	0 (n.d.)	55 (n.d.)
ASSIDIM	28 (n.d.)***	1 (-4)	0 (-21)	28 (-5.966)
ASSILT	7 (-)	0 (-5)	n.d. (n.d.)	n.d. (n.d.)
Casagit Salute Società Nazionale di Mutuo Soccorso	120 (+28)	0 (-2)	n.d. (n.d.)	n.d. (n.d.)
Cassa Galeno	120 (+20)	0 (-)	n.d. (n.d.)	n.d. (n.d.)
Cassa Integrativa FNM	286 (n.d.)**	8 (n.d.)**	0 (n.d.)**	657 (n.d.)**
Cassa Mutua MBA	2.630 (+450)	10 (+8)	55 (+30)	46.702 (+35.290)
EBM Salute	8 (+4)	0 (-1)	n.d. (n.d.)	n.d. (n.d.)
Ente Mutuo Regionale	42* (n.d.)**	10 (n.d.)**	4 (n.d.)**	365 (n.d.)**
FASDAC	10 (+3)	6 (+6)	9 (n.d.)	4.231 (n.d.)
Fasi	126 (+4)	0 (-)	n.d. (n.d.)	n.d. (n.d.)

Nota: tra parentesi è riportata la variazione del dato rispetto al 2021.

* Dato al 21/06/2023.

** Il fondo non era presente nel report precedente, pertanto non è possibile indicare la variazione.

*** Nel report precedente il numero di iscritti era n.d., pertanto non è possibile indicare la variazione.



CANALE	N° ISCRITTI	N° VIDEO	N° LIKE	VISUALIZZAZIONI TOTALI
Fondo ASIM	1.389 (+299)	7 (-7)	267 (+244)	663.438 (+619.562)
Fondo Assistenza & Benessere	36 (-1)	3 (-17)	0 (-12)	66 (-1.385)
Fondo FASDA	206 (+18)	6 (-3)	1 (-28)	414 (-183)
Fondo EST	616* (n.d.)**	0 (n.d.)**	n.d. (n.d.)**	n.d. (n.d.)**
Fondo Metasalute	269* (n.d.)	10 (n.d.)	82 (n.d.)	84.139 (n.d.)
Fondo SALUTE SEMPRE	9 (-)	0 (-)	n.d. (n.d.)	n.d. (n.d.)
Fondo Sanimoda	951 (+207)	0 (-14)	n.d. (n.d.)	n.d. (n.d.)
SAN.ARTI.	317 (+55)	5 (+4)	19 (+19)	15.370 (+14.948)
Sani.In.Veneto	30* (+3)	15 (+6)	8 (+8)	1.515 (+1.164)
Sanifonds Trentino	1 (-)	0 (-)	n.d. (n.d.)	n.d. (n.d.)
Sanilog	64 (+13)	1 (-4)	10 (-24)	7.294 (-15.146)

Nota: tra parentesi è riportata la variazione del dato rispetto al 2021.

* Dati al 21/06/2023.

** Il fondo non era presente nel report precedente, pertanto non è possibile indicare la variazione.



TWITTER

ACCOUNT	N° FOLLOWER	N° TWEET	INTERAZIONI MEDIE PER TWEET
Assidai	2.627 (+279)	179 (+10)	18,8 (-3,8)
Casagit Salute Società Nazionale di Mutuo Soccorso	3.867 (+90)	84 (+1)	4 (+0,9)
Cassa Galeno	25 (-)	0 (-)	n.d. (n.d.)
Cassa Integrativa FNM	475 (n.d.)**	27 (n.d.)**	3,7 (n.d.)**
Cassa Mutua MBA	681 (-16)	0 (-)	n.d. (n.d.)
Ente Mutuo Regionale	132* (n.d.)**	92 (n.d.)**	0,3 (n.d.)**
Fasi	85* (n.d.)**	0 (n.d.)**	n.d. (n.d.)**
Fondo Assistenza & Benessere	98 (+1)	46 (+27)	0 (-)
SAN.ARTI.	381 (-3)	0 (-)	n.d. (n.d.)

Nota: tra parentesi è riportata la variazione del dato rispetto al 2021.

* Dato al 21/06/2023.

** Il fondo non era presente nel report precedente, pertanto non è possibile indicare la variazione.



TELEGRAM

CANALE	N° ISCRITTI	N° PUBBLICAZIONI
Fondo ASIM	665* (n.d.)**	51 (n.d.)**
Fondo Sanimoda	509* (n.d.)**	17 (n.d.)**

Nota: tra parentesi è riportata la variazione del dato rispetto al 2021.

* Il tool di monitoraggio non permette la visualizzazione delle metriche riguardanti Telegram. Il dato al 31/12/2022 è stato rilevato manualmente.

** Nell'anno precedente i fondi non erano presenti su Telegram, pertanto non è possibile indicare la variazione.



CONCLUSIONI

swhub
BY M E F O P

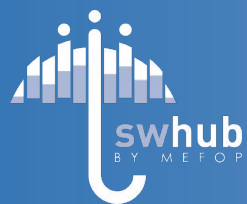
CONCLUSIONI

Dall'analisi emerge un quadro chiaro su quella che è la comunicazione social dei fondi di assistenza sanitaria integrativa. Molti attori del Settore hanno compreso l'importanza dei canali digital per comunicare in modo diretto con gli utenti, illustrando loro le prestazioni erogate e le attività proposte. Ciò è confermato dal fatto che, rispetto alla precedente rilevazione, **il numero di fondi presenti sui social è passato da 21 a 24**. Tuttavia, si evidenzia ancora un **uso abbastanza discontinuo e limitato delle Piattaforme social**: ciò è confermato dalla grande variabilità di metriche quali il numero di fan/follower, di post e di interazioni medie per post.

In tal senso, **sono ancora pochi gli Enti che stanziavano risorse per l'advertising sui social network** e la conseguenza è, per la maggior parte di loro, una scarsa portata in termini di persone raggiunte e di coinvolgimento degli utenti. Su Facebook, ad esempio, su un totale di 16 fondi, solo 5 presentano interazioni medie per post superiori a 50 e appena 3 superano le 100. Facendo riferimento alla precedente analisi, inoltre, sono 9 le Pagine che nel 2022 hanno registrato una contrazione delle interazioni medie per post.

Facebook, LinkedIn e YouTube risultano essere i canali più utilizzati. In linea con quanto emerso negli scorsi report, YouTube è senza dubbio la Piattaforma più utilizzata (gli enti presenti sono 22) poiché si presta in modo funzionale alla diffusione di video-tutorial su procedure e prestazioni. Le performance sono, però, altalenanti soprattutto in relazione al numero di iscritti, ai video pubblicati e alle visualizzazioni registrate: ad esempio, su 22 canali YouTube, 14 presentano meno di 500 views totali nell'anno in oggetto.

Alla luce di quanto detto si nota che, rispetto al precedente report, lo scenario non ha subito variazioni significative. Lo studio condotto, infatti, mostra sostanzialmente un **livello medio-basso di digitalizzazione del Settore**: basti pensare che sui 47 fondi sanitari associati a Mefop, ben 23 non sono presenti sui social, un dato che si è mantenuto pressoché statico negli ultimi anni.



www.swhub.it



www.open-box.it