



1

REPORT INFORMATIVO COMUNICAZIONE WEB E SOCIAL

Report del lavoro svolto dal mese di Marzo a tutto giugno, circa la comunicazione e l'interazione attraverso il sito Fnp, Facebook, Twitter e Instagram.

Abbiamo anche rilevato e portiamo a vostra conoscenza, i dati di contatto con i nostri pensionati di tutto il mondo.

Riteniamo di essere moderatamente soddisfatti.

Questo lavoro è svolto dalla Fnp Cisl della Campania, Segretario Generale Augusto Muro e dalla Responsabile della Comunicazione, dott.ssa Angela Casale.



2

In occasione del Consiglio Generale del 28 luglio abbiamo concluso, i report esplicativi delle nostre comunicazioni effettuate dal mese di marzo al mese di giugno 2020, attraverso i diversi strumenti:

- Sito Web,
- Facebook,
- Twitter,
- Instagram.

Come precisato in maniera più analitica, questo lavoro durante il lockdown, è stato il mezzo con il quale ci siamo rapportati al mondo esterno.

Esso ha fatto registrare una media di 50mila contatti al mese oltre numerose chiamate, alla struttura regionale via telefono e in via telematica, alle quali si è risposto in maniera diretta in tempo reale.

Riteniamo di aver risposto alle esigenze di conoscenza di tanti pensionati ed anziani, anche non iscritti, contiamo di implementare e migliorare questo strumento di comunicazione in maniera, che esso diventi sempre più un modo rapido di conoscere le cose, possibilmente in maniera sempre veritiera e trasmettendo il nostro

punto di vista quello della Fnp e quello della Cisl, in maniera oggettiva e trasparente.

MONITORAGGIO CONTATTI

DAL 10 MARZO 2020 AL 15 APRILE 2020

ETA'	PARZIALE		DONNE		UOMINI		TOTALE
13-17	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\
18-24	3%	750	1%	250	2%	500	750
25-34	6%	1500	2%	500	4%	1000	1500
35-44	2%	500	1%	250	1%	250	500
45-54	4%	1000	1%	250	3%	750	1000
55-64	43%	10750	23%	5750	20%	5000	10750
65+	21%	10500	21%	2205	21%	2205	10500

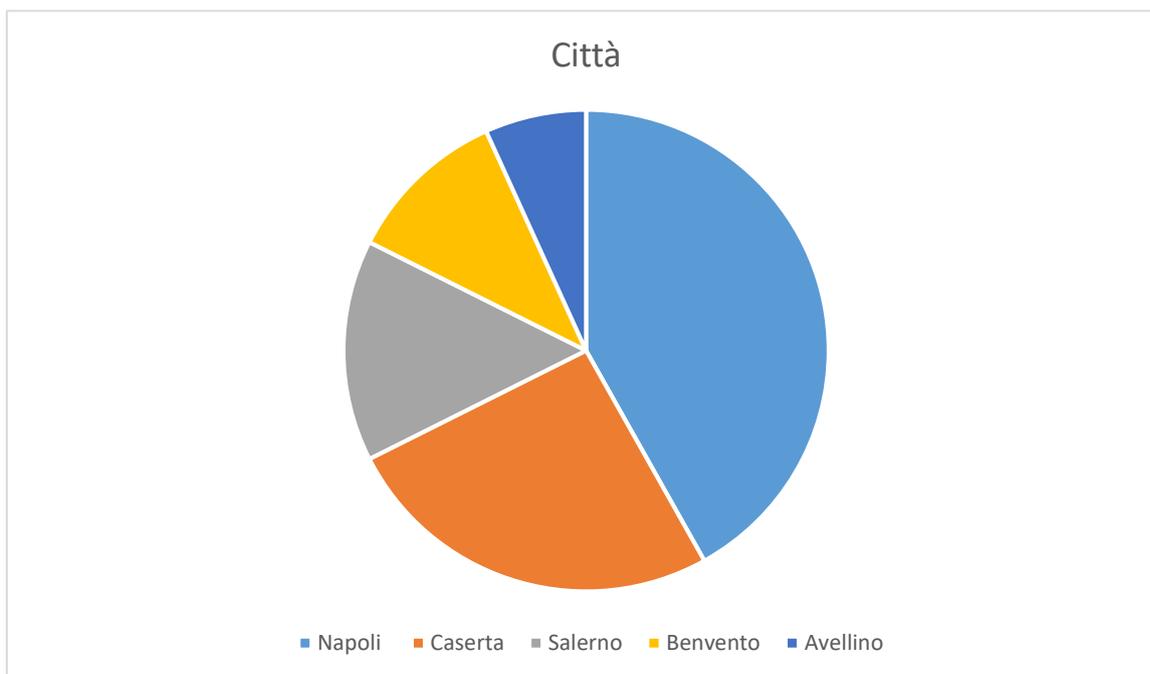
SENTIMENT ANALYTICS

REAZIONE N.	SENTIMENT	PERCENTUALE	TOTALE
1	LETTO/ASCOLTATO/VISTO SENZA ESPRIMERE OPINIONI	34%	8500
2	IN ACCORDO	32%	8000
3	MOLTO D'ACCORDO	29%	7250
4	IN DISACCORDO	3%	750
5	FORTE DISACCORDO	2%	500
TOTALE		100%	25000

REAZIONE N.	ARGOMENTI	PERCENTUALE	TOTALE
1	INAS, DOCUMENTI 730, COMUNICAZIONI DI SERVIZIO	34%	8500
2	FAKE NEWS	32%	8000
3	EDITORIALI, PUNTATE TV	29%	7250
4	PROROGA SCADENZE	3%	750
5	DECRETI CONTE, SITUAZIONE RSA	2%	500
TOTALE		100%	25000

N.	CITTA'	SENTIMENT
1	NAPOLI CITTA'	(3)
2	CASERTA CITTA'	(2)
3	SALERNO CITTA'	(2)
4	BENEVENTO CITTA'	(1)
5	AVELLINO CITTA'	(2)
6	ISCHIA	(3)
7	CASTELLAMMARE	(2)
8	GIUGLIANO	(2)
9	ARZANO	(2)
10	POMIGLIANO	(2)
11	CAVA	(2)
12	NOCERA	(1)
13	PONTECAGNANO	(2)
14	FRATTAMAGGIORE	(1)
15	SORRENTO	(2)
16	TORRE ANNUNZIATA	(4)
17	CAGLIARI	(2)
18	MILANO	(2)
19	ROMA	(2)
20	BARLETTA	(2)
21	POZZUOLI	(2)
22	POMPEI	(5)

LOCALIZZAZIONE GEOGRAFICA



N.	CITTA'	PERCENTUALE	NUMERO
1	NAPOLI CITTA'	31%	7750
2	CASERTA CITTA'	19%	4750
3	SALERNO CITTA'	11%	2750
4	BENEVENTO CITTA'	8%	2000
5	AVELLINO CITTA'	5%	1250
6	ISCHIA	3%	750
7	CASTELLAMMARE	2%	500
8	GIUGLIANO	2%	500
9	ARZANO	2%	500
10	POMIGLIANO	2%	500
11	CAVA	2%	500
12	NOCERA	2%	500
13	PONTECAGNANO	2%	500
14	FRATTAMAGGIORE	1%	250
15	SORRENTO	1%	250
16	TORRE ANNUNZIATA	1%	250
17	CAGLIARI	1%	250
18	MILANO	1%	250
19	ROMA	1%	250
20	BARLETTA	1%	250
21	POZZUOLI	1%	250
22	POMPEI	1%	250

STRUMENTI:

61% SMARTPHONE

26% TABLET

13% PC

MONITORAGGIO CONTATTI

DAL 16 APRILE 2020 AL 30 MAGGIO

TOTALE VISITATORI: 50MILA (30MILA CON SCARTO)

STRUMENTO	FACEBOOK	TWITTER	INSTAGRAM	SITO WEB
VISITATORI	20MILA	10MILA	5MILA	15MILA
Base con SCARTO	15MILA	5MILA	2500	7500
DONNE	63% (9450)	45% (2250)	72% (1800)	52% (3900)
UOMINI	37% (5550)	55% (2750)	28% (700)	48% (3600)

FACEBOOK (15MILA)

ETA'	PARZIALE		DONNE		UOMINI		TOTALE
13-17	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\
18-24	2%	300	1%	150	1%	150	300
25-34	6%	900	4%	600	2%	300	900
35-44	1%	150	0,7%	105	0,3%	45	150
45-54	4%	600	2%	300	2%	300	600
55-64	53%	7950	25%	3750	28%	4200	7950
65+	34%	5100	16%	2400	18%	2700	52100
	100%	15000	48,7%	7305	51,3%	7695	15000

TWITTER (5MILA)

ETA'	PARZIALE		DONNE		UOMINI		TOTALE
13-17	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\
18-24	1%	50	0,6%	30	0,4%	20	50
25-34	3%	150	1%	50	2%	100	150
35-44	13%	650	7%	350	6%	300	650
45-54	31%	1550	17%	850	14%	700	1550
55-64	29%	1450	16%	800	13%	650	1450
65+	23%	1150	11%	550	12%	600	1150
TOTALE	100%	5000	52,6%	2630	47,4%	2370	5MILA

INSTAGRAM (2500)

ETA'	PARZIALE		DONNE		UOMINI		TOTALE
13-17	21%	525	13%	325	8%	200	525
18-24	32%	800	12%	300	20%	500	800
25-34	17%	425	10%	250	7%	175	425
35-44	14%	350	7%	175	7%	175	350
45-54	9%	225	5%	125	4%	100	225
55-64	6%	150	3%	75	3%	75	150
65+	1%	25	0,8%	20	0,2%	5	25
	100%	2500	50,8%	1270	49,2%	1230	2500

SITO WEB (7500)

ETA'	PARZIALE		DONNE		UOMINI		TOTALE
13-17	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\
18-24	4,22%	316	1,22%	91	3%	225	316
25-34	17,44%	1308	11,44%	858	6%	450	1308
35-44	18,71%	1403	8,71%	653	10%	750	1403
45-54	21,46%	1609	11,46%	860	10%	749	1609
55-64	27,70%	2078	13,70%	1027	14%	1051	2078
65+	10,47%	786	6%	450	4,47%	336	786
	100%	7500	52,53%	3940	47,47%	3560	7500

SENTIMENT ANALYTICS

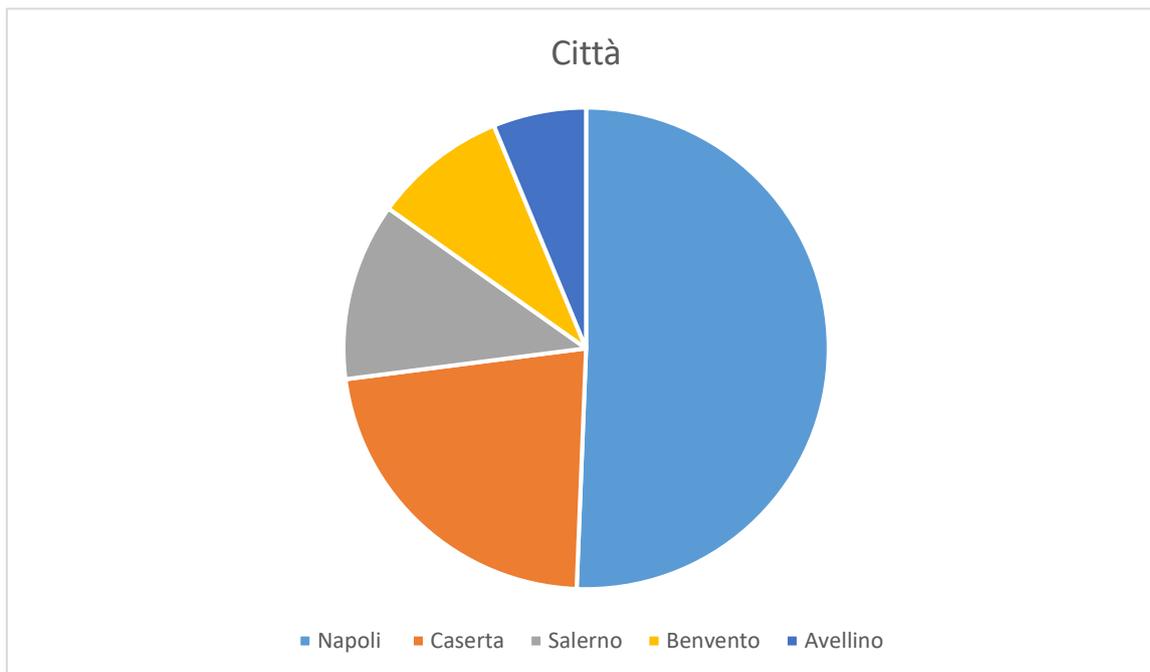
REAZIONE N.	SENTIMENT	PERCENTUALE	TOTALE
1	LETTO/ASCOLTATO/VISTO SENZA ESPRIMERE OPINIONI	3,4%	1020
2	IN ACCORDO	32%	9600
3	MOLTO D'ACCORDO	53%	15874
4	IN DISACCORDO	9,6%	2906
5	FORTE DISACCORDO	2%	600
TOTALE		100%	30000

REAZIONE N.	ARGOMENTI	TOTALE
1	ELENCO SEDI CAF, INAS	1020
2	ISTAT: SITUAZIONE OVER 75	9600
3	CONSIGLI PER GLI ANZIANI	15874
4	EDITORIALI, PUNTATE TV	2906
5	DECRETI CONTE	600
TOTALE		30000

N.	CITTA'	PERC.	NUMERO	SENTIM.
1	NAPOLI CITTA'	34%	10200	(3)
2	CASERTA CITTA'	15%	4500	(2)
3	SALERNO CITTA'	8%	2400	(2)
4	BENEVENTO CITTA'	6%	1800	(3)
5	AVELLINO CITTA'	4%	1200	(2)
6	ISCHIA	3%	900	(3)
7	GIUGLIANO	2%	600	
8	CASTELLAMMARE DI STABIA	2%	600	(1)
9	PONTECAGNANO FAIANO	2,14%	642	(3)
10	POMIGLIANO D'ARCO	2%	600	(2)
11	CAVA DE' TIRRENI	2%	600	(3)
12	ACERRA	1,4%	420	(1)
13	POZZUOLI	1%	300	(3)
14	AVERSA	1%	300	(1)
15	ANGRI	1%	300	(1)
16	ARZANO	1%	300	(2)
17	TORRE ANNUNZIATA	1%	300	(2)
18	AFRAGOLA	1%	300	(1)
19	POMPEI	1%	300	(3)
20	SORRENTO	1%	300	(1)
21	AVERSA	1%	300	(4)
22	ANGRI	1%	300	(5)
23	SANTA MARIA A VICO (CE)	1%	300	(2)
24	MARCIANISE	1%	300	(3)
25	CAIVANO	1%	300	(4)

26	MARIGLIANO	1%	300	(1)
27	NOLA	1%	300	(5)
28	POMIGLIANO D'ARCO	1%	300	(3)
29	ARIANO IRPINO	1%	300	(4)
30	PADOVA	0,09%	27	(3)
31	COMO	0,09%	27	(3)
32	LUCCA	0,09%	27	(3)
33	MONZA	0,09%	27	(3)
34	FELTRE (BELLUNO)	0,09%	27	(3)
35	FOLIGNO	0,08%	24	(3)
36	ROMA	0,08%	24	(3)
37	MILANO	0,08%	24	(3)
38	TREVISO	0,08%	24	(3)
39	PALERMO	0,07%	21	(3)
40	ALTAMURA	0,07%	21	(3)
41	BARI	0,07%	21	(3)
42	CORATO (BARI)	0,07%	21	(3)
43	BOLOGNA	0,07%	21	(3)
44	CATANZARO	0,06%	18	(3)
45	FIRENZE	0,06%	18	(3)
46	PESCARA	0,06%	18	(3)
47	PESARO	0,04 %	12	(3)
48	SASSARI	0,02%	6	(3)
49	TARANTO	0,02%	6	(3)
50	PERGINE VALSUGANA (TRENTO)	0,02%	6	(3)
51	TORINO	0,02%	6	(3)
52	POTENZA	0,02%	6	(3)
53	AMSTERDAM	0,01%	3	(1)
54	LONDRA	0,01%	3	(1)

LOCALIZZAZIONE GEOGRAFICA



CITTA'	PERCENTUALE	TOTALE
NAPOLI	34%	10200
CASERTA	15%	4500
SALERNO	8%	2400
BENEVENTO	6%	1800
AVELLINO	4%	1200
TOTALE	67%	20100

STRUMENTI:

50% SMARTPHONE

40% PC

10% TABLET

DURATA MEDIA PERMANENZA SITO

04 minuti e 31 secondi

13

PROVENIENZA VISITE

SOCIAL 58,8 % - 53,4%

ORGANIC 33,3% - 36%

DIRECT 6,9%-9,8%

REFERRAL 1%*-0,8%

(dal sito nazionale pensionati cisl cliccano sulla regione d'appartenenza e arrivano sul nostro sito)

ORARI TOP/PICCO VISUALIZZAZIONI	FACEBOOK	TWITTER	INSTAGRAM	SITO WEB
LUNEDI	12:00	14:00	13:00	11:00
MARTEDI'	13:00	12:00	11:00	10:00
MERCOLEDI	15:00	13:00	16:00	12:00
GIOVEDI'	11:00	15:00	20:00	14:00
VENERDI'	17:00	19:00	23:00	13:00
SABATO	15:00	14:00	19:00	16:00
DOMENICA	17:00	18:00	16:30	16:00

In grassetto il miglior orario per ciascun mezzo utilizzato:

Lunedì alle 12:00 per Facebook

Martedì alle 11:00 su Instagram

Mercoledì alle 12:00 sul Sito Web

Giovedì alle 15:00 su Twitter

ITALIANI DIGITAL: ANALISI DEI DATI LOCKDOWN

Cresce del 3,3% l'audience online nel mese di marzo, con 1,4 milioni di nuovi utenti solo per il mese di Marzo 2020 rispetto a febbraio! Si registrano le maggiori flessioni inerenti i piccoli dai 2 anni in su, i teenager e gli adolescenti (complice anche la didattica a distanza). Aumenta come non mai la percentuale degli italiani connessi, relativamente alla fascia di età 45-54, 55-64, over 65 e triplica il loro tempo speso on line, con le dovute differenziazioni nell'utilizzo di pc fisso, netbook, tablet e smartphone.

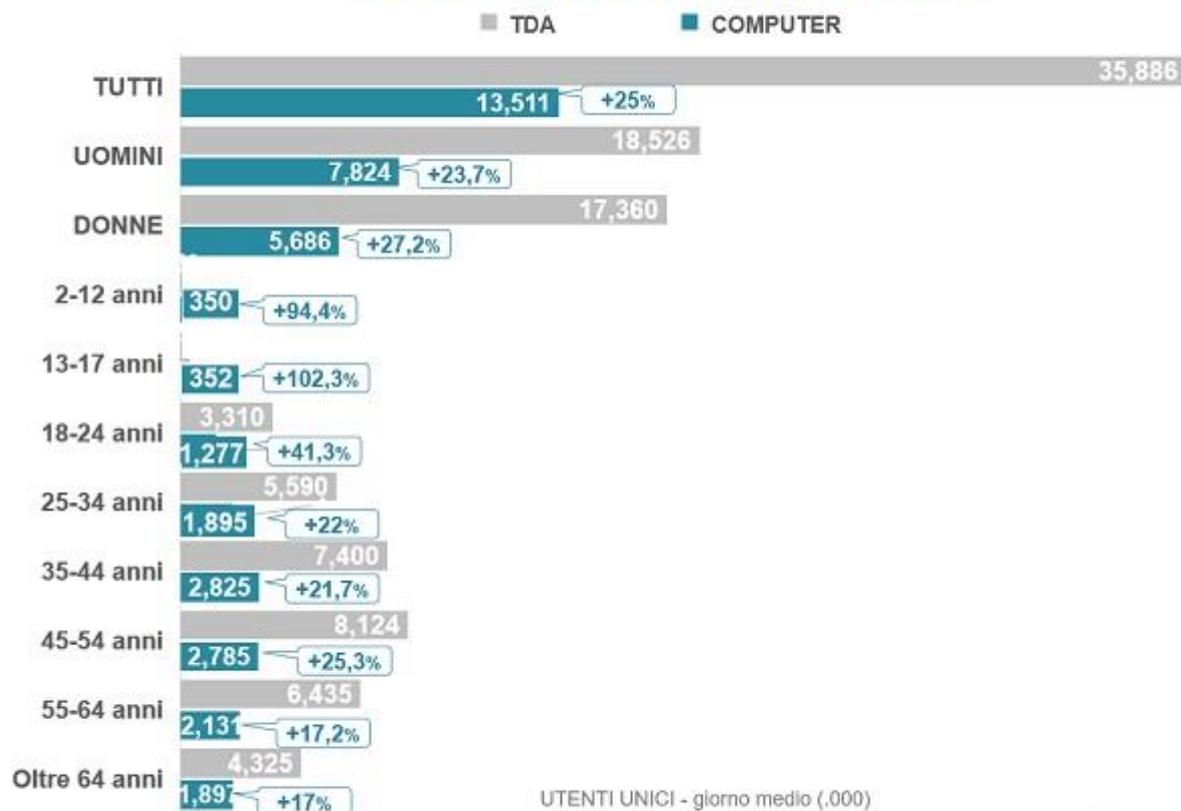
La nostra vita digitale resta mobile first, visto che da Smartphone e Tablet si consuma quasi il 90% del tempo speso online, ma a marzo la novità è il Computer, il cui utilizzo fa registrare un incremento del 55,2% del tempo e degli utenti unici che toccano per la prima volta i 30,6 milioni. Quindi ci si è collegato per più tempo e l'eccesso di ore registrate rispetto ai mesi precedenti sono tutte ricollegabili alla connessione con pc fisso.

Tra le categorie di contenuti che crescono di più nel mese: le news online, i siti inerenti informazioni di salute, i contenuti Video, ma anche Government, Educational Resources, No-profit.

La fruizione di internet nel mese di marzo è stata contrassegnata dagli effetti della diffusione della pandemia in Italia e dal lockdown che ha stravolto la vita quotidiana della popolazione che si è spostata per molteplici occasioni nella dimensione online. Le persone che hanno utilizzato internet da Computer o Mobile (Smartphone e Tablet) nel mese di marzo sono aumentate e si è registrata una differenziazione notevole riguardo i picchi orari di maggior afflusso.

Nel giorno medio si registrano incrementi in tutte le fasce d'età, con particolarità differenti a seconda dell'età e delle precedenti abitudini di vita. In generale, l'audience da Computer vede crescere del 23,7% gli uomini online nel giorno medio (7,8 milioni) e del 27,2% le donne (5,7 milioni). Gli incrementi maggiori si registrano tra gli studenti di 2-24 anni (+94,4%), ma anche tra gli utenti tra i 45 e i 54 anni, dai 55 ai 64 anni e over 65.

AUMENTA IL CONSUMO DELL'ONLINE DA COMPUTER DETTAGLIO PER FASCE D'ETÀ

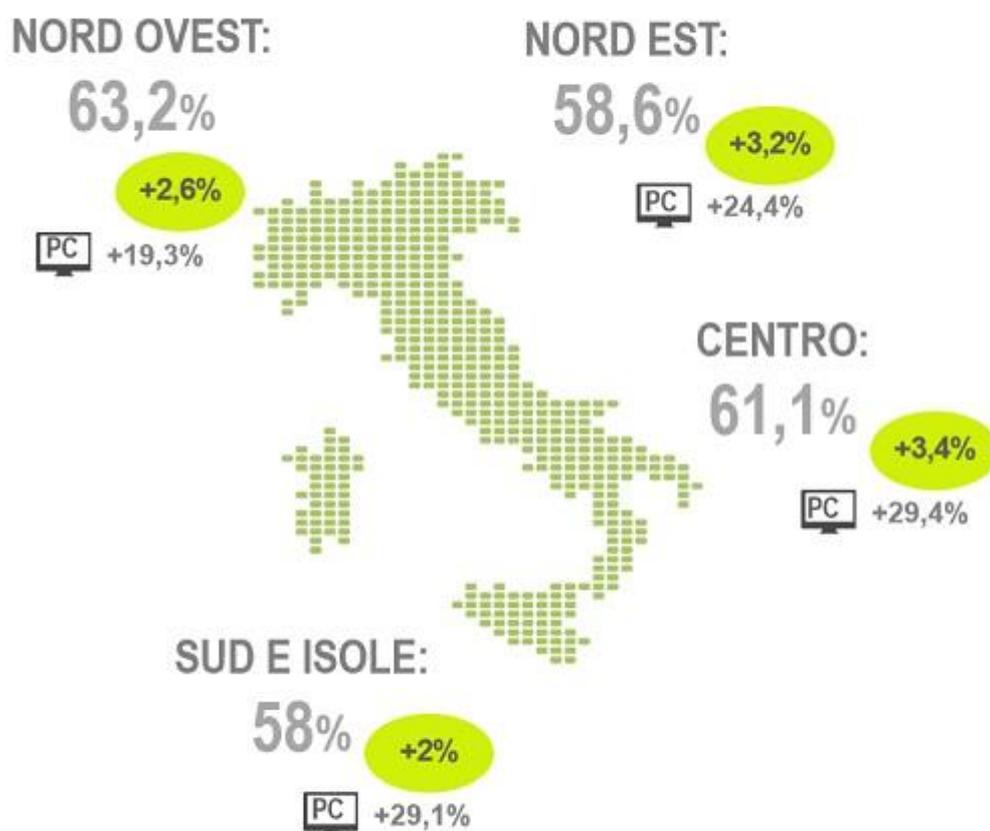


Fonte: Audiweb Database MARZO 2020, Audiweb powered by Nielsen
Utenti unici online nel giorno medio da Computer - dettaglio per fasce d'età.
Var % giorno medio Marzo 2020 VS giorno medio Febbraio 2020.
BASE: individui 2+ anni

Per quanto riguarda la fruizione dell'online dalle differenti aree geografiche, possiamo notare che le aree Nord-Est e Centro hanno registrato un incremento leggermente maggiore rispetto alle altre per quanto riguarda la fruizione nel giorno medio da tutti i device rilevati: +3,2% per il Nord-Est e +3,4% per il Centro. Mentre le aree che in

questo periodo registrano un maggiore incremento della fruizione da Computer sono rappresentate dal Centro (+29,4%) e dal Sud e Isole (+29,1%).

LA PROVENIENZA GEOGRAFICA DEGLI UTENTI ONLINE NEL GIORNO MEDIO



Fonte: Audiweb Database. Audiweb powered by Nielsen.
 % popolazione online per area geografica.
 Var % giorno medio Marzo 2020 VS giorno medio Febbraio 2020.
 Base: TDA e Computer = 2+ anni Smartphone e Tablet = 18-74 anni.



La nostra vita digitale resta comunque mobile first, visto che da Smartphone e Tablet si consuma quasi il 90% del tempo speso online. A marzo, però, la novità è il Computer, il cui utilizzo complessivo - stabile se non in calo negli ultimi anni - cresce nel giorno medio del 45,2% (1 ora e mezza in media per persona), confermando ulteriormente il grande cambiamento che lo stato di

emergenza e il conseguente lockdown hanno causato sulla vita quotidiana e sulle modalità di svolgimento di molte attività, dal lavoro, all'informazione, all'educazione scolastica, fino

all'intrattenimento e lo svago.

IL TEMPO TRASCORSO ONLINE NEL GIORNO MEDIO



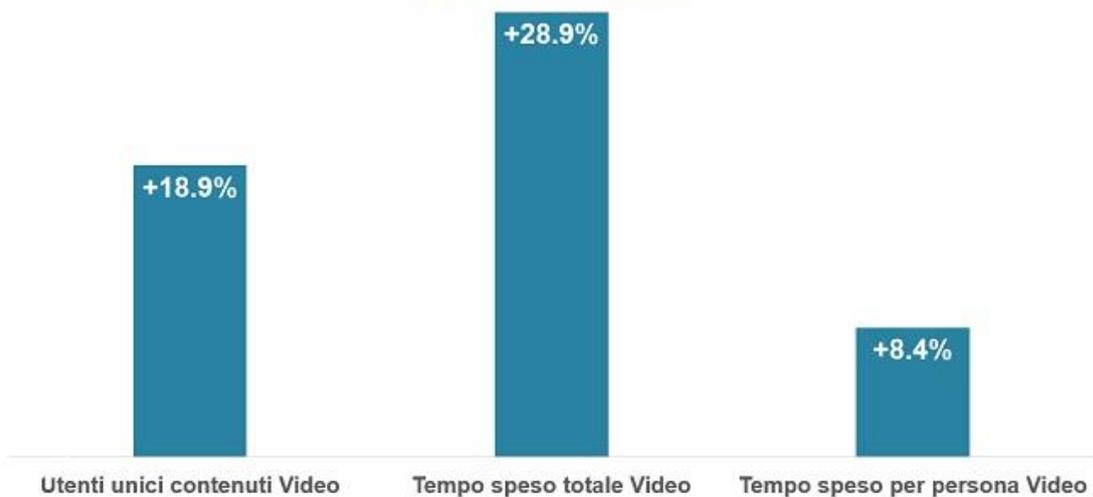
Fonte: Audiweb Database. Audiweb powered by Nielsen
 Tempo speso per persona ne giorno medio - dettaglio per device.
 Var % giorno medio Marzo 2020 VS giorno medio Febbraio 2020.
 TDA e PC = Italiani dai 2 anni in su. Smartphone e Tablet audience = Italiani di 18-74 anni.



Analizzando, invece, le fasce orarie nel giorno medio in cui si accede a internet, anche in questo caso si riflette la tendenza e la particolarità di questo periodo, con un incremento distribuito in tutte le fasce orarie per quanto riguarda la navigazione da tutti i device rilevati, ma con crescite più rilevanti per quanto riguarda l'accesso da Computer.

Più in dettaglio, analizzando la distribuzione degli utenti di 18-74 anni tra le fasce orarie della giornata, vediamo che l'incremento generale si distribuisce abbastanza equamente in quasi tutto il giorno.

QUANTO CRESCONO UTENTI, TEMPO E FRUIZIONE DEI CONTENUTI VIDEO*
 *fruizione contenuti Video degli editori iscritti alla rilevazione Audiweb
 Marzo 2020 VS Febbraio 2020



Fonte: Audiweb Database MARZO 2020. Audiweb powered by Nielsen
 Total digital Audience nel mese - dettaglio fruizione VIDEO. Var % mese Marzo 2020 VS mese Febbraio 2020.
 Base: total digital audience e PC = individui 2+ anni; audience Smartphone e Tablet = individui 18-74 anni.
 *LA FRUIZIONE DEI VIDEO E' RIFERITA SOLO AGLI EDITORI ISCRITTI ALLA RILEVAZIONE VIDEO DI AUDIWEB



RIFLESSIONI

Il primo periodo di lavoro agile ha fatto registrare 40mila visite totali, il secondo periodo 50mila, il terzo periodo 55mila, analizzando Facebook Fan Page, Profilo Twitter, Profilo Instagram e Sito Web.

Tale risultato evidenzia come:

-stiamo raccogliendo i frutti seminati sin da settembre secondo un piano strategico ben studiato*;

-stiamo contribuendo a colmare il gap del digital divide relativamente all'incremento di connessioni per la fascia d'età 45-54, 55-64 e +65;

-riusciamo a stabilire un più veloce contatto con semplificazione, disponibilità flessibile di tempi (che sul web cambiano "valore") e spazi (i mezzi), utilizzando un proprio registro linguistico ed uno stile comunicativo ad hoc che spesso evidenzia al di là delle informazioni richieste (reperibili anche solo cercando su Google) una solitudine profonda il desiderio di ristabilire rapporti, ottimizzazione di tempi (domanda su facebook più veloce della telefonata o della fila recandosi fisicamente in sede);

-è opportuno stabilire un primo contatto da approfondire poi di persona prendendo appuntamento.

Nel corso di questi due mesi, abbiamo raggiunto risultati importanti anche nella modalità di interazione con iscritti e fan della pagina. Oltre alle numerose domande inerenti la richiesta di bonus, data pagamento pensioni e orari uffici più vicini alla propria residenza, e



ai commenti alle notizie e agli editoriali, molti messaggi arrivati in posta privata, dietro le richieste celavano un bisogno di assicurazione. Di seguito i più significativi:

21

4 marzo

Grazie di esserci vicino anche on line in questo periodo di confusione

26 marzo

Che la Madonna vi accompagni per quello che fate per noi!

11 aprile

Grazie di cuore. Se dovessi avere di nuovo bisogno, vi scrivo.

29 aprile

E' un piacere leggere la vostra pagina. Così riesco a rimanere sempre aggiornato. Sono un bracciante agricolo di 56 anni. Buona giornata

4 maggio

Grazie mille davvero per la disponibilità

21 maggio

Complimenti per il servizio telematico. Veloce e h 24. Scusatemi per l'orario

MONITORAGGIO CONTATTI

DAL 31 MAGGIO 2020 AL 30 GIUGNO 2020

TOTALE VISITATORI: 55MILA

STRUMENTO	FACEBOOK	TWITTER	INSTAGRAM	SITO WEB
VISITATORI	20MILA	10MILA	5MILA	20MILA
DONNE	51% (10200)	53,5% (5350)	57% (2850)	58% (11600)
UOMINI	49% (9800)	46,5% (4650)	43% (2150)	42% (8400)

FACEBOOK (20MILA)

ETA'	PARZIALE		DONNE		UOMINI		TOTALE
13-17	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\	\\\\\\
18-24	1%	200	1%	200	0%	0	200
25-34	4%	800	2%	400	2%	400	800
35-44	2%	400	1%	200	1%	200	400
45-54	5%	1000	2%	400	3%	600	1000
55-64	51%	10200	25%	5000	26%	5200	10200
65+	37%	7400	20%	4000	17%	3400	7400
	100%	20000	51%	10200	49%	9800	20000

TWITTER (10MILA)

ETA'	PARZIALE		DONNE		UOMINI		TOTALE
13-17	0	0	0	0	0	0	0
18-24	0	0	0	0	0	0	0
25-34	1%	100	0,5%	50	0,5%	50	100
35-44	10%	1000	7%	700	3%	300	1000
45-54	31%	3100	17%	1700	14%	1400	3100
55-64	29%	2900	16%	1600	13%	1300	2900
65+	29%	2900	13%	1300	16%	1600	2900
TOTALE	100%	10000	53,5%	5350	46,5%	4650	10MILA

INSTAGRAM (5MILA)

ETA'	PARZIALE		DONNE		UOMINI		TOTALE
13-17	0	0	0	0	0	0	0
18-24	0	0	0	0	0	0	0
25-34	0	0	0	0	0	0	0
35-44	24%	1200	12%	600	12%	600	1200
45-54	33%	1650	20%	1000	13%	650	1650
55-64	30%	1500	17%	850	13%	650	1500
65+	13%	650	8%	400	5%	250	650
	100%	5000	57%	2850	43%	2150	5000

SITO WEB (20MILA)

ETA'	PARZIALE		DONNE		UOMINI		TOTALE
13-17	0	0	0	0	0	0	0
18-24	11%	2200	8%	1600	3%	600	2200
25-34	12%	2400	6%	1200	6%	1200	2400
35-44	17%	3400	3%	600	14%	2800	3400
45-54	22%	4400	9%	1800	13%	2600	4400
55-64	25%	5000	10%	2000	15%	3000	5000
65+	13%	2600	6%	1200	7%	1400	2600
	100%	20000	42%	8400	58%	11600	20000

SENTIMENT ANALYTICS

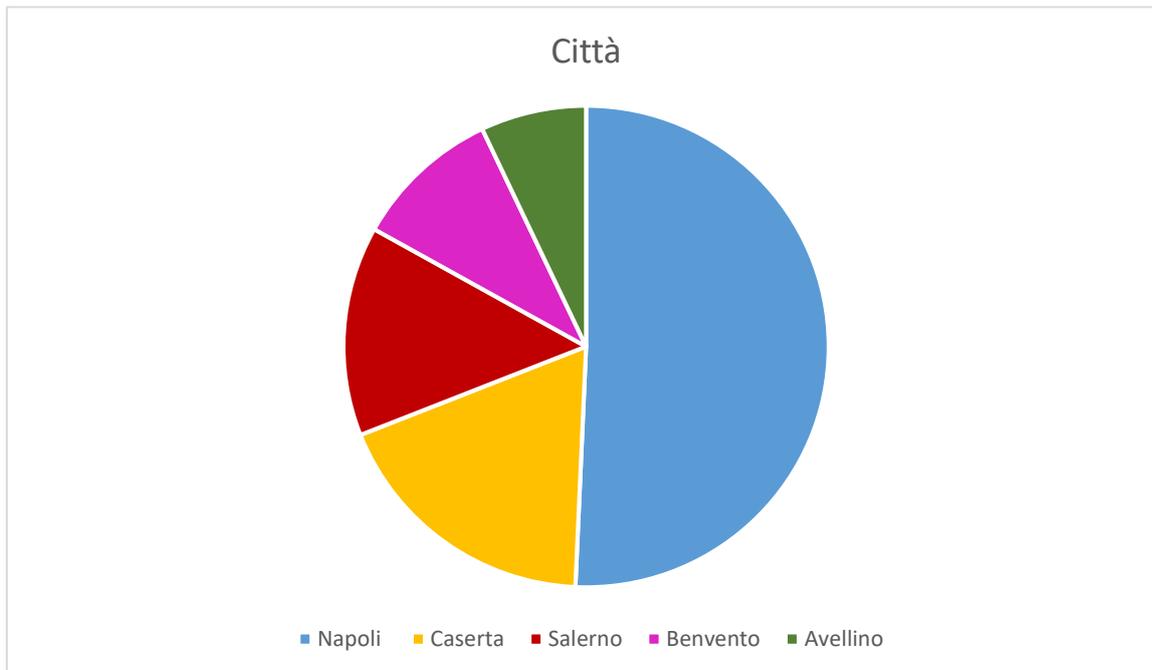
REAZIONE N.	SENTIMENT	PERCENTUALE	TOTALE
1	LETTO/ASCOLTATO/VISTO SENZA ESPRIMERE OPINIONI	8%	4400
2	IN ACCORDO	36%	19800
3	MOLTO D'ACCORDO	54%	29700
4	IN DISACCORDO	1%	550
5	FORTE DISACCORDO	1%	550
TOTALE		100%	55000

ARGOMENTI	SENTIMENT
SCADENZE DEL MESE	(1)
ANTICIPO PENSIONI	(2)
PUNTATE CAMPI FLEGREI	(3)
SITUAZIONE RSA/SANITA'	(5)
NEWS GOVERNO	(4)

N.	CITTA'	PERC.	NUMERO	SENTIM.
1	NAPOLI CITTA'	39%	21450	(3)
2	CASERTA CITTA'	16%	8800	(2)
3	SALERNO CITTA'	10%	5500	(2)
4	BENEVENTO CITTA'	8%	4400	(3)
5	AVELLINO CITTA'	6%	3300	(2)
6	ISCHIA	3%	1650	(3)
7	CASTELLAMMARE DI STABIA	2%	1100	(2)
8	PONTECAGNANO FAIANO	2%	1100	(1)
9	CAPRI	1%	550	(3)
10	POMIGLIANO D'ARCO	1%	550	(2)
11	CAVA DE' TIRRENI	1%	550	(3)
12	ACERRA	1%	550	(1)
13	POZZUOLI	1%	550	(3)
14	AVERSA	1%	550	(1)
15	ANGRI	1%	550	(1)
16	ARZANO	1%	550	(2)
17	TORRE ANNUNZIATA	0,2%	110	(2)
18	AFRAGOLA	0,2%	110	(1)
19	POMPEI	0,2%	110	(3)
20	SORRENTO	0,2%	110	(1)
21	TORRE DEL GRECO	0,2%	110	(4)
22	TELESE TERME	0,2%	110	(5)
23	MERCATO S.SEVERINO	0,2%	110	(2)
24	MARCIANISE	0,2%	110	(3)
25	CAIVANO	0,2%	110	(4)
26	MARIGLIANO	0,2%	110	(1)
27	NOLA	0,2%	110	(5)
28	BAGNOLI	0,2%	110	(3)
29	MADDALONI	0,2%	110	(4)

30	ARIANO IRPINO	0,2%	110	(3)
31	PADOVA	0,2%	110	(3)
32	COMO	0,2%	110	(3)
33	LUCCA	0,2%	110	(3)
34	MONZA	0,2%	110	(3)
35	BELLUNO	0,2%	110	(3)
36	FOLIGNO	0,2%	110	(3)
37	ROMA	0,1%	55	(3)
38	MILANO	0,1%	55	(3)
39	TREVISO	0,1%	55	(3)
40	BARONISSI	0,1%	55	(3)
41	PALERMO	0,1%	55	(3)
42	BARI	0,1%	55	(3)
43	BOLOGNA	0,1%	55	(3)
44	CATANZARO	0,1%	55	(3)
45	FIRENZE	0,1%	55	(3)
46	PESCARA	0,1%	55	(3)
47	PESARO	0,1%	55	(3)
48	SASSARI	0,1%	55	(3)
49	TARANTO	0,1%	55	(3)
50	TRENTO	0,1%	55	(3)
51	TORINO	0,1%	55	(3)
52	POTENZA	0,1%	55	(3)
53	AMSTERDAM	0,1%	55	(1)
54	LONDRA	0,1%	55	(1)
55	KIEV	0,1%	55	(1)
56	NEW YORK	0,1%	55	(1)

LOCALIZZAZIONE GEOGRAFICA



CITTA'	PERCENTUALE	TOTALE	ALTRE CITTA'
NAPOLI	36%	19800	
CASERTA	13%	7150	
SALERNO	10%	5500	
BENEVENTO	7%	3850	
AVELLINO	5%	2750	
			15950
TOTALE	71%	39050	55000

STRUMENTI:

45% SMARTPHONE

35% PC

20% TABLET

DURATA MEDIA PERMANENZA SITO

06 minuti e 29 secondi

28

PROVENIENZA VISITE

SOCIAL 55,9 %

ORGANIC 35,3%

DIRECT 6,6%

REFERRAL 2,2%*

**dal sito nazionale pensionati cisl cliccano sulla regione d'appartenenza e arrivano sul nostro sito*

ORARI TOP/PICCO VISUALIZZAZIONI	FACEBOOK	TWITTER	INSTAGRAM	SITO WEB
LUNEDI	14:00	11:00	12:00	13:00
MARTEDI'	11:00	10:00	12:00	09:00
MERCOLEDI	16:00	15:00	12:00	13:00
GIOVEDI'	14:00	10:00	15:00	12:00
VENERDI'	10:00	09:00	11:00	12:00
SABATO	16:00	14:00	15:00	17:00
DOMENICA	18:00	17:00	16:00	15:00

In grassetto il miglior orario per ciascun mezzo utilizzato

INTERVENTI CAMPI FLEGREI TV

29

N. INTERVENTI	P. 1	P. 2	P. 3	08.04 P.8	20.04 P.9	1.05 P.10	P.4	P.5
VISUALIZZAZIONI	9000	5000	7000	6600	4500	6900	3000	2500

N. INTERVENTI	P. 6	P. 7	P.11	P.12
VISUALIZZAZIONI	3100	1700	4500	2500

INDICE PUNTATE VOX POPULI: LA VOCE DEI PENSIONATI

Puntata 1-La non autosufficienza

Puntata 2 – La violenza di genere

Puntata 3 – Salute, coronavirus e truffe agli anziani

Puntata 4 –Focus su Salerno e provincia

Puntata 5-Focus su Napoli e provincia

Puntata 6- Focus su Caserta e provincia

Puntata 7-Focus su Irpinia-Sannio e provincia

Puntata 8-Intervento Skype- Riflessioni per la ripresa

Puntata 9- Intervento Skype -Situazione attuale

Puntata 10- Intervento Skype– 70°anniversario Cisl e Festa dei Lavoratori

Puntata 11-Focus Rsa regione Campania

Puntata 12-Conclusioni

REPORT WEB

Facebook, Twitter, Instagram, Sito Web, Editoriali - Interventi Tv



20K FACEBOOK

10200 DONNE 

9800 UOMINI 

TWITTER 10K

5350 DONNE 

4650 UOMINI 





5K INSTAGRAM

2850 DONNE 

2150 UOMINI 

SITO WEB 20K

11600 UOMINI 

8400 DONNE 

