



REPORT SOCIAL CASSE DI PREVIDENZA

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	4
OBIETTIVI E METODOLOGIA	5
PREMESSA	6
ANALISI PRESENZA E GESTIONE SOCIAL	7
CASSA FORENSE	8
CASSA GEOMETRI	12
CDC	15
ENPAP	18
ENPAPI	22
EPPI	25
FONDAZIONE ENASARCO	28
FONDAZIONE ENPAIA	32
ANALISI COMPARATIVA	34
FACEBOOK	35
LINKEDIN	36
INSTAGRAM	37
YOUTUBE	38
X (TWITTER)	39
TELEGRAM	40
CONCLUSIONI	41



INTRODUZIONE

swhub
BY MEFOP

OBIETTIVI E METODOLOGIA

Dando seguito al lavoro svolto nel 2021 e nel 2022, abbiamo deciso di condurre il seguente studio con l'obiettivo di **analizzare la gestione della comunicazione sulle principali piattaforme social da parte delle casse di previdenza associate a Mefop.**

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 e al numero di iscritti al canale Telegram sono stati raccolti manualmente il 21/09/2023.

PREMESSA

Alcune Casse appartenenti al campione preso in esame **non sono state oggetto di analisi in quanto non presenti sulle principali piattaforme social**. Nel dettaglio:

- CNPR
- ENPACL
- FASC
- INPGI



**ANALISI PRESENZA E GESTIONE SOCIAL
CASSE DI PREVIDENZA**

CASSA FORENSE

Cassa Forense è la Cassa Nazionale di Previdenza e Assistenza Forense a favore degli avvocati e procuratori.

Cassa Forense è presente sui seguenti canali social:



CASSA FORENSE



Facebook

La Pagina Facebook di Cassa Forense ha **20.866 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **78 post**. In media, quindi, vengono pubblicati **7 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **51**.

Si evidenzia l'utilizzo di una linea grafica precisa e coerente. Viene effettuata attività di moderazione in modo discontinuo: infatti, 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

La Pagina LinkedIn di Cassa Forense ha **29.084 follower***.

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

*Il dato è aggiornato al giorno 21/09/2023 in quanto il tool utilizzato per la stesura del report non consente la sua visualizzazione nel periodo preso in considerazione.

CASSA FORENSE



Instagram

L'account Instagram di Cassa Forense ha **4.737 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **97 post** con una media di **8 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **17,3**.

Vengono adottati una linea editoriale precisa e uno stile grafico uniforme.

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, l'account Instagram presenta l'immagine del profilo, la biografia con link agli altri canali social e le stories in evidenza.



YouTube

Il canale YouTube di Cassa Forense conta **1.700 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **65 video**, che hanno ottenuto **73.500 visualizzazioni totali** e **528 like**.

CASSA FORENSE



Telegram

Il canale Telegram di Cassa Forense conta **7.316 iscritti***.

*Il dato è aggiornato al giorno 21/09/2023 in quanto il tool utilizzato per la stesura del report non consente la sua visualizzazione nel periodo preso in considerazione.

CASSA GEOMETRI

Cassa Geometri è la Cassa Italiana di Previdenza e Assistenza Geometri Liberi Professionisti. Sono iscritti alla Cassa tutti i geometri liberi professionisti iscritti all'Albo professionale.

Cassa Geometri è presente sui seguenti canali social:



CASSA GEOMETRI



Facebook

La Pagina Facebook di Cassa Geometri ha **15.637 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **182 post**, con una media di **15 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **18,8**.

Si riscontra prevalentemente l'utilizzo di immagini fotografiche. Sui commenti ricevuti non è quasi mai 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 Cassa Geometri ha **2.892 follower***.

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, la Pagina LinkedIn presenta l'immagine del profilo, l'immagine di copertina, la descrizione e le informazioni complete.

*Il dato è aggiornato al giorno 21/09/2023 in quanto il tool utilizzato per la stesura del report non consente la sua visualizzazione nel periodo preso in considerazione.

CASSA GEOMETRI



YouTube

Il canale YouTube di Cassa Geometri ha **397 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **4 video**, che hanno ottenuto **979 visualizzazioni totali** e **0 like**.



X (Twitter)

L'account X (Twitter) di Cassa Geometri ha **1.594 follower**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **222 tweet**, in media **19 al mese**. Le **interazioni medie** per tweet sono **1,6**.

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

CDC*

Cassa Nazionale dei Dottori Commercialisti è l'Ente di diritto privato che assicura, senza scopo di lucro e in autonomia gestionale, organizzativa e contabile, le funzioni di previdenza e assistenza a favore dei Dottori Commercialisti iscritti agli Albi professionali e dei loro familiari.

CDC è presente sui seguenti canali social:



*Nel report precedente, l'Ente era presente con il nome CNPADC.



CDC



LinkedIn

L'account LinkedIn di CDC ha **9.033 follower***.

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

*Il dato è aggiornato al giorno 21/09/2023 in quanto il tool utilizzato per la stesura del report non consente la sua visualizzazione nel periodo preso in considerazione.



Instagram

L'account Instagram di CDC ha **1.150 follower**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **79 post**. In media, quindi, **7 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **19,2**.

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, l'account Instagram presenta l'immagine del profilo, la biografia con link agli altri canali social e le stories in evidenza. Viene adottato uno stile grafico coerente.

CDC



YouTube

Il canale YouTube di CDC conta **222 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **4 video**, che hanno ottenuto **373 visualizzazioni totali** e **1 like**.



X (Twitter)

L'account X (Twitter) di CDC ha **1.615 follower**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **152 tweet**, in media **13 al mese**. Le **interazioni medie** per tweet sono **8,5**.

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, l'account X (Twitter) possiede il nome utente, l'immagine del profilo, l'immagine di copertina, la descrizione e il link al sito.

ENPAP

L'Ente Nazionale di Previdenza e Assistenza per gli Psicologi (ENPAP) è una fondazione che attua le tutele previdenziali e assistenziali in favore degli Psicologi.

ENPAP è presente sui seguenti canali social:



ENPAP

ENTE NAZIONALE DI PREVIDENZA
ED ASSISTENZA PER GLI PSICOLOGI

ENPAP



Facebook

La Pagina Facebook di ENPAP ha **41.005 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **25 post**. In media, quindi, vengono pubblicati **2 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **143,7**.

Viene usata una linea grafica precisa e vengono realizzati post che utilizzano link. L'attività di moderazione è discontinua: solamente a pochi 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 ENPAP ha **2.865 follower***.

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

*Il dato è aggiornato al giorno 21/09/2023 in quanto il tool utilizzato per la stesura del report non consente la sua visualizzazione nel periodo preso in considerazione.

ENPAP



Instagram

L'account Instagram di ENPAP è stato creato ad aprile 2022 e conta **362 follower**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **2 post**. Si tratta, dunque, di una frequenza di **1 post ogni 4 mesi** circa. Le **interazioni medie** per post sono **13**.

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, l'account Instagram presenta l'immagine del profilo, la descrizione e il link al sito in bio. Non si riscontra una linea editoriale precisa.

N.B.: Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati anche 2 post in collaborazione con l'account Instagram di Vivere Meglio, un progetto promosso e finanziato da ENPAP. Si tratta di contenuti realizzati da Vivere Meglio che, non essendo nativi, non vengono rilevati dal tool.



YouTube

Il canale YouTube di ENPAP conta **689 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **10 video**, che hanno ottenuto **1.621 visualizzazioni totali** e **48 like**.

ENPAP



X (Twitter)

L'account X (Twitter) di ENPAP ha **374 follower**.

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

Dal punto di vista dell'ottimizzazione, l'account X (Twitter) presenta il nome utente, l'immagine del profilo, la descrizione e il link al sito. Non è invece presente l'immagine di copertina.

ENPAPI

ENPAPI è l'Ente Nazionale di Previdenza e Assistenza della Professione Infermieristica volto ad assicurare la tutela previdenziale obbligatoria in favore degli infermieri professionali, assistenti sanitari, vigilatrici d'infanzia, che esercitano l'attività in forma libero professionale.

ENPAPI è presente sui seguenti canali social:



ENPAPI



Facebook

La Pagina Facebook di ENPAPI ha **14.141 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **143 post**. Tendenzialmente, quindi, vengono pubblicati circa **12 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **39,6**.

Spesso vengono realizzati post con link, ma non si riscontra l'uso di una linea grafica uniforme. Viene svolta attività di moderazione.

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



LinkedIn

La Pagina LinkedIn di ENPAPI ha **803 follower***.

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

*Il dato è aggiornato al giorno 21/09/2023 in quanto il tool utilizzato per la stesura del report non consente la sua visualizzazione nel periodo preso in considerazione.

ENPAPI



YouTube

Il canale YouTube di ENPAPI conta **63 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **5 video**, che hanno ottenuto **5.635 visualizzazioni totali** e **14 like**.

EPPI

EPPI è l'ente di previdenza dei periti industriali iscritti negli appositi collegi che esercitano l'attività professionale autonoma nelle sue diverse forme.

EPPI è presente sui seguenti canali social:



EPPI



Facebook

La Pagina Facebook di EPPI è stata creata a ottobre 2022 e ha **469 fan***.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **24 post**. Quindi, in media, **8 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **24,5**.

Si registra prevalentemente l'utilizzo di immagini fotografiche. I post hanno ricevuto un numero molto ridotto di commenti, per cui non è possibile valutare l'attività di moderazione.

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

*Il dato è aggiornato al giorno 21/09/2023 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 EPPI è stato creato a ottobre 2022 e conta **628 follower***.

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

EPPI



YouTube

Il canale YouTube di EPPI conta **172 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **8 video**, che hanno ottenuto **1.484 visualizzazioni totali** e **19 like**.

FONDAZIONE ENASARCO

Fondazione Enasarco è l'Ente Nazionale di Assistenza per gli Agenti e Rappresentanti di Commercio. Gestisce la pensione integrativa obbligatoria per le persone con un contratto di agenzia, che regola il rapporto tra agenti o rappresentanti di commercio e aziende.

Fondazione Enasarco è presente sui seguenti canali social:



FONDAZIONE ENASARCO



Facebook

La Pagina Facebook di Fondazione Enasarco ha **9.066 fan**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **122 post**. In media, quindi, vengono pubblicati **10 post al mese**. Le **interazioni medie** per post sono **8,6**.

Si riscontra l'utilizzo delle medesime immagini. I post hanno ricevuto pochi commenti per i quali è stata effettuata un'attività di moderazione non continuativa.

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



LinkedIn

L'account LinkedIn di Fondazione Enasarco ha **16.329 follower***.

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

*Il dato è aggiornato al giorno 21/09/2023 in quanto il tool utilizzato per la stesura del report non consente la sua visualizzazione nel periodo preso in considerazione.

FONDAZIONE ENASARCO



Instagram

L'account Instagram di Fondazione Enasarco conta **1.102 follower**. Nel periodo preso in considerazione è stato pubblicato solamente **1 post** nel mese di dicembre, che ha ricevuto **5** interazioni.

Si riscontrano una linea editoriale e uno stile grafico precisi.

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 Fondazione Enasarco conta **147 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **5 video**, che hanno ottenuto **1.111 visualizzazioni totali** e **6 like**.

FONDAZIONE ENASARCO



X (Twitter)

L'account X (Twitter) di Fondazione Enasarco ha **985 follower**.

Nel periodo preso in considerazione stati pubblicati **153 tweet**, dunque circa **13 al mese**. Le **interazioni medie** per tweet sono **0,7**.

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

Si riscontra l'utilizzo della stessa linea editoriale della Pagina Facebook.

FONDAZIONE ENPAIA

Fondazione Enpaia è l'Ente Nazionale di Previdenza e di Assistenza per gli impiegati dell'Agricoltura. Attua la gestione dell'assicurazione contro le malattie, dell'assicurazione contro gli infortuni, del trattamento per l'indennità di anzianità e del trattamento di previdenza in aggiunta a quello pensionistico erogato dall'INPS.

Fondazione Enpaia è presente sui seguenti canali social:



FONDAZIONE ENPAIA



LinkedIn

L'account LinkedIn di Fondazione Enpaia ha **1.724 follower**.

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

*Il dato è aggiornato al giorno 21/09/2023 in quanto il tool utilizzato per la stesura del report non consente la sua visualizzazione nel periodo preso in considerazione.



YouTube

Il canale YouTube di Fondazione Enpaia conta **42 iscritti**.

Nel periodo preso in considerazione sono stati pubblicati **12 video**, che hanno ottenuto **2.761 visualizzazioni totali** e **13 like**.



ANALISI COMPARATIVA



PAGINA	N° FAN	N° POST	INTERAZIONI MEDIE PER POST
Cassa Forense	20.866 (+938)	78 (+17)	51 (-49,8)
Cassa Geometri	15.637 (+438)	182 (-76)	18,8 (-5,1)
ENPAP	41.005 (+1.592)	25 (-26)	143,7 (+0,9)
ENPAPI	14.141 (+2.065)	143 (+40)	39,6 (-12)
EPPI	469* (n.d.)**	24 (n.d.)**	24,5 (n.d.)**
Fondazione Enasarco	9.066 (+348)	122 (+56)	8,6 (-9,8)

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

*Il dato è aggiornato al giorno 21/09/2023 in quanto il tool utilizzato per la stesura del report non consente la sua visualizzazione nel periodo preso in considerazione.

** La cassa, nel report dell'anno precedente, non era presente su Facebook, pertanto non è possibile indicare la variazione.



PAGINA	N° FOLLOWER*
Cassa Forense	29.084 (+5.165)
Cassa Geometri	2.892 (+402)
CDC	9.033 (+1.204)
ENPAP	2.865 (+1.248)
ENPAPI	803 (+482)
EPPI	628 (n.d.)**
Fondazione Enasarco	16.329 (+714)
Fondazione Enpaia	1.724 (+356)

Nota: tra parentesi è riportata la variazione del dato rispetto al report precedente, aggiornato al 28/10/2022.

* Il tool di monitoraggio non permette la visualizzazione delle metriche riguardanti LinkedIn. Il dato al 21/09/2023 è stato rilevato manualmente.

** La cassa, nel report dell'anno precedente, non era presente su LinkedIn, pertanto non è possibile indicare la variazione.



ACCOUNT	N° FOLLOWER	N° POST	INTERAZIONI MEDIE PER POST
Cassa Forense	4.737 (+631)	97 (+15)	17,3 (-)
CDC	1.150 (n.d.)*	79 (+5)	19,2 (-0,8)
ENPAP	362 (n.d.)**	2 (n.d.)**	13 (n.d.)**
Fondazione Enasarco	1.102 (+189)	1 (-34)	5 (-3,8)

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

* Non è possibile indicare la variazione, perché il dato relativo all'anno precedente è aggiornato al giorno 28/10/2022 in quanto il tool utilizzato per la stesura del report non consente la sua visualizzazione nel periodo preso in considerazione.

** La cassa, nel report dell'anno precedente, non era presente su Instagram, pertanto non è possibile indicare la variazione.



CANALE	N° ISCRITTI	N° VIDEO	N° LIKE	VISUALIZZAZIONI TOTALI
Cassa Forense	1.700 (+829)	65 (+53)	528 (+444)	73.500 (+50.774)
Cassa Geometri	397 (+6)	4 (-)	0 (-12)	979 (-4.527)
CDC	222 (+19)	4 (-1)	1 (-9)	373 (-1.084)
ENPAP	689 (+689)	10 (-10)	48 (-41)	1.621 (-2.514)
ENPAPI	63 (+38)	5 (+2)	14 (-2)	5.635 (+3.005)
EPPI	172 (n.d.)*	8 (+4)	19 (+13)	1.484 (+1.027)
Fondazione Enasarco	147 (+14)	5 (+4)	6 (+6)	1.111 (+1.031)
Fondazione Enpaia	42 (+12)	12 (+7)	13 (+10)	2.761 (+2.405)

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

* Non è possibile indicare la variazione, perché il dato relativo all'anno precedente è aggiornato al giorno 28/10/2022 in quanto il tool utilizzato per la stesura del report non consentiva la sua visualizzazione nel periodo preso in considerazione.



ACCOUNT	N° FOLLOWER	N° TWEET	INTERAZIONI MEDIE PER TWEET
Cassa Geometri	1.594 (+61)	222 (-44)	1,6 (-2,2)
CDC	1.615 (+105)	152 (-9)	8,5 (-3,1)
ENPAP	374 (+70)	0 (-1)	0 (-1)
Fondazione Enasarco	985 (+58)	153 (-94)	0,7 (-0,6)

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



CANALE	N° ISCRITTI*
Cassa Forense	7.316 (+268)

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 21/09/2023 è stato rilevato manualmente.



CONCLUSIONI

swhub
BY MEFOP

CONCLUSIONI

Confermando i risultati emersi nella precedente rilevazione, l'analisi mostra come, in generale, **le Casse di previdenza appartenenti al campione preso in esame siano consapevoli dell'importanza dei social** come mezzo per comunicare in maniera diretta con gli utenti e per far conoscere loro le prestazioni e i servizi erogati. Infatti, **su 12 Casse, 8 risultano presenti almeno su una Piattaforma social**; un dato che si mantiene invariato rispetto al 2021.

I canali più utilizzati dai soggetti analizzati risultano essere **LinkedIn, YouTube e Facebook**.

LinkedIn, social dal carattere più istituzionale e orientato in maniera più marcata al mondo business, ben si presta a raggiungere il target di riferimento delle Casse di previdenza. Segue YouTube, utilizzato come repository dei video prodotti, sebbene registri performance molto eterogenee in termini di iscritti, video pubblicati, like e visualizzazioni. Troviamo poi Facebook, canale rivolto a un pubblico più generalista.

Tuttavia, come per fondi pensione e fondi sanitari, anche per le Casse di previdenza è possibile notare un uso ancora **limitato e discontinuo** di tali Piattaforme. Ciò è confermato dall'eterogeneità nelle performance rilevate su un canale come Facebook in cui, su un totale di 6 Enti, solo uno supera le 100 interazioni medie per post e 4 si attestano sotto le 50 interazioni medie per post.

In generale, quindi, la comunicazione social delle Casse di previdenza presenta **ampi margini di miglioramento**. Rispetto all'analisi condotta lo scorso anno, tuttavia, è possibile rilevare un miglioramento nei KPI relativi a LinkedIn e YouTube: un segnale incoraggiante che fa ben sperare per il futuro.



www.swhub.it



www.open-box.it