



REPORT FINALE

Da luglio 2019 a gennaio 2020 l'agenzia di comunicazione sociale Etiket della cooperativa sociale Agropoli onlus, si è occupata di realizzare e gestire la campagna di comunicazione "I Volontari – Le opportunità che scaturiscono dalla riforma del codice del terzo settore".

In questo periodo si sono svolti vari incontri di raccordo e condivisione tra l'agenzia e lo staff di Asso.Vo.Ce., che in ogni caso sono stati in costante contatto per buona riuscita della campagna.

È stata aperta una riflessione sul naming della campagna dall'ipotesi di nome "I Volontariati" si è passati all'utilizzo del nome "I Volontari", dopodiché sono state realizzate e analizzate alcune proposte di logo. A partire dal logo scelto è stata realizzata tutta l'immagine coordinata della campagna.

In totale sono stati realizzati 4 video di cui 1 realizzato in grafica animata e 3 realizzati con immagini in presa diretta.

Le riprese video sono state realizzate nel corso degli incontri di programmazione del CSV, durante iniziative ed eventi del CSV, mentre i volontari svolgevano le loro attività nella propria associazione o costruendo delle scene ad hoc per migliorare la resa della campagna.

Per i video, come previsto, è stata realizzata una distribuzione e pubblicazione multiplatforma: sono stati caricati su un canale Youtube creato ad hoc, ma anche nella sezione Watch di Facebook e su InstagramTV. Tutti i video sono stati raccolti nella landing page ivolontari.csvassoce.it

La campagna è stata presentata il 12 dicembre 2019 in occasione dell'inaugurazione di "Buono a Rendere – Emporio Solidale della Valle di Suessola", contestualmente sono partiti gli annunci sui giornali previsti, la programmazione delle attività sui social con i relativi post a pagamento.

| Prodotti/attività | N° | Dettagli |
|---|----|---|
| Video realizzati | 4 | Durata complessiva 490 secondi |
| Video pubblicati su Youtube | 4 | 1.245 impressioni 500 visualizzazioni per 9 ore complessive di riproduzione |
| Post su Facebook realizzati e pubblicati | 17 | Di cui 13 banner grafici o gallery |
| Post su Instagram realizzati e pubblicati | 16 | 150 visualizzazioni complessive |
| Post sponsorizzati su Facebook | 9 | 6.099 minuti di video visualizzati |

Risultati Google ADS

Come previsto sono stati realizzati degli annunci su Google con rimando al sito della campagna, che hanno restituito i seguenti risultati. La campagna annunci è stata programmata dal 9 gennaio al 14 gennaio e dal 21 gennaio al 27 gennaio.



Banner sulle seguenti testate giornalistiche per oltre 1 mese:

- Informare – CasertaWeb – Pupia

The image displays three examples of newspaper banners for the campaign. The banners feature the title "VOLONTARI ED ETS: COSA CAMBIA CON LA RIFORMA DEL CODICE DEL TERZO SETTORE?" and the logo of CSV Asso.Vo.Ce. The banners are shown on the websites of CasertaWeb and Pupia.

CasertaWeb banner: The banner is positioned at the top of the CasertaWeb homepage, which is the online daily newspaper for Caserta. It features the site's navigation menu and a search bar.

Pupia banner: The banner is positioned at the top of the Pupia website, which is a local news outlet. It features the site's logo and navigation menu.

Articoli dedicati sulle testate:

<http://www.pupia.tv/2019/12/canali/societa/riforma-terzo-settore/461979>

<https://informareonline.com/ivolontari-le-opportunita-che-scaturiscono-dalla-riforma-del-codice-del-terzo-settore/>

<https://casertaweb.com/notizie/ivolontari-le-opportunita-scaturiscono-dalla-riforma-del-codice-del-terzo-settore/>

Nuovi account creati



Si è provveduto alla creazione di un canale Youtube denominato "I Volontari – CSV AssoVoCe"

Link <https://www.youtube.com/channel/UC2yBpLcyO5f8IrAREnxScwQ>

Il Canale pur non essendo il principale veicolo della campagna ha riscontrato comunque un buon numero di visualizzazioni (1.245 impressioni 500 visualizzazioni per 9 ore complessive di riproduzione)



Si è provveduto alla creazione di una pagina LinkedIn dedicata al CSV Asso.Vo.Ce.

Link <https://www.linkedin.com/company/34882245/>

Si è trattato di un'iniziativa sperimentale per non rimanere completamente scoperta la piattaforma che ha restituito, anche grazie a linkedin ADS e all'utilizzo di specifici hashtag, dei discreti risultati. Ogni post ha ottenuto in media 50 visualizzazioni.

Dal 10 al 15 gennaio, sono stati diffusi anche due annunci a pagamento che hanno raccolto rispettivamente 1.227 Visualizzazioni e 645 Visualizzazioni.

La landing page ivolontari.csvassovoce.it

La landing page ivolontari.csvassovoce.it ha ottenuto al 28/01/20 un numero di visite pari a 1.734 con una media di visite giornaliere pari 42.

FOCUS su Facebook

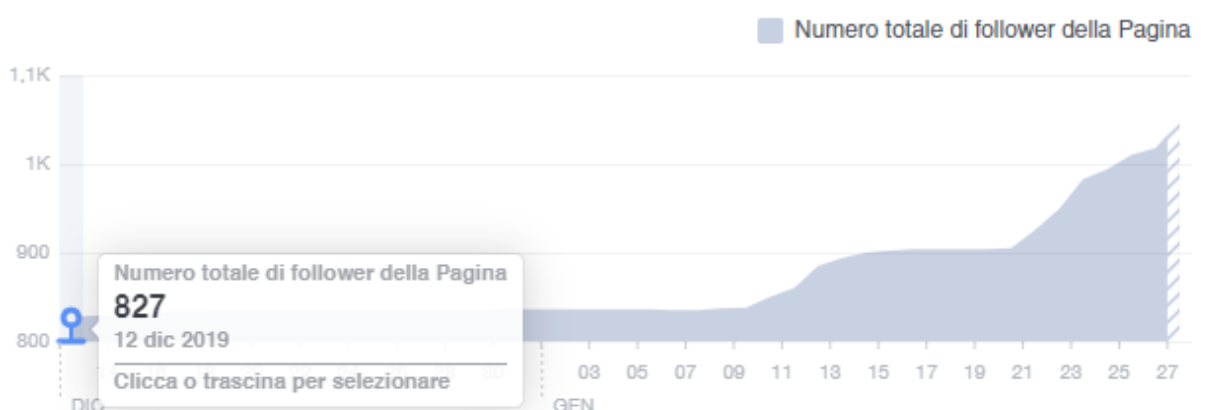
Dati generali della pagina del CSV Asso.Vo.Ce.

| | 12 dicembre 2019 | 27 gennaio 2020 | Differenza |
|-----------------------|------------------|-----------------|------------|
| Like alla pagina | 811 | 1003 | + 192 |
| Follower della pagina | 827 | 1048 | + 221 |

"Mi piace" totali della Pagina a oggi: 1003



Numero totale di follower della Pagina a oggi: 1048



Principali risultati delle inserzioni a pagamento su Facebook

Riguardo le inserzioni a pagamento su Facebook si è lavorato principalmente sul seguente target

Residenti e attualmente in provincia di Caserta










Età 22 - 64

Interessi: Problemi della società, Volontariato, Sostenibilità, Veterani, Religione,

Beneficenza e cause, Politica, Diritto o Ambientalismo, Settore: Comunità e servizi sociali

| | | |
|--|---|--|
|  Persone raggiunte (i) 66.160 |  Interazioni con i post (i) 21.990 |  Clic sul link (i) 1633 |
|--|---|--|

Dettaglio risultati dei post sponsorizzati

| | | |
|--|------------------------------------|--------------------------------------|
|  "Mi piace" sulla Pagina Dal 2004 Il CSV Asso.Vo.Ce. promuove il volont... Promozione di Umberto De Santis In data Jan 2... Completata | 7578 Persone raggiunte | 109 "Mi piace" sulla Pa... |
|  Visitatori del sito web https://youtu.be/Q4NxsRhWe0c Promozione di Umberto De Santis In data Jan 2... Completata | 12.620 Persone raggiunte | 341 Clic sul link |
|  Visitatori del sito web https://youtu.be/Q4NxsRhWe0c Promozione di Umberto De Santis In data Jan 9... Completata | 9288 Persone raggiunte | 233 Clic sul link |
|  Visitatori del sito web http://volontari.csvassoce.it/ Promozione di Umberto De Santis In data Jan 9... Completata | 24.544 Persone raggiunte | 935 Clic sul link |
|  "Mi piace" sulla Pagina Dal 2004 Il CSV Asso.Vo.Ce. promuove il volont... Promozione di Umberto De Santis In data Jan 9... Completata | 3453 Persone raggiunte | 55 "Mi piace" sulla Pa... |
|  Visualizzazioni del video Adeguamento degli statuti, riaccreditamenti, ad... Promozione di Umberto De Santis In data Jan 9... Completata | 7490 Persone raggiunte | 686 |
|  Visualizzazioni del video Dal 2004 Il CSV Asso.Vo.Ce. promuove il volont... Promozione di Umberto De Santis In data Jan 9... Completata | 3216 Persone raggiunte | 1515 |
|  Visualizzazioni del video Dal 2004 Il CSV Asso.Vo.Ce. promuove il volont... Promozione di Umberto De Santis In data Dec 1... Completata | 9982 Persone raggiunte | 967 |
|  Visualizzazioni del video Adeguamento degli statuti, riaccreditamenti, ad... Promozione di Umberto De Santis In data Dec 1... Completata | 7372 Persone raggiunte | 534 |



I dati giornalieri vengono registrati con il fuso orario del Pacifico

Statistiche sui video: 12 dic 2019 - 27 gen 2020

12 dic 2019 - 27 gen 2020



Prestazioni > Metriche per tutti i tuoi video nell'intervallo di date 12/12 - 27/1 rispetto ai 47 giorni precedenti

6099

Minuti di visualizzazione
▲ 304850% dai 47 giorni precedenti

21.270

Visualizzazioni del video di 3 secondi
▲ 118067% dai 47 giorni precedenti

12 dic 2019 - 27 gen 2020

6099 **Minuti di visualizzazione** 2 **Periodo precedente**

NOTE CONCLUSIVE

Grazie alla campagna di comunicazione sono stati raggiunti una serie di obiettivi:

- sono stati coinvolti i volontari della provincia di Caserta in un racconto collettivo che evidenzia le novità che emergono dalla Riforma del Codice del Terzo settore;
- si è cercato di coinvolgere quante più associazioni e volontari possibili, fornendo una fotografia sintetica ma rappresentativa del volontario casertano;
- si è dotato il CSV di uno strumento, il video in grafica animata, che gli consente di spiegare in maniera dinamica e sintetica le novità che scaturiscono dalla riforma;
- è stata data visibilità ai servizi che il CSV eroga dal 2004 alle OdV e dal 2020 anche agli altri ETS, oltre alla classica carta dei servizi il CSV oggi ha a disposizione un video che gli consente di raccontare in maniera sintetica le sue attività;
- è stato ricordato che l'attività principale del CSV è la promozione della cultura del volontariato e un video in particolare è stato dedicato al racconto delle attività che il CSV mette in campo in quest'ambito.

Rispetto agli strumenti utilizzati, ci si è concentrati soprattutto su Facebook che è apparso lo strumento più efficace per la diffusione della campagna. Si è mirato a promuovere la campagna ma anche ad intercettare pubblico potenzialmente interessato anche alle future iniziative del CSV. Una parte del budget relativo alle sponsorizzazioni è stato infatti utilizzato per far crescere, attraverso l'impatto dei video, la pagina Facebook in termini di follower. Dopo la campagna sui social il CSV potrà parlare ad almeno 200 persone in più della provincia di Caserta che abbiano interessi compatibili con ciò che il CSV offre. Inoltre attraverso Facebook i video sono stati visualizzati complessivamente per 6099 minuti pari a circa 102 ore.

Ad integrazione e in aggiunta dei banner sulle testate giornalistiche previste sono stati inoltre pubblicati sulle stesse testate 3 articoli recanti il comunicato stampa e il link alla campagna. Questa attività è stata pensata in sostituzione della stampa di cartoline che rappresentassero le foto inviate dei volontari, in quanto i volontari sono stati molto disponibili a diventare protagonisti delle riprese ma non hanno partecipato al contest collegato all'hashtag #iVolontari lanciato attraverso uno dei video della campagna.