

Note sintetiche al report del GdL comunicazione (in allegato): evidenziate le parti 'critiche'

BILANCIO

SITO

Pagine di ingresso al sito: meno di un terzo dalla home page, il resto singole notizie o altre pagine (da newsletter, altri siti, Telegram, Facebook...) **Percentuale alta di persone che lasciano il sito dopo aver visitato una sola pagina (>70%).**

PAGINA FB

Lenta ma costante crescita di followers, 904 ad oggi in totale, una buona percentuale dal centro Italia, in particolare Marche, per la maggior parte ultra 45enni. **I giovani dove sono?? Altrove o non sono interessati ai nostri temi??** Nonostante il buon numero di persone che seguono la pagina **la copertura dei post è bassa (< 100), con scarse interazioni ("Mi piace", "Condivisioni").**

PEERTUBE

Il canale è quasi pieno, c'è da valutare la rimozione di vecchi video per permettere l'inserimento dei nuovi. Il canale ha 6 iscritti. Ad eccezione di casi particolari (We the power e video specifici di campagne) **la visualizzazione è molto limitata.** Non vale la pena investire per aumentare lo spazio di condivisione (a pagamento).

Altri video vengono condivisi nello spazio di Nextcloud. A differenza di Peer Tube non è un canale pubblico ma le persone devono avere il link diretto al video da visionare/scaricare, inviato via mail o condiviso in una pagina di un sito internet. I video di Effetto Gas vengono condivisi in questo ultimo modo, sono stati scaricati una cinquantina di volte ciascuno.

FRAMALISTES

Usiamo Framalistes (in dismissione, sostituito da Framagroups) e Framaforms. Condividiamo valori di base ma **valutare strumenti più efficienti e corrispondenti ai nostri bisogni** (vedi pacchetto Infomaniak e Jotform).

NEWSLETTER

Il database degli iscritti alla newsletter conta circa 1500 iscritti. Lenta progressiva diminuzione dovuta più agli errori di consegna ricorrenti (casella piena, indirizzo non valido...): che alle disiscrizioni.

Tasso di apertura > 40% è una buona percentuale (migliorabile) che arriva al 60/70% in caso di invii mirati (contrattisti, partecipanti ad eventi).

TELEGRAM Nonostante il **numero ridotto di iscritti al canale** il numero di visualizzazioni sembra sorprendentemente elevato: ricondivisione (?).

ZOOM

Si conferma strumento di lavoro fondamentale allargato (**valutare KMeet**).

NEXT CLOUD

Importante strumento per archivio e condivisione. Spazio di archiviazioni limitato, utilizzato al 66%. Provider poco affidabile. **Valutare alternativa più etica ed efficiente (Kdrive).**

PROSPETTIVE

Per ovviare alla difficoltà di raggiungere tutti i soci e per ottenere risultati più efficaci (anche verso i giovani) con il set di strumenti mediali, si propone di:

1. elaborare un piano di comunicazione annuale
2. richiedere la nomina di un referente della comunicazione nei 3 gdl tematici e tra i soci di II livello (si possono recuperare le disponibilità emerse dai risultati del questionario sul futuro dei GAS)
3. verificare quali interventi e strumenti possono essere migliorati, sostituiti o aggiunti; ad es.:
 - sito: valutare trasferimento in Word Press ed estensione funzione di archivio
 - giovani: provare metodi (anche linguaggi) e strumenti (Instagram? Storie/Reel?) più loro affini.