

# SNO

## Report Attività Social Media

Anno 2026

---

A cura dell'Ufficio Social Media SNO

 **ALESSANDRO GENITORI**

# 1. Sintesi Esecutiva

Nel corso del 2026, la comunicazione SNO ha registrato una crescita significativa su tutti i canali social, superando le 300.000 visualizzazioni complessive, con circa 28.500 interazioni e oltre 630 nuovi follower (margine dei dati pari al 5%).

Questi numeri certificano il consolidamento di una strategia editoriale continuativa, non più limitata ai giorni congressuali, ma strutturata lungo tutto l'arco dell'anno. La presenza digitale della SNO ha valorizzato attività scientifiche, iniziative istituzionali, webinar, campagne informative e la presenza sui media nazionali.

## Riepilogo KPI 2026 per Piattaforma

Piattaforma	Visualizzazioni	Interazioni	Nuovi Follower
Facebook	> 200.000	> 7.500	> 250
LinkedIn	> 60.000	> 16.000	~180
Instagram	> 80.000	> 5.000	~200
TOTALE	> 340.000	~30.000	> 630

## 2. Crescita nel Triennio 2024–2026

Il confronto con gli anni precedenti mette in evidenza una crescita decisa rispetto ai livelli del 2024 e 2025, quando la comunicazione era ancora in fase di strutturazione. I grafici seguenti mostrano l'evoluzione dei principali KPI su tutte e tre le piattaforme gestite.

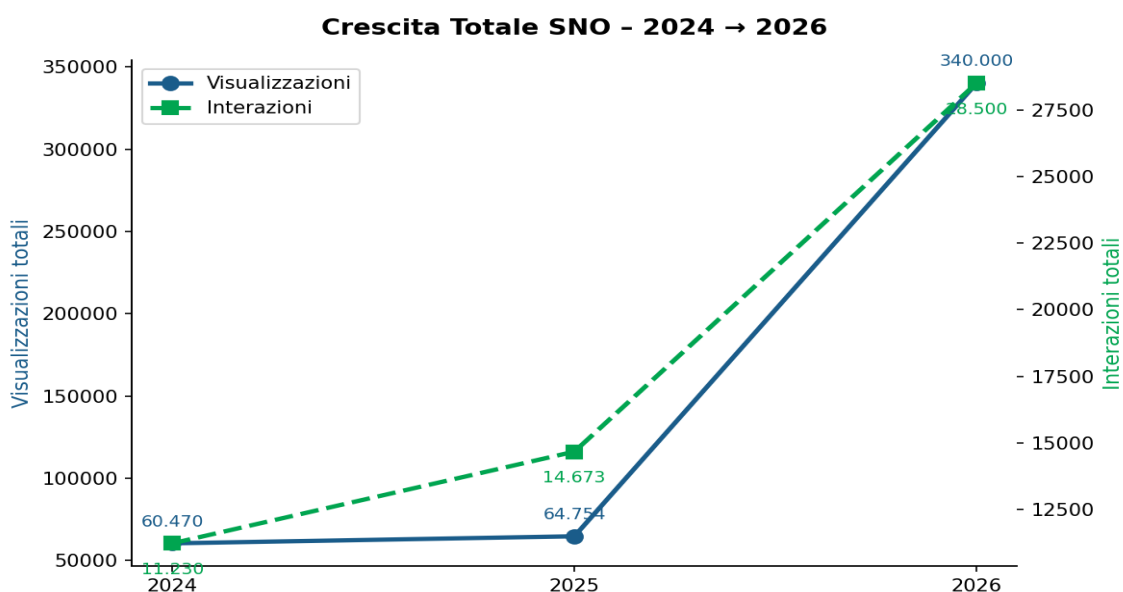


Fig. 1 – Crescita totale visualizzazioni e interazioni SNO (2024–2026)

Metrica	2024	2025	2026	Δ 2025→2026
Visualizzazioni tot.	~60.500	~64.750	> 340.000	▲ +425%
Interazioni tot.	~11.230	~14.670	~28.500	▲ +94%
Nuovi follower tot.	+222	+124	> 630	▲ +408%

### 3. Analisi per Piattaforma

#### 3.1 Facebook

Facebook si conferma il canale con la community più consolidata. Il 2026 segna un deciso rimbalzo rispetto al 2025: le visualizzazioni superano quota 200.000, le interazioni tornano sopra 7.500 e i nuovi follower crescono a oltre 250 unità.

La ripresa è frutto di un mix editoriale più efficace: contenuti scientifici di approfondimento, reel congressuali e la sinergia con l'ufficio stampa che ha generato circa 10 uscite su media nazionali nel corso dell'anno.

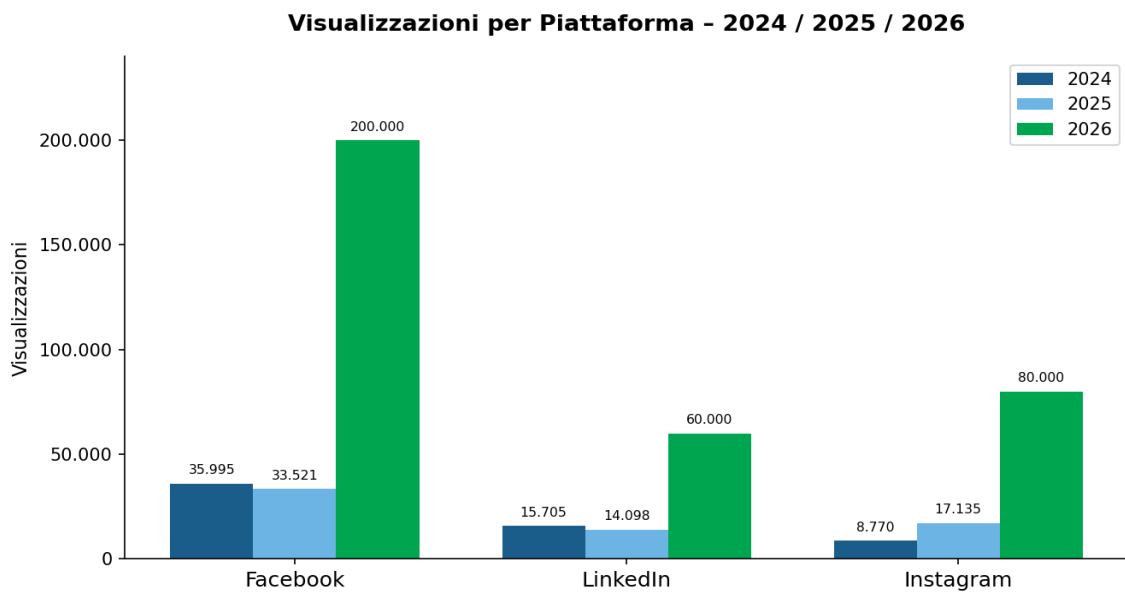


Fig. 2 – Visualizzazioni per piattaforma: confronto 2024 / 2025 / 2026

#### 3.2 LinkedIn

LinkedIn registra il risultato più qualitativo del triennio: con oltre 60.000 impressioni e ben 16.000 interazioni, il canale si conferma il punto di riferimento per il pubblico specialistico. Le interazioni più che raddoppiano rispetto al 2025, segno di contenuti sempre più pertinenti per i professionisti del settore neurologico.

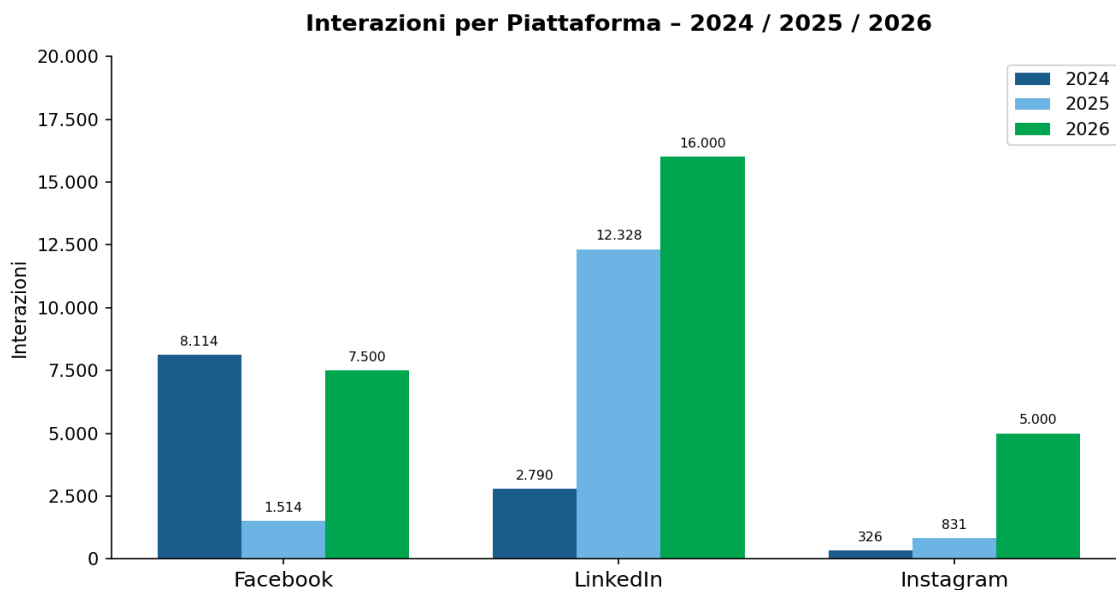


Fig. 3 – Interazioni per piattaforma: confronto 2024 / 2025 / 2026

### 3.3 Instagram

Instagram raggiunge oltre 80.000 visualizzazioni e 5.000 interazioni, con circa 200 nuovi follower. La crescita è sostenuta dai reel congressuali, dai video emozionali e dai contenuti in collaborazione con partner istituzionali. Il canale, pur con una fanbase ancora in costruzione, mostra tassi di engagement tra i più alti della piattaforma.

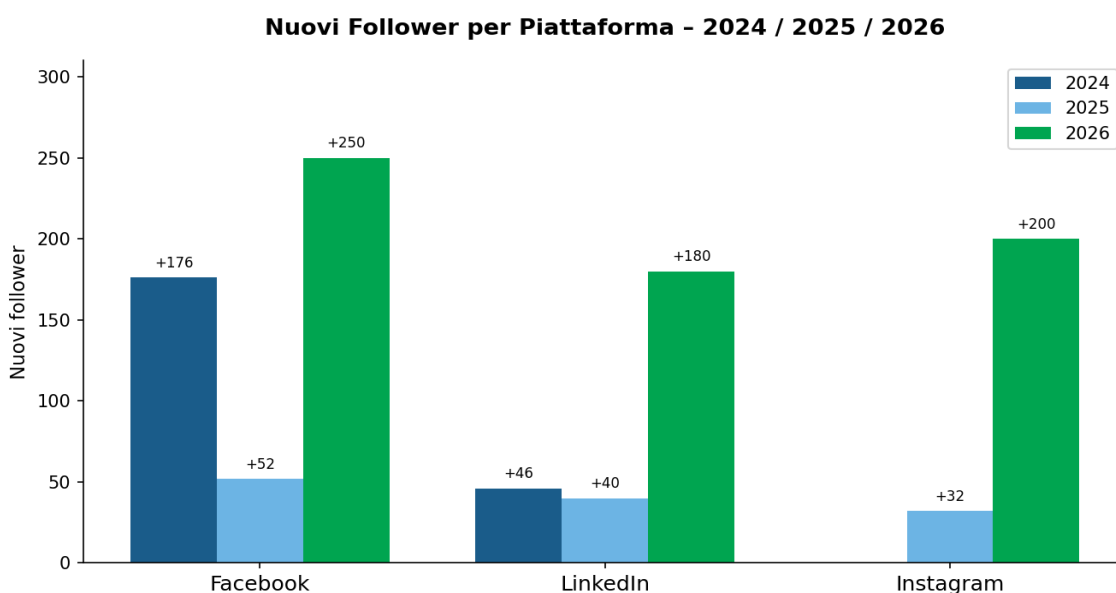


Fig. 4 – Nuovi follower per piattaforma: confronto 2024 / 2025 / 2026

## 4. Iniziative e Novità del 2026

---

### 4.1 Sinergia con l'Ufficio Stampa

La collaborazione strutturata con l'ufficio stampa ha prodotto circa 10 uscite su media nazionali nel corso dell'anno, con particolare intensità durante il congresso. Ogni uscita è stata amplificata sui canali social con contenuti dedicati, moltiplicando la reach organica e rafforzando la reputazione istituzionale della SNO.

### 4.2 Nuovi Formati Congressuali

Il congresso 2026 ha visto l'introduzione di importanti novità nel formato dei contenuti video:

- Maggiore presenza di reel durante i giorni congressuali, con copertura in tempo reale dei momenti salienti.
- Un video emozionale di chiusura a fine evento.
- Nuovo format di video interviste con presentatore nei corridoi del congresso, accolto con ottimo riscontro da partecipanti e pubblico online.

### 4.3 Collaborazioni e Contenuti Tematici

Un elemento distintivo del 2026 è il potenziamento delle sinergie con organizzazioni partner. In evidenza:

- Collaborazione con AISM (Associazione Italiana Sclerosi Multipla) per la produzione di video informativi sulla sclerosi multipla, che hanno raggiunto un pubblico ampio e qualificato.
- Video interviste e posizionamento SNO (supporto audizione Senato)
- Mix editoriale bilanciato tra articoli scientifici, comunicazioni di eventi e contenuti visivi, con una presenza diversificata e coerente su tutti i canali.
- Circa 10 articoli pubblicati su media nazionali, con relativa amplificazione social.

## 5. Considerazioni Finali e Prospettive

---

I risultati del 2026 confermano la validità della strategia adottata. Il passaggio da una comunicazione episodica, concentrata nei giorni congressuali, a una presenza editoriale continuativa ha prodotto risultati tangibili su tutti i KPI: visualizzazioni, interazioni e crescita della community.

I fattori chiave del successo sono stati:

- La continuità editoriale durante tutto l'anno, non solo in prossimità del congresso.
- La diversificazione dei formati: reel, video interviste, video emozionale di chiusura, articoli.
- La sinergia con l'ufficio stampa, che ha amplificato la visibilità istituzionale sui media nazionali.
- Le partnership con realtà come AISM, che hanno allargato il bacino di utenza.

*Per il 2027, gli obiettivi dovranno consolidare questa traiettoria, investendo ulteriormente nei contenuti video, nelle collaborazioni istituzionali e nell'ottimizzazione della strategia editoriale per rafforzare la presenza della SNO nell'ecosistema digitale della neurologia italiana.*

---