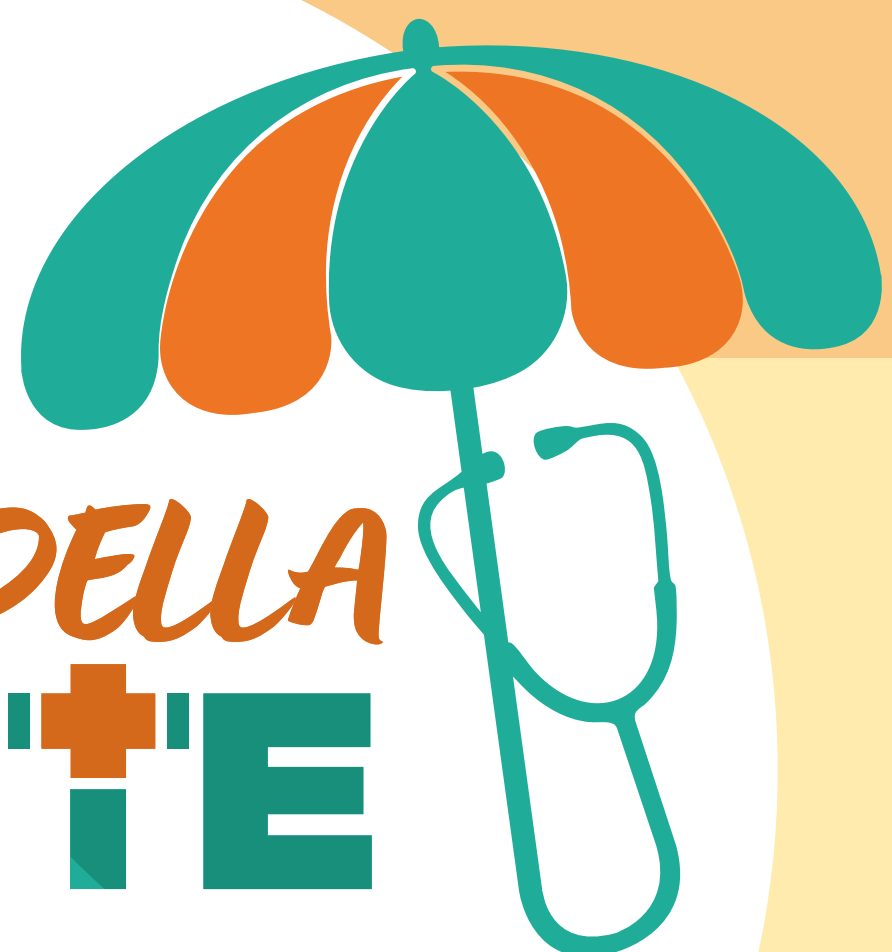


# Media Report

## Edizione 2025

*SPIAGGE DELLA*  
**SALU<sup>+</sup>TE**



# SOCIAL REPORT

La promozione delle tappe di **Spiagge della Salute** è passata attraverso comunicazione online e offline:

- **comunicati stampa** su testate nazionali e locali;
- **locandine** affisse negli stabilimenti ospitanti;
- **video** delle singole tappe;

Questo ha dato **visibilità nazionale** a **Spiagge della Salute**, oltre che agli sponsor, ai partner e a tutte le associazioni aderenti.

**Spiagge della Salute** è stato promosso sulle nostre pagine social, dando visibilità alle tappe e agli sponsor che hanno partecipato.

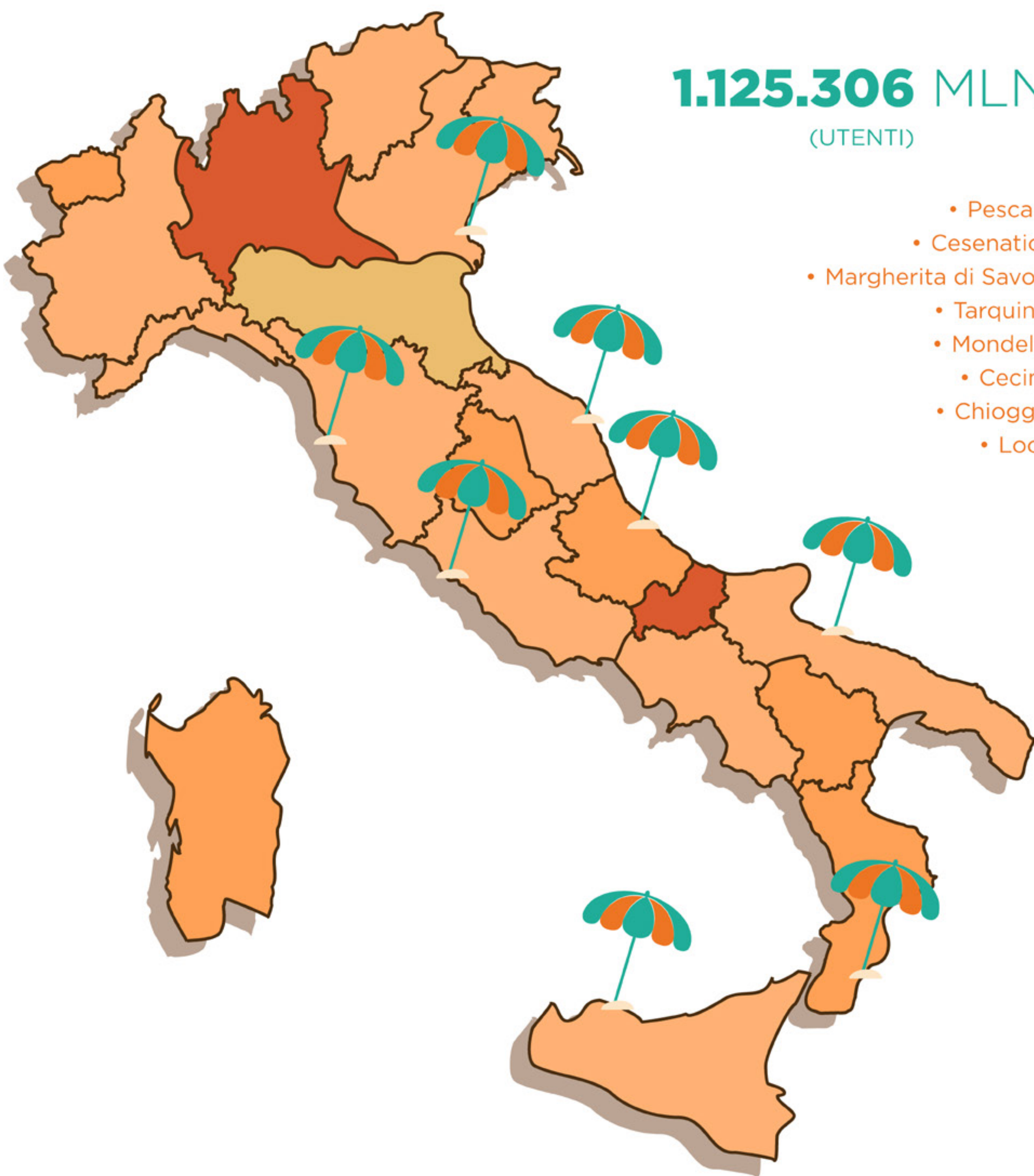
I canali di Spiagge della Salute



## COPERTURA RAGGIUNTA

**1.125.306** MLN  
(UTENTI)

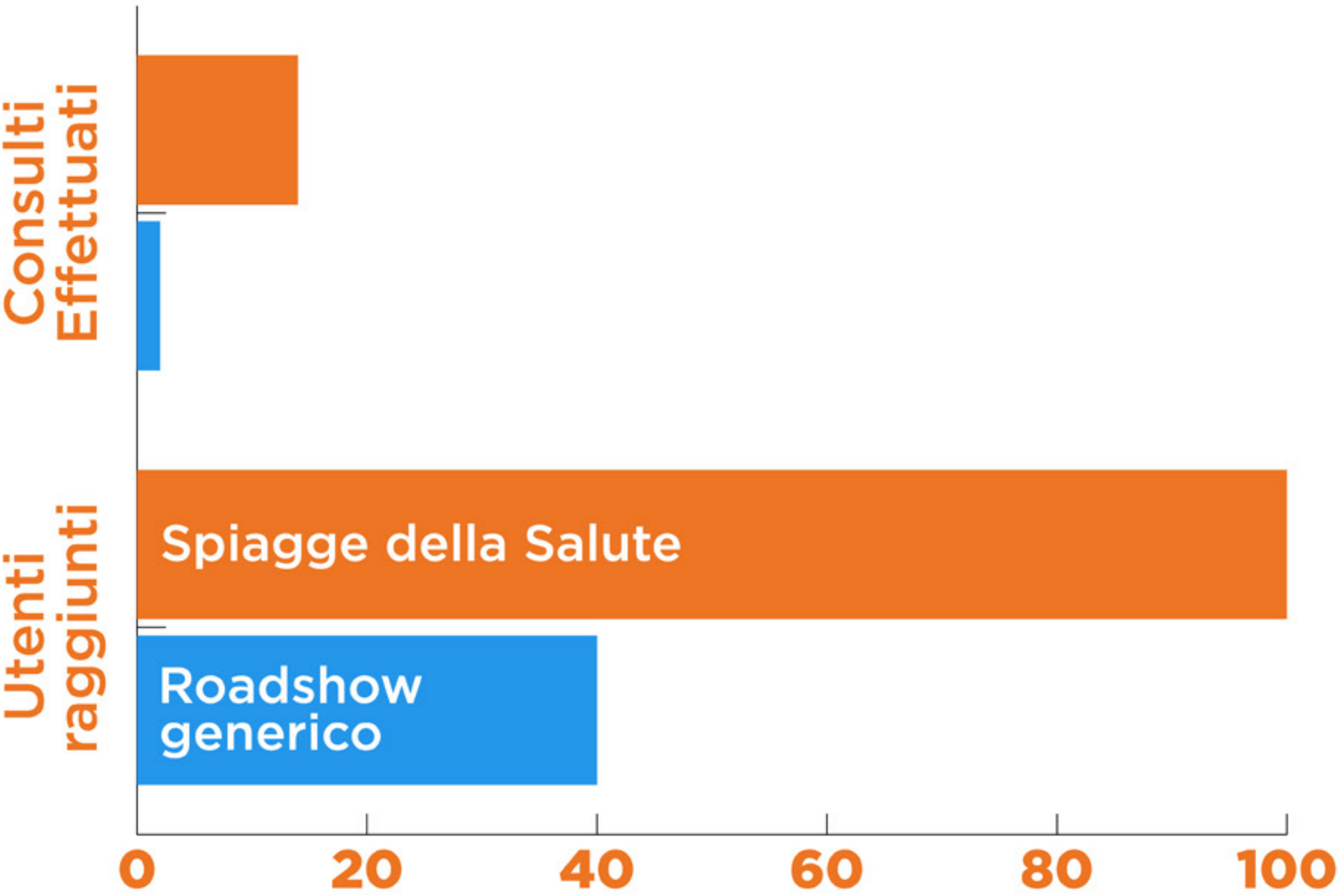
- Pescara
- Cesenatico
- Margherita di Savoia
- Tarquinia
- Mondello
- Cecina
- Chioggia
- Locri



## 2. Numeri

Grazie al suo format estivo e alla scelta strategica di operare all'interno degli stabilimenti balneari, **Spiagge della Salute** si distingue dai tradizionali roadshow per la capacità di intercettare un **pubblico ampio e variegato**, tra residenti e turisti presenti nelle località costiere, effettuando oltre **1400 consulti gratuiti**.

In questo contesto rilassato, il progetto ha raggiunto un bacino potenziale di oltre **1 milione** di persone, più ricettive ai messaggi e alle attività proposte: diversi studi confermano infatti che, nei momenti di svago, la **predisposizione** ad accogliere **comunicazioni promozionali** aumenta, rendendo l'esperienza più coinvolgente ed **efficace**.

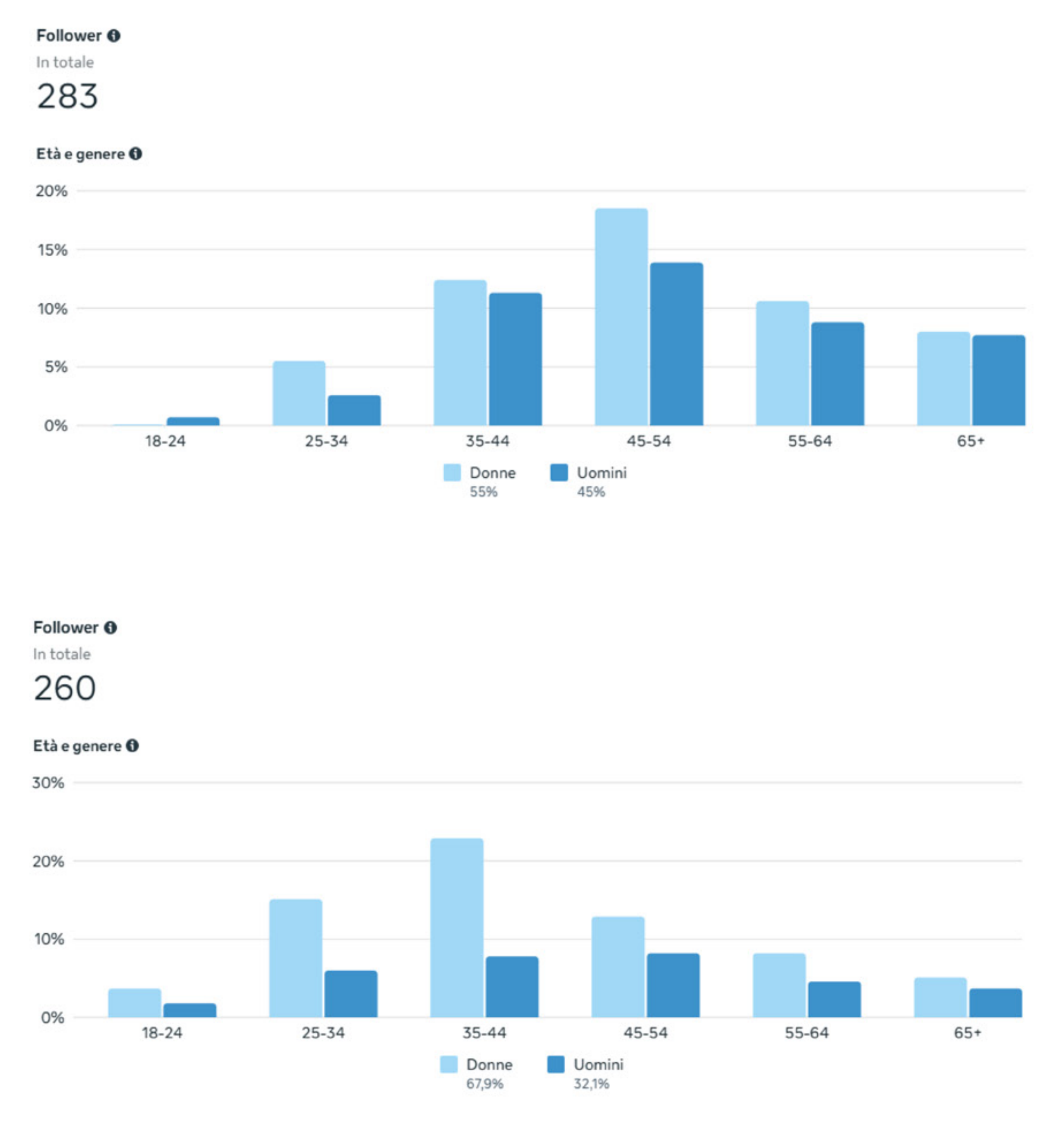


# 3. I dati social

L'analisi dei profili **Facebook** e **Instagram** evidenzia una community ampia e diversificata, che conferma l'**interesse crescente** verso i temi di salute, prevenzione e benessere. I dati demografici mostrano come le nostre pagine siano seguite principalmente da un **pubblico adulto**, con una presenza significativa delle fasce d'età centrali, ma con un coinvolgimento rilevante anche da parte dei **più giovani**.

La distribuzione per genere mette in evidenza una leggera prevalenza del **pubblico femminile**, da sempre più attento ai temi legati alla cura della persona e alla prevenzione, pur con una **partecipazione maschile** in costante crescita, di tappa in tappa.

Questi dati confermano come **Spiagge della Salute** sia un progetto capace di raggiungere e parlare a **target diversi**, favorendo un **dialogo trasversale** che abbraccia età e interessi differenti. La tabella seguente riassume la composizione del nostro pubblico social per fasce d'età e genere.



# 3. I dati social

Secondo le stime elaborate dall'**algoritmo di Meta**, l'evento **Spiagge della Salute** si inserisce all'interno di un bacino di utenza particolarmente ampio: tra **32,3 e 38 milioni di persone raggiungibili** in Italia attraverso Facebook e Instagram, sulla base di **interessi affini** e coerenti con i temi del progetto.

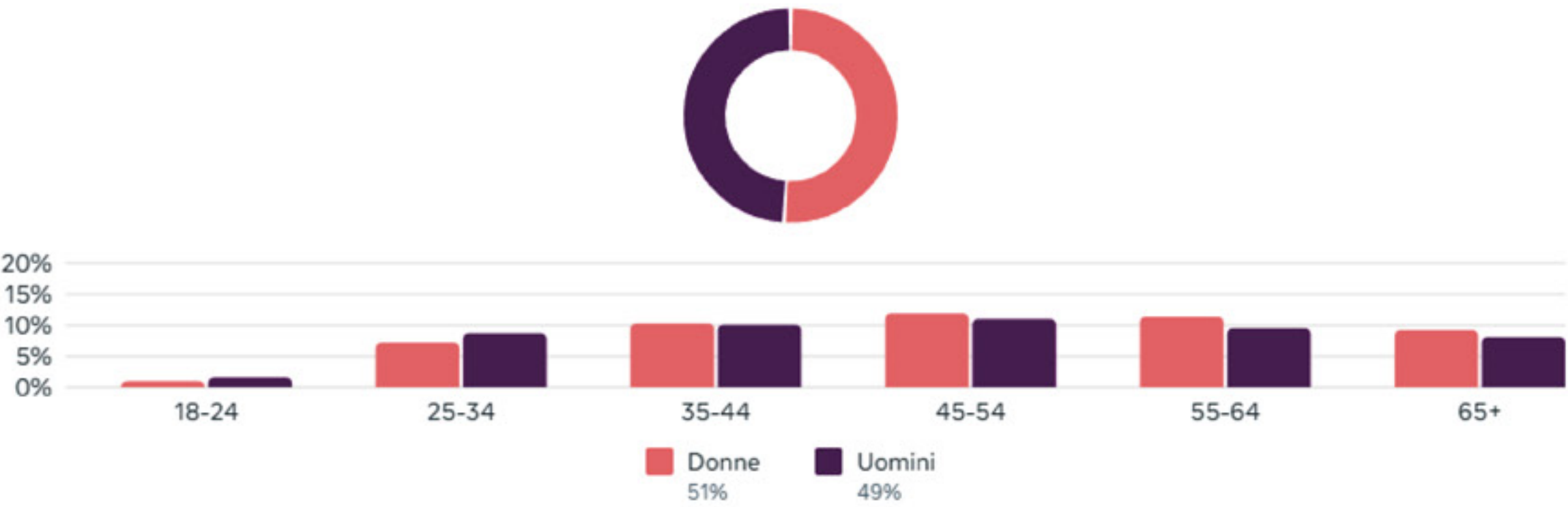
Il grafico mostra come questo **pubblico potenziale** risulti distribuito in modo equilibrato tra fasce d'età e genere, con una forte concentrazione negli adulti tra i **25 e i 54 anni**, il segmento più ricettivo rispetto ai contenuti legati a salute, prevenzione e benessere. La componente femminile, pur rimanendo leggermente prevalente, conferma un interesse condiviso anche dal pubblico maschile, a testimonianza della **rilevanza universale dei messaggi** portati dall'iniziativa.

Questi dati dimostrano la **grande opportunità** di diffusione e coinvolgimento che il progetto è **in grado di generare**, ampliando la propria portata **ben oltre** la community già attiva sulle nostre pagine social.

Dimensioni del pubblico stimato ⓘ

32.300.000-38.000.000

Età e genere ⓘ

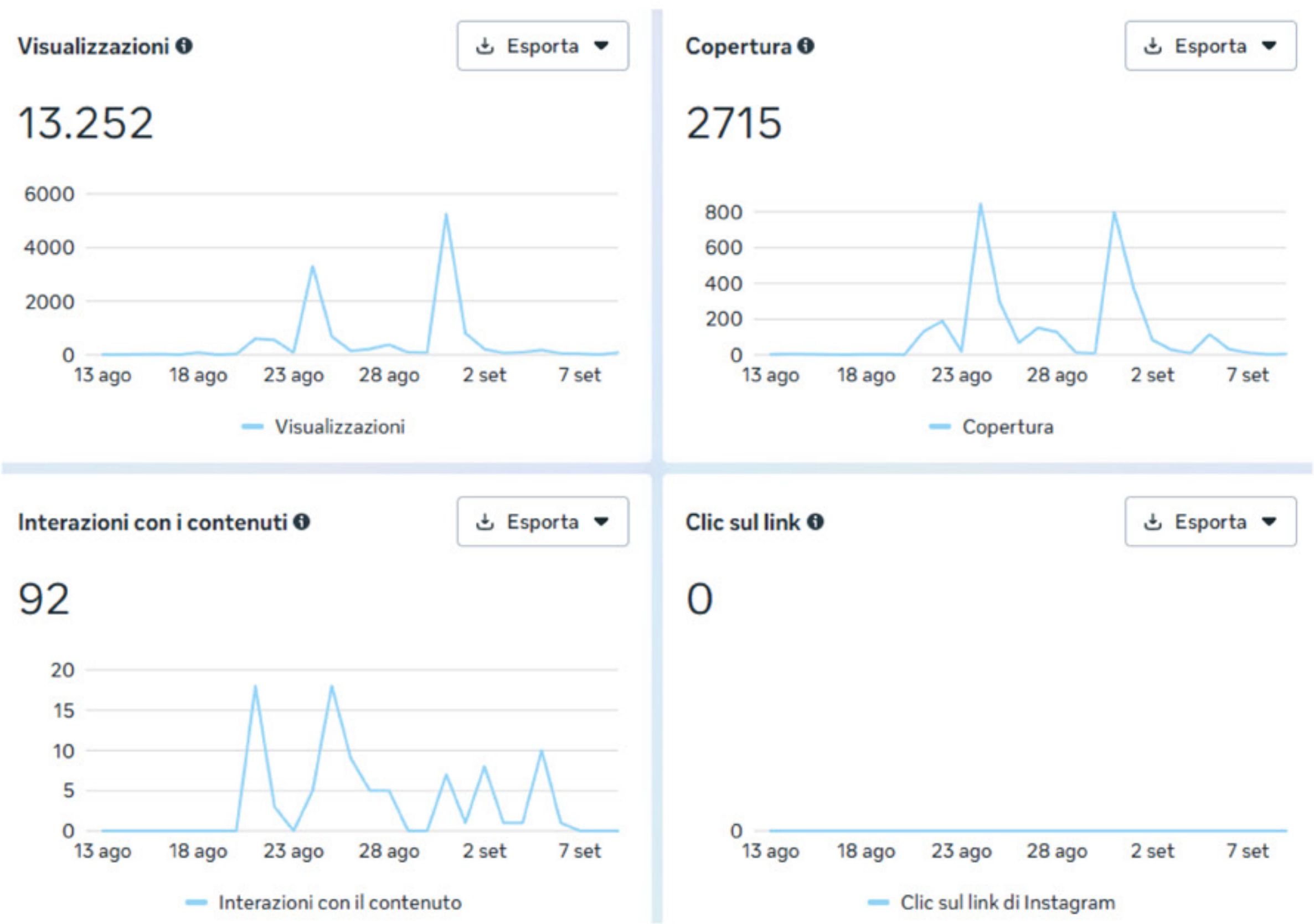


# 3. I dati social

La presenza sul **canale Instagram** ha rappresentato un asset strategico per raccontare in **tempo reale** i momenti salienti delle tappe di **Spiagge della Salute**. I contenuti pubblicati (**post, stories e reel**) hanno generato un volume significativo di **visualizzazioni**, garantendo **ampia copertura** e un livello elevato di interazioni da parte del pubblico.

Le stories hanno ottenuto un **coinvolgimento costante**, grazie a un formato immediato e diretto, mentre i reel hanno registrato **picchi di visualizzazioni** capaci di amplificare la portata organica oltre la community già consolidata. I post in feed, infine, hanno contribuito a **rafforzare l'identità** e la riconoscibilità del progetto, generando commenti, like e condivisioni.

Questi risultati confermano la capacità di Instagram di essere non solo un canale di narrazione visiva, ma anche un **potente strumento di engagement**, in grado di avvicinare il pubblico ai valori e ai contenuti promossi dall'iniziativa.



# Press Review



*SPIAGGE DELLA*  
**SALUTE**



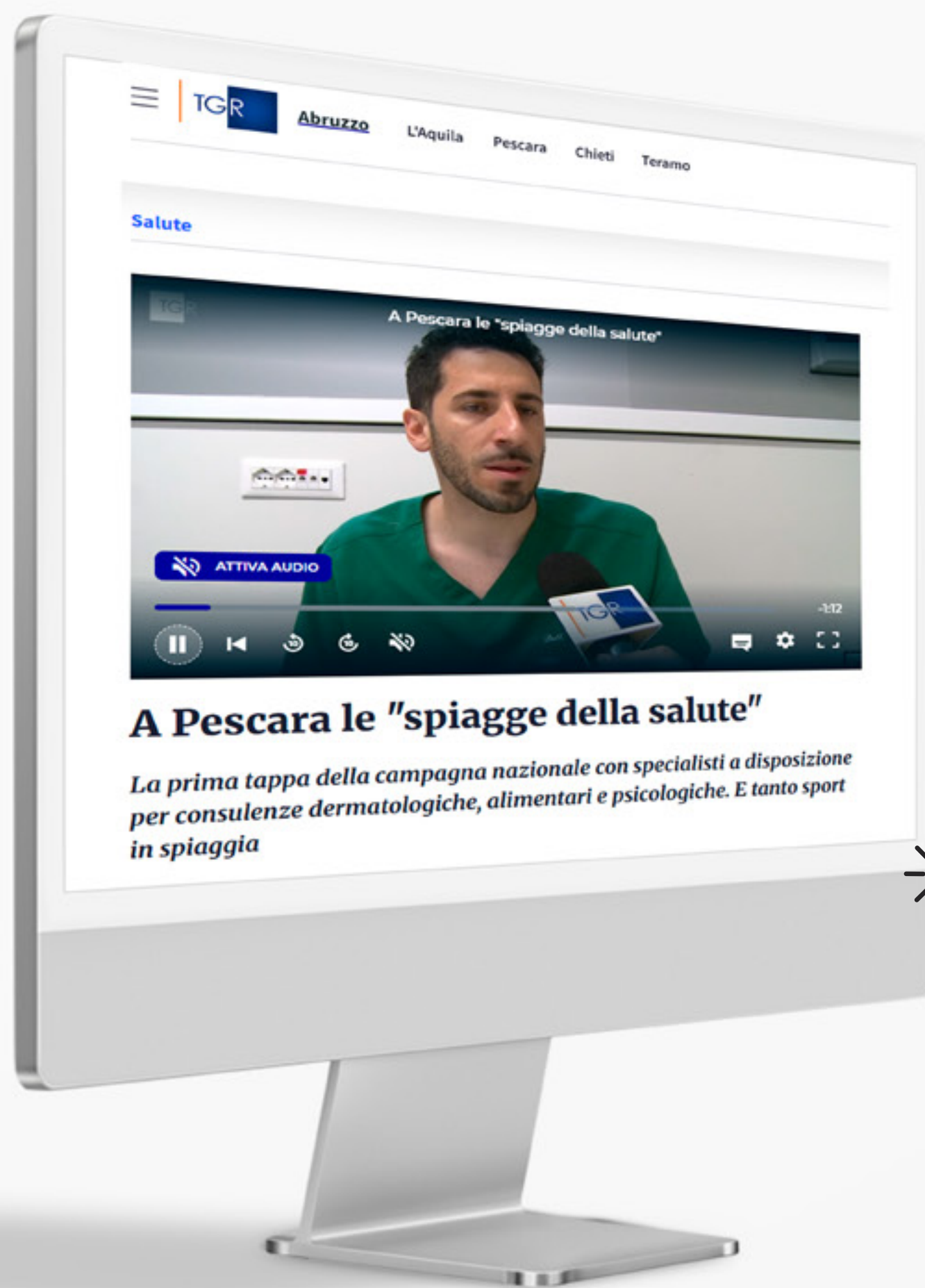
# Conferenza Stampa





# Pescara

## 06 Luglio



### A Pescara le "spiagge della salute"

La prima tappa della campagna nazionale con specialisti a disposizione per consulenze dermatologiche, alimentari e psicologiche. E tanto sport in spiaggia



# Cesenatico

## 13 Luglio





# Margherita di Savoia

## 20 Luglio





# Tarquinia

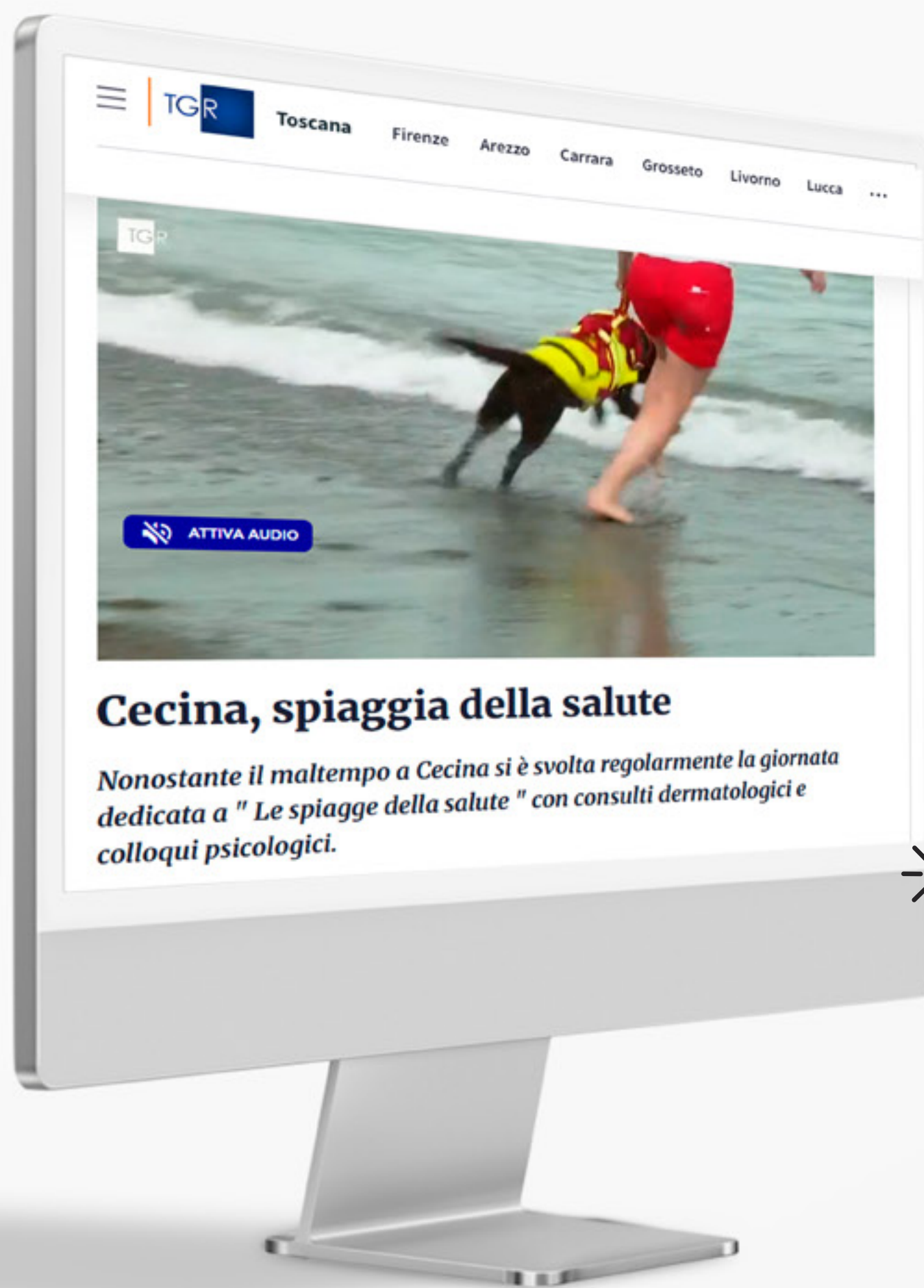
## 27 Luglio





# Cecina

## 03 Agosto





# Chioggia

## 24 Agosto





# Locri

## 31 Agosto



# Video Review



*SPIAGGE DELLA*  
**SALUTE**



# Conferenza Stampa





# Pescara

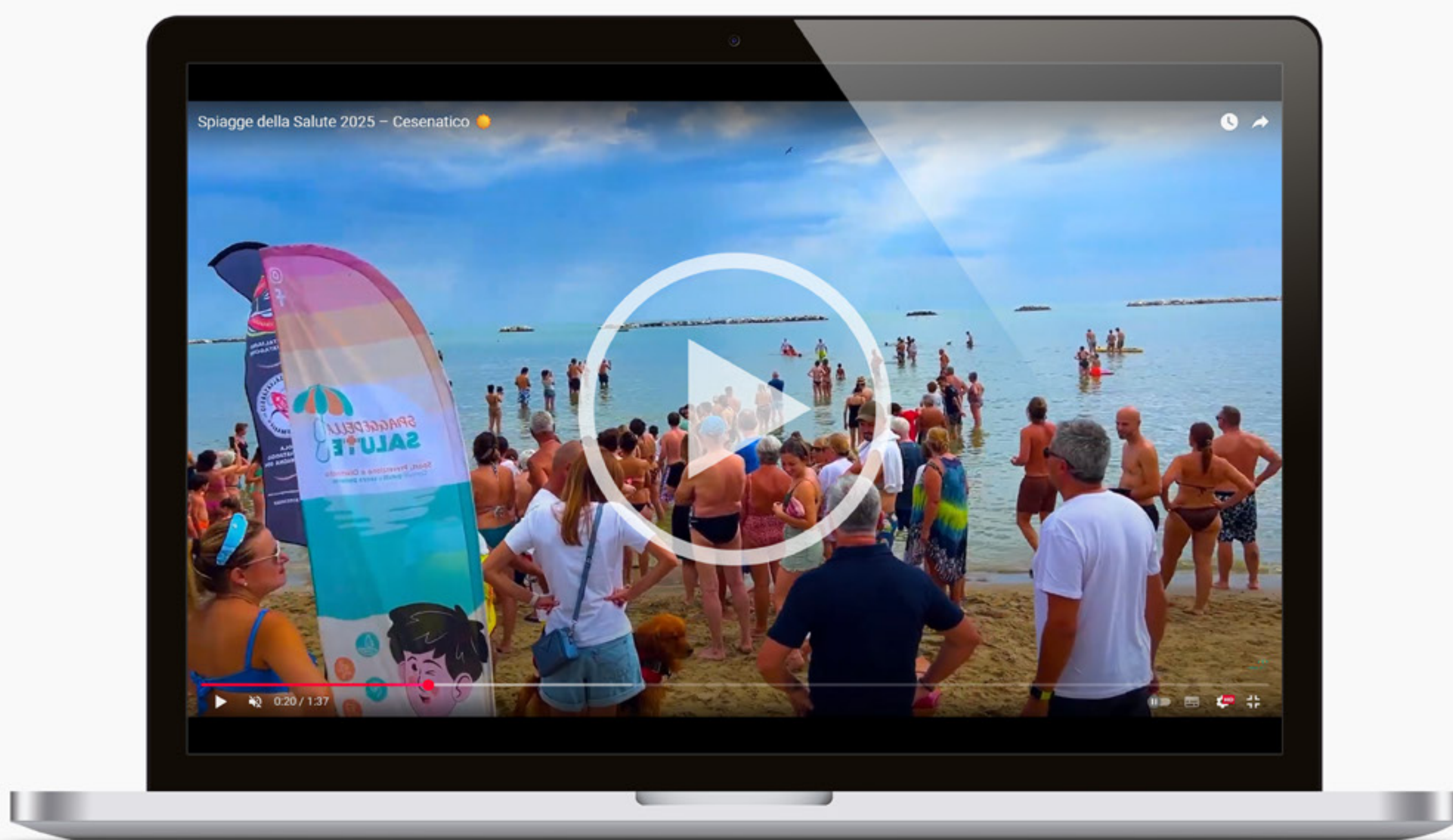
## 06 Luglio





# Cesenatico

## 13 Luglio





# Margherita di Savoia

## 20 Luglio





# Tarquinia

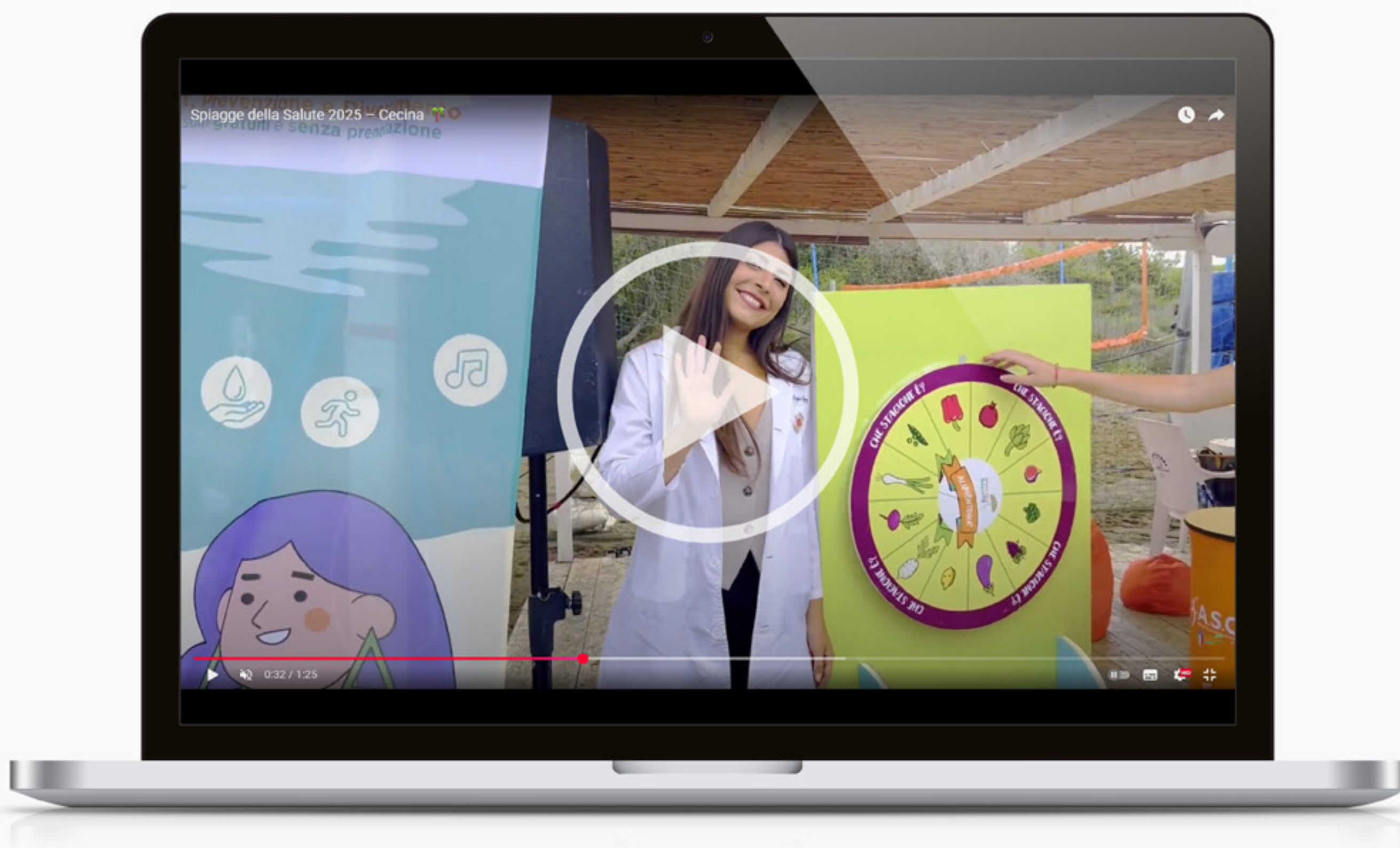
## 27 Luglio





# Cecina

## 03 Agosto





# Chioggia

## 24 Agosto





# Locri

## 31 Agosto





# Riepilogo



*SPIAGGE DELLA*  
**SALUTE**

