

30/12/2011 08:24

Figline Informa: nel 2011 oltre 200mila pagine viste

Bilancio positivo per il periodico di informazione del Comune che diventa sempre più social

Si chiude il 2011 anche per Figline Informa, il periodico di informazione del Comune di Figline nato nel 2009 e presente sulla stampa, in radio, in tv e sul web.

Il bilancio dell'anno che sta per concludersi ha visto rinnovarsi le collaborazioni con il mensile "il Reporter" - sulle cui pagine scrive anche la redazione di "La Scossa" del Centro giovani di Figline - e con Valdarno Channel, dove ogni mercoledì va in onda un approfondimento sull'attività istituzionale del Comune.

Riguardo al web, invece, **Figline Informa è informazione quotidiana all'indirizzo <http://ufficiostampa.comune.figline.it>**: in questo caso i dati del 2011 parlano di **29mila visitatori diversi collegati, 201mila pagine visitate ed oltre 400 notizie pubblicate**. Curiosi i dati sugli accessi, con 103 nazioni collegate ed in particolare **4800 accessi dagli Stati Uniti, 1615 dalla Germania e 900 dal Giappone**. In Italia le regioni più fedeli a Figline Informa - oltre ovviamente alla Toscana - sono il Lazio con il 15,4% degli accessi e la Lombardia con il 6%, mentre le pagine più viste nel 2011 sono state quelle relative alle elezioni amministrative con 20.684 accessi. **La newsletter Figline Informa, inoltre, chiude l'anno con 41 edizioni inviate, 325 notizie pubblicate e oltre 2800 iscritti; il prossimo appuntamento con la newsletter sarà l'11 gennaio 2012.**

Infine il 2011 per Figline Informa è stato anche l'anno del consolidamento della propria presenza sui social network come Facebook, Twitter, Google+ e You Tube, dove è stato attivato un canale con tutti i video relativi al Comune di Figline.

"Giorno dopo giorno Figline Informa è diventato **uno strumento di consultazione importante per il Comune e la città** - hanno spiegato il sindaco Riccardo Nocentini e l'assessore alla Comunicazione, Daniele Raspini -. L'obiettivo è di raggiungere il maggior numero di cittadini attraverso i media tradizionali e i social network, utilizzando sia strumenti classici come i comunicati stampa, sia video e altri supporti. **Dunque quello che nel 2009 era partito come un progetto di comunicazione sperimentale, adesso è diventato un sistema di informazione puntuale e capillare** che, in funzione di una serie di gestioni associate, potrebbe anche essere replicato in altri contesti".