

2018

L'OSSERVATORIO I&B FACEBOOK – NEWSPAPERS

**La Ricerca Annuale di Innova et Bella sulle strategie Facebook
dei 60 principali giornali quotidiani in Europa e Usa**

1. **La Sintesi della Ricerca 2018**
2. **I Dati per Nazione**
3. **I Migliori Quotidiani su Facebook**
4. **La Classifica Internazionale**
5. **La Metodologia**
6. **I Rating I&B**
7. **Il Campione di riferimento**
8. **Le Avvertenze**

Pubblicazione
26 Novembre 2018

Chiusura Analisi
28 Settembre 2018

Market Data
30 Giugno 2018

1. La Sintesi della Ricerca di Innova et Bella 2018

Da quando nel 2011 Innova et Bella ha avviato il monitoraggio delle strategie Facebook delle principali 60 testate europee e statunitensi, i loro likers Facebook sono cresciuti da 5 milioni a oltre 140 milioni. Nello stesso periodo le copie diffuse dalle stesse testate, su carta e supporto digitale, sono scese dai 30,8 milioni di copie del primo anno ai 23,7 milioni di quest'anno.

Prosegue nel 2018 il calo diffusionale dei 60 principali quotidiani europei e statunitensi. La diffusione è scesa a 23,7 milioni di copie, perdendo 1,2 milioni di copie rispetto ai 24,9 milioni di copie registrate nel 2017. Dal 2011 il campione scelto da I&B ha perso quasi un terzo delle copie: oltre 7 milioni. La discesa è stata costante, 29,7 milioni nel 2012, 28,2 milioni nel 2013, 28 milioni di copie nel 2014 e nel 2015, 26 milioni nel 2016, 24,9 milioni nel 2017 fino ai 23,7 milioni attuali.

Nello stesso periodo i likers Facebook degli stessi quotidiani continuano a crescere. Dai 4,7 milioni nel 2011 ai 12,8 milioni nel 2012 ai 19,7 milioni nel 2013 ai 54,7 milioni nel 2014 ai 75,3 milioni nel 2015 ai 100,9 milioni nel 2016, ai 132 milioni nel 2017 fino a superare i 144 milioni del 2018. Dal 2011 l'aumento è stato dunque esponenziale, ma per la prima volta nel 2018 la crescita rallenta. Il numero di nuovi likers annuali diminuisce rispetto all'anno precedente. Dal record di 30 milioni registrato nel 2017 si scende a 12 milioni. E per la prima volta una testata, certificando gli account reali, registra un calo nei valori assoluti: i likers accreditati da Usa Today scendono da 8 a 7 milioni.

Ai primi posti della classifica internazionale 2018 di Innova et Bella, che considera le best practices dei giornali osservati sul social network, troviamo quest'anno: The New York Times, The Guardian, The Washington Post, USA Today e El País.

Al primo posto della Classifica Italiana, e quattordicesimo nel mondo, si conferma il Fatto Quotidiano. Il Fatto conserva il suo primato internazionale in termini di socialità: 61 likers per copia diffusa.

Al secondo posto della Classifica Italiana troviamo la Repubblica, mentre al terzo posto il Corriere della Sera. La Stampa che occupava la terza posizione nel 2017, scende quest'anno in sesta posizione.

Permangono confermate le raccomandazioni strategiche di Innova et Bella al top management delle imprese editoriali.

La sfida competitiva più importante per tutti i quotidiani permane investire in conoscenza: capire come promuovere la propria offerta di brand, relazioni,

prodotti e servizi editoriali, verso milioni di utenti sempre più interconnessi, digitali, mobili e sociali.

In un mercato in cui ogni lettore può ricercare gratuitamente l'informazione personale che preferisce con un semplice click, le raccomandazioni strategiche di Innova et Bella al top management delle imprese editoriali sono chiare:

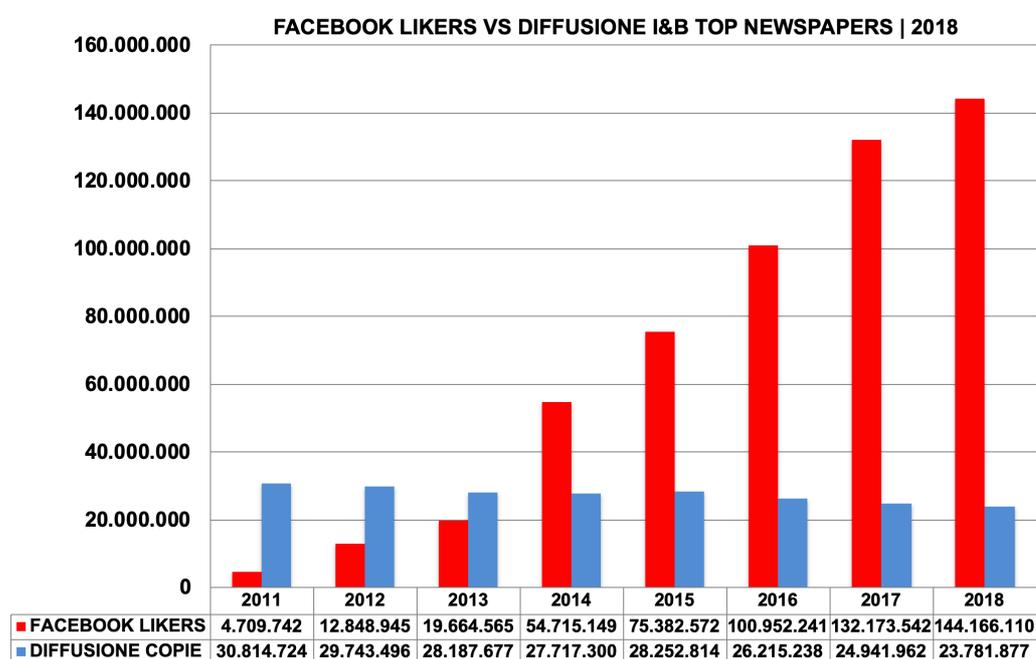
- 1. Brand Management.** Sviluppare l'offerta di relazione del brand editoriale: l'unico motivo per cui un Lettore diventi e permanga un fedele consumatore del proprio quotidiano è che aderisca all'offerta di relazione del brand.
- 2. Innovation management.** Ricercare e sviluppare progetti di social branding per ogni singolo prodotto editoriale: non è più la notizia a guidare il consumo, ma la promessa di relazione.
- 3. Big data e Intelligenza Artificiale.** Offrire un'informazione personalizzata e premium price: per poter offrire il lusso di un'informazione su misura e di una relazione esclusiva con il proprio brand editoriale è necessario studiare e interpretare i big data delle preferenze sociali di ogni singolo lettore.
- 4. Competitive Intelligence.** Posizionare l'identità esclusiva dell'offerta editoriale: è necessario sviluppare sistemi complessi di analisi competitiva per potenziare le strategie di leadership della propria offerta di relazioni, prodotti e servizi editoriali.
- 5. Education, Education & Education.** Formare, formare e formare giornalisti e manager: è necessario educare 24/7 le risorse umane all'utilizzo dei nuovi strumenti di social branding, analisi big data, intelligenza artificiale, brand management.

L'alternativa? Rimanere autoreferenziali, e prepararsi a un ulteriore declino.

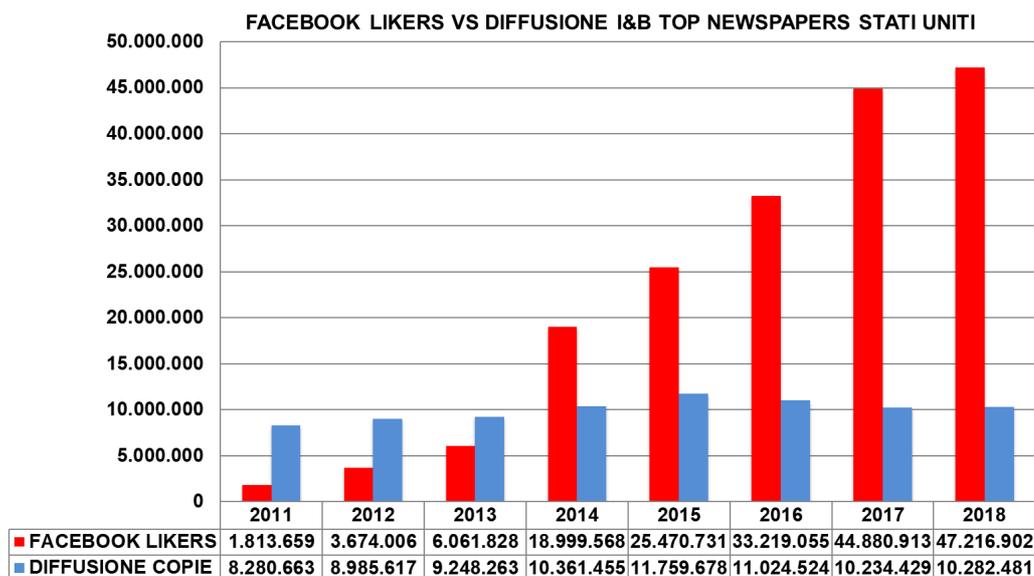
Milano, 26 Novembre 2018

2. I Dati per Nazione

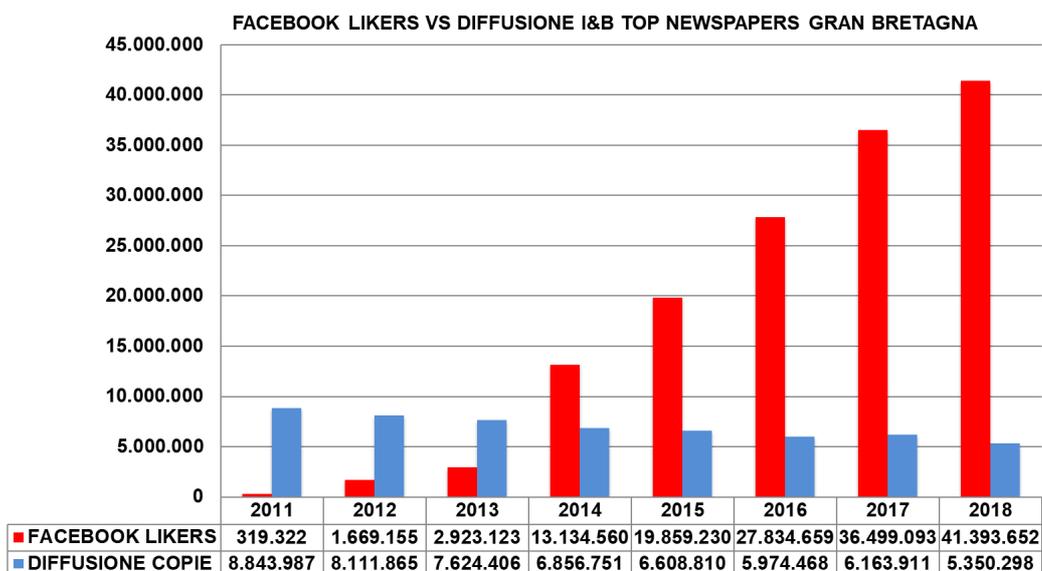
Il campione posto sotto osservazione comprende i principali 60 giornali quotidiani nazionali stampati in Europa e US, considerando: Stati Uniti, Gran Bretagna, Spagna, Francia, Italia e Germania. Nell'ultimo anno si assiste ad un incremento di circa 12 milioni di nuovi likers globalmente conquistati, con un rallentamento della crescita rispetto agli anni precedenti. L'insieme delle testate considerate raggiunge i 144 milioni di likers sulle proprie pagine Facebook a fronte di una diffusione media di 23,7 milioni di copie.



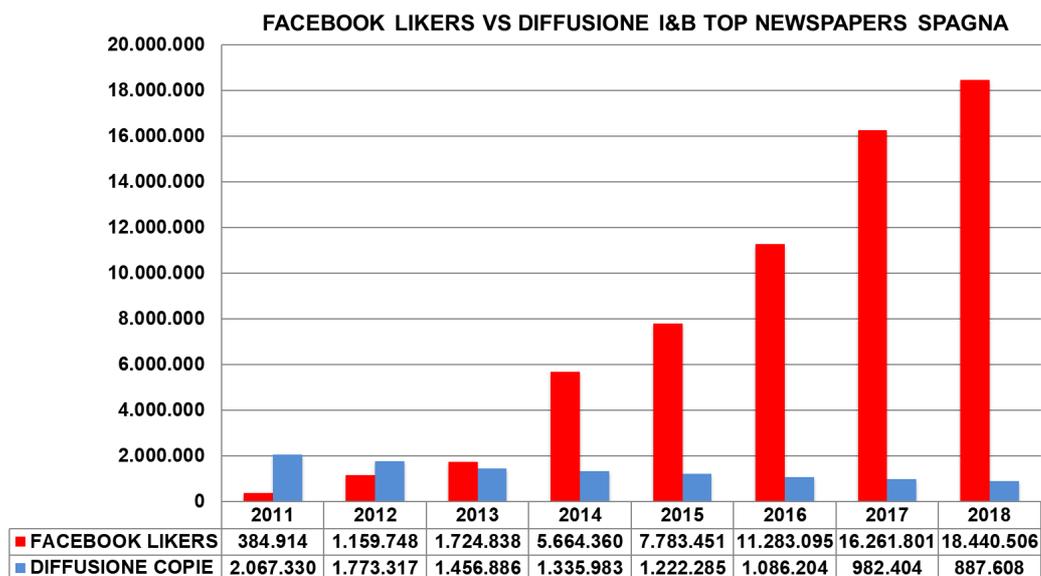
Us. Le testate statunitensi sono i principali testimoni del fenomeno di rallentamento della crescita dei likers con un incremento di circa 2,5 milioni di nuovi utenti nel 2018, che si rapporta agli 11 milioni dell'anno precedente. I quotidiani Us, mantengono tuttavia il primato dei sostenitori Facebook nel 2018, passando da 44,8 a 47,2 milioni di likers, a fronte di una diffusione di 10,2 milioni di copie che rimane stabile grazie all'aumento registrato nel digitale.



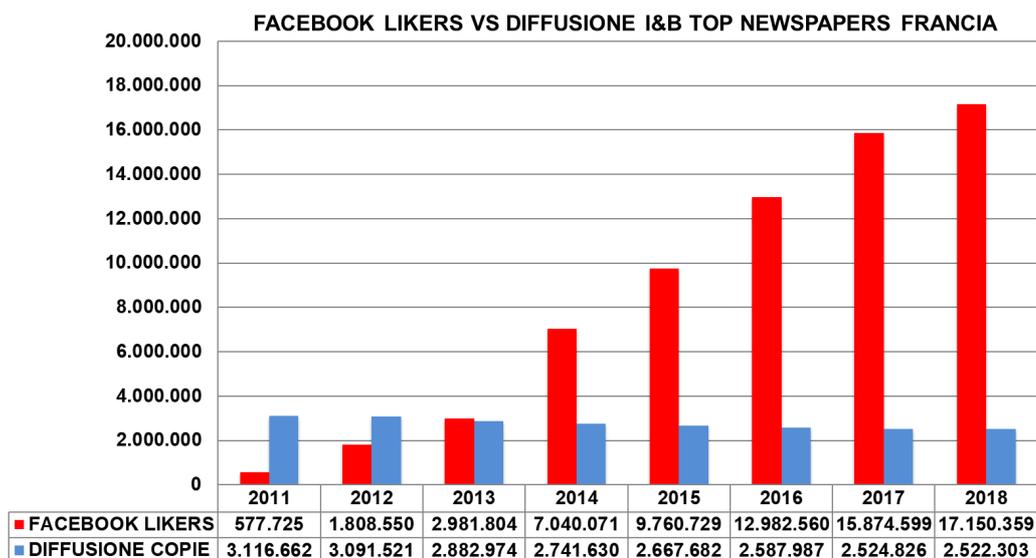
Gb. Nel 2018 i quotidiani britannici registrano un incremento di circa 5 milioni di likers, 9 milioni nel 2017. I likers Facebook delle testate britanniche aumentano da 36,4 milioni a 41,3 milioni. La diffusione subisce un leggero calo portandosi a 5,3 milioni di unità verso i 6 milioni dell'anno precedente.



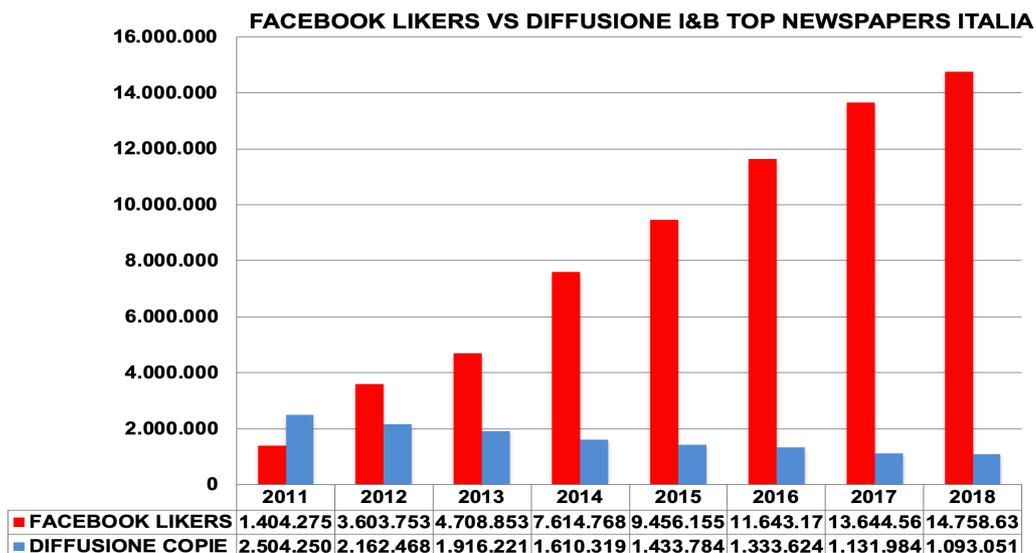
Es. Le testate spagnole conservano nel 2018 il terzo posto guadagnato l'anno precedente con 2 milioni di nuovi likers, era di 5 milioni la crescita registrata nel 2017. I likers complessivi passano da 16,2 milioni nel 2017 a 18,4 milioni, a fronte di una diffusione media, ancora in calo, 887 mila unità, contro le 982 mila unità dell'anno precedente.



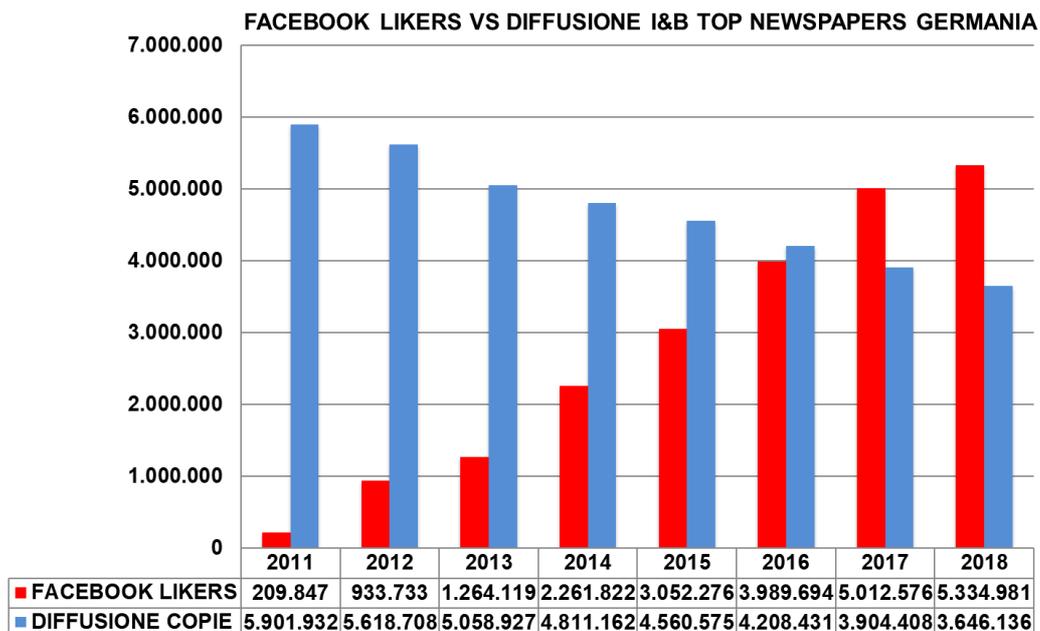
Fr. Al quarto posto della classifica i quotidiani francesi con 17 milioni di likers complessivi, erano 15,8 milioni nel 2017. La crescita di nuovi sostenitori è di 1,2 milioni nel 2018, era di circa 3 milioni nel 2017. La diffusione media si mantiene costante registrando anche quest'anno 2,5 milioni di copie.



It. I quotidiani italiani conservano il quinto posto della classifica internazionale per numero complessivo di likers: 14,5 milioni a fronte dei 13,6 milioni nel 2017; la crescita al di sotto del milione di likers conferma, anche per il nostro Paese, il trend di riduzione della crescita dei sostenitori Facebook. La diffusione media ancora in discesa seppure in maniera più ridotta rispetto all'anno precedente (circa 80 mila copie).



De. Anche la Germania registra una contrazione nella crescita dei likers che, superata la soglia di 1 milione nel 2017, quest'anno registra un aumento di sole 300 mila unità passando da 5 a 5,3 milioni di sostenitori totali. La diffusione subisce ancora un leggero calo nel 2018 passando a 3,6 milioni di copie, erano 3,9 milioni l'anno precedente.



3. I Migliori Quotidiani su Facebook

I quotidiani statunitensi ancora protagonisti. Il quotidiano The New York Times si riconferma, per il quinto anno consecutivo, nella posizione di leadership della classifica internazionale stilata dall'Osservatorio di Innova et Bella con rating AAA. Per la prima volta sul podio, il quotidiano britannico The Guardian che conquista la seconda posizione.

Il **New York Times**, conserva la sua tripla A, riaffermandosi anche nel 2018 alla prima posizione della top ten internazionale dei quotidiani su Facebook stilata dall'Osservatorio di Innova et Bella. Il quotidiano si distingue per il quinto anno consecutivo come punto di riferimento e di eccellenza per le pratiche di relazione e di engagement. Sempre elevati gli standard qualitativi; ottima l'integrazione con gli altri social di riferimento, in particolare rileviamo la pagina Instagram del quotidiano (con oltre 4,4 milioni di follower); completa l'offerta digitale dedicata alla community Facebook l'introduzione di Podcast (NYT Podcast Club con circa 27 mila seguaci). I contenuti multimediali e la scelta delle immagini come messaggi visivi, arricchiscono notevolmente la qualità dei contenuti della pagina Facebook del quotidiano che appaiono molto curati: aree tematiche specifiche, ampia possibilità di interazione con personaggi, influencers ed esperti di settore. Notevole anche il calendario degli eventi e appuntamenti in città, spesso promossi dallo stesso NYT, con la possibilità di procedere direttamente all'acquisto online dei biglietti. La fruizione della pagina sui dispositivi mobili si rivela ottimale. Il NYT, è tuttavia anch'esso testimone della contrazione del tasso di crescita dei followers che interessa globalmente tutti i quotidiani analizzati e, in particolare, i quotidiani statunitensi. La sua pagina consta di 15,8 milioni di likers nel 2018 con un incremento del 12% rispetto all'anno precedente: erano 14,1 milioni nel 2017 ma l'incremento registrato lo scorso anno era del 24%.

Al secondo posto della classifica 2018 troviamo il quotidiano britannico **The Guardian** in risalita dal nono posto del ranking internazionale, che conquista il rating AAA. The Guardian quest'anno presenta una maggiore attenzione alla discussione, all'invito alla partecipazione all'agenda editoriale Facebook nonché all'engagement con i propri sostenitori. Tra le principali best practice si notano aree dedicate all'ascolto delle opinioni degli utenti, anche tramite post di testimonianze di personaggi famosi, artisti, influencers su tematiche a volte importanti come l'educational o la violenza minorile, spesso supportati da messaggi multimediali come "Featured Videos" e mini film di comunicazione sociale. Si nota per The Guardian un ricco calendario di eventi e workshop per cui è possibile acquistare con link diretto i biglietti di ingresso o partecipazione. Ben strutturata l'offerta delle pagine tematiche rivolte alla community; per l'integrazione con gli altri social si nota il profilo Instagram del quotidiano con oltre 1 milione di follower. The Guardian registra 7,9 milioni di likers nel 2018, con un tasso di crescita del 6% rispetto al 25% dello scorso anno.

The Washington Post al terzo posto della classifica internazionale 2018 con rating AA è in risalita dall'ottava posizione del 2017. Del quotidiano statunitense, controllato da Jeff Bezos, registriamo un rafforzamento delle migliori pratiche a sostegno della valorizzazione dello storytelling, dell'engagement e la diretta interazione con i giornalisti. Molto alta la reattività della pagina nella chat con un apprezzabile spaccato degli insights sui giorni/orari di maggiore affluenza degli utenti, in evidenza sulla Home page. Ottima l'integrazione con gli altri canali social media di riferimento: Instagram (oltre 1 milione di follower), Twitter e la social app Snapchat. Sono 6,1 milioni i sostenitori Facebook di Washington Post, erano 5,9 milioni nel 2017, in aumento del 4% contro il 40% registrato lo scorso anno.

Per **USA Today** si assiste alla discesa dal secondo posto della classifica globale nel 2017, al quarto posto di quest'anno con rating AA. Una leggera inflessione dello standard qualitativo che contraddistingue le best practices del quotidiano, nonché una crescita di segno negativo per la pagina Facebook -9% rispetto al 2017, tra le cause dell'abbassamento del rating. Le best practice della pagina del quotidiano rimangono tuttavia sempre rivolte all'ascolto delle conversazioni proposte dai likers con sezioni e pagine dedicate, rinforzate dalla presenza di live video e altri contenuti multimediali di rilievo. Sempre attiva la sezione tracciata per dare risalto al contributo dei likers su Facebook con hashtag dedicati come il già noto *#yourtake* per premiare le immagini scattate dal pubblico. Forte anche per USA Today l'integrazione con gli altri canali social media, in particolare con Instagram (912 mila i follower). Scendono a 7,6 milioni i sostenitori della pagina Facebook del quotidiano nel 2018, erano 8,3 milioni nel 2017.

El País scende nel 2018 in quinta posizione con rating A, dal terzo posto dello scorso anno. La valorizzazione dell'interazione del pubblico con i giornalisti mediante sezioni dedicate a dar voce ai reporter e agli opinionisti del giornale rimane il principale punto di forza del quotidiano spagnolo; alta la qualità dei contenuti iconografici e multimediali dei post di cui si mantiene l'alternanza tra messaggi in lingua spagnola con altri in lingua inglese; ampia l'offerta delle pagine tematiche e ben strutturata l'integrazione con gli altri social media di riferimento, Instagram, Twitter, Youtube e Google+. I sostenitori della pagina Facebook di El País sono 4,2 milioni nel 2018, erano 3,5 milioni nel 2017.

Il quotidiano statunitense **Los Angeles Times** consolida la sesta posizione dello scorso anno con rating A. LA Times punta sulla qualità dei contenuti per creare engagement di successo: invito alla discussione con il claim: "Read, discuss, share", sezioni dedicate alle opinioni e attenzione alla community con numerosi highlight delle immagini postate dagli utenti, alta reattività nelle risposte ai commenti. Essenziale e mirata la sezione tematica con pagine dedicate agli eventi e all'entertainment, all'educational, ai viaggi e al food; curati i contenuti multimediali: si nota la scelta di un video evocativo della città come immagine di copertina. I likers di LA Times subiscono anch'essi un rallentamento nel 2018: sono 2,7 milioni con una crescita del 4% rispetto all'anno precedente, era del 19% l'incremento di follower registrato nel 2017.

Bild con rating A scende al settimo posto della classifica internazionale, era al quinto posto nel 2017. Il quotidiano tedesco resta tra le testate più attive per grado e offerta di interazione con i propri lettori, con una sempre elevata attenzione alle tematiche proposte dai giornalisti. Numerosi i post in lingua inglese denotano una maggiore apertura internazionale della pagina di Bild che offre anche una ricca gamma di attività legate agli abbonamenti e allo shopping oltre al link diretto ad un social hub con tutti i canali social di riferimento del giornale. Ampia l'offerta tematica con gruppi e pagine locali. Nel 2018 i sostenitori della pagina Facebook di Bild sono 2,4 milioni, con un incremento del 5% rispetto all'anno precedente (era del 19% il tasso di crescita registrato nel 2017).

Financial Times rivelazione del 2018, si posiziona all'ottavo posto della classifica internazionale stilata dall'Osservatorio di Innova et Bella. In risalita dal 18 posto. Il quotidiano finanziario britannico acquista più spicco nel 2018 puntano molto ad incentivare l'interazione e il dialogo con i giornalisti attraverso l'indicazione delle loro pagine Facebook personali, favorendo lo scambio di opinioni e di interventi con la community anche attraverso live blog e il supporto multimediale di video testimonianze (Featured video) di personaggi famosi, artisti, influencers. Migliora anche l'integrazione con gli altri social di riferimento: Twitter, Instagram (922 mila followers) e LinkedIn. Di qualità anche l'offerta tematica, tra cui si nota la presenza della pagina locale FT Italy. I sostenitori della pagina Facebook di Financial Times sono 3,8 milioni nel 2018, erano 3,5 milioni nel 2017 e 3 milioni nel 2016.

Il quotidiano francese **Le Parisien** si posiziona al nono posto della classifica internazionale con rating A; guadagna una posizione rispetto allo scorso anno. Si rilevano per Le Parisien numerosi post in lingua inglese che denotano una maggiore apertura verso il pubblico internazionale; novità di quest'anno l'introduzione di Live video per la testimonianza in diretta da parte del quotidiano: diverse le tematiche, dalla politica all'entertainment, dalle conferenze agli eventi. Curata l'offerta iconografica dei contenuti e molto ricca la sezione tematica con la presenza di pagine locali ed eventi. I likers di Le Parisien sono 2,9 milioni nel 2018, erano 2,7 milioni lo scorso anno, 2,2 nel 2016.

The Wall Street Journal scende nel 2018, dalla quarta posizione dell'anno precedente, in decima posizione con rating A. La valorizzazione delle conversazioni con gli utenti, supportata dalla presenza di pagine personali dei giornalisti, rimane il punto di forza principale per il quotidiano statunitense. Si registra nel 2018 una perdita di intensità nella reattività ai commenti nella pagina; buona l'offerta tematica. I likers di WSJ sono 6,2 milioni nel 2018, erano 5,7 milioni nel 2017 e 4,8 milioni nel 2016.

Il quotidiano francese **Le Figaro** esce quest'anno dalla top ten e si posiziona all'undicesimo posto; era al settimo posto della classifica internazionale di Innova et Bella nel 2017.

Il Fatto Quotidiano perde qualche posizione guadagnata lo scorso anno (era all'11 posto nel 2017) e si colloca nel 2018 al 14 posto della classifica globale conservando il rating A. Sempre premiante per il Fatto Quotidiano lo spazio dedicato alle storie dei lettori e alla possibilità di partecipare al dialogo e all'interazione con i giornalisti della testata. Invariato il record internazionale del rapporto likers e diffusione: sono 61 i likers per ogni copia diffusa nel 2018, erano 60 nel 2017 e 54 nel 2016. Più lento invece, l'incremento dei likers della pagina Facebook che passano da 2,1 milioni nel 2017 a 2,2 milioni nel 2018.

Fra le altre testate italiane:

La Repubblica segue Il Fatto collocandosi al 15 posto della classifica internazionale; anche La Repubblica conserva il rating A guadagnato lo scorso anno (era al 13 posto nel 2017). Sempre di La Repubblica il record italiano per numero di likers che ottiene nel 2018 un incremento di circa il 10% portandosi a 3,6 milioni di sostenitori verso i 3,3 milioni del 2017. “La Repubblica delle Idee” e una maggiore integrazione con gli altri social di riferimento, in particolare si nota l'account Twitter con 2,8 milioni di followers, rappresentano i principali punti di forza del quotidiano.

Il Corriere della Sera ancora in risalita di due posizioni nella classifica internazionale: dal 22 al 20 posto di quest'anno con rating B+, è nel 2018 il terzo quotidiano in Italia. Migliorata l'offerta tematica e di eventi, anche l'integrazione con gli altri canali social appare più curata, in particolare con le piattaforme: Instagram e Twitter dove il quotidiano registra 2 milioni di follower. Per il Corriere, i likers Facebook salgono da 2,4 milioni del 2017 a 2,5 milioni nel 2018, erano 2,1 milioni nel 2016.

In grande risalita quest'anno **Il Sole24ore** che dalla 38 posizione del 2017, si colloca al 23 posto della classifica internazionale 2018 guadagnando il rating B+. Il quotidiano scala così anche la classifica nazionale entrando al quarto posto del ranking italiano; mentre **La Stampa** perde terreno nel 2018 e scende in 28 posizione della classifica globale con rating B, era diciassettesima lo scorso anno e, al sesto posto nella classifica nazionale 2018, dopo La Gazzetta dello Sport.

4. La Classifica Internazionale

Rank	NEWSPAPERS	RATING	Likers 2018	Likers 2017	Circulation 2018	Circulation 2017	
1.	The New York Times	AAA	15.872.957	14.167.173	2.771.000	2.179.500	US
2.	The Guardian	AAA	7.976.044	7.552.483	142.318	156.756	GB
3.	The Washington Post	AA	6.174.286	5.915.579	292.936	342.704	US
4.	USA Today	AA	7.644.473	8.380.719	3.078.773	3.601.833	US
5.	El País	A	4.289.405	3.571.116	175.041	194.005	ES
6.	Los Angeles Times	A	2.742.480	2.632.447	433.134	470.620	US
7.	Bild	A	2.481.057	2.372.610	1.623.998	1.788.626	DE
8.	Financial Times	A	3.807.625	3.581.765	183.140	188.924	GB
9.	Le Parisien	A	2.981.553	2.739.940	204.009	205.486	FR
10.	The Wall Street Journal	A	6.227.547	5.778.808	2.277.000	2.073.498	US
11.	Le Figaro	A	3.122.535	3.067.621	307.912	305.701	FR
12.	Marca	A	4.574.079	4.418.037	126.213	138.983	ES
13.	Daily Mail	A	14.810.580	11.624.381	1.288.889	1.511.357	GB
14.	Il Fatto Quotidiano	A	2.245.641	2.126.626	36.679	35.828	IT
15.	La Repubblica	A	3.646.222	3.327.496	173.442	195.767	IT
16.	Le Monde	A	4.189.830	3.805.045	284.738	269.584	FR
17.	The Dallas Morning News	B+	421.969	374.717	203.260	224.996	US
18.	The Times	B+	794.620	650.444	433.604	451.261	GB
19.	New York Post	B+	4.157.756	3.998.275	421.068	418.856	US
20.	Corriere della Sera	B+	2.533.056	2.435.005	221.045	235.441	IT
21.	The Daily Mirror	B+	3.022.729	2.738.487	567.442	724.888	GB
22.	La Voix du Nord	B+	636.481	612.145	205.387	210.666	FR
23.	Il Sole24ore	B+	806.190	725.124	87.090	103.858	IT
24.	El Mundo	B+	2.211.216	1.942.872	97.162	108.386	ES
25.	La Gazzetta dello Sport	B+	2.141.616	2.077.153	150.263	156.078	IT
26.	Die Welt	B+	971.270	913.834	164.415	170.531	DE
27.	Abc	B	1.466.714	1.270.824	79.892	91.159	ES
28.	La Stampa	B	1.256.781	1.172.252	136.500	141.582	IT
29.	The Telegraph	B	4.455.384	4.234.586	377.159	472.258	GB
30.	Journal Sud Ouest	B	290.606	259.151	237.408	243.888	FR
31.	Chicago Tribune	B	571.701	530.299	410.138	478.319	US
32.	La Vanguardia	B	3.662.637	3.123.913	105.813	114.960	ES
33.	L'Equipe	B	3.477.783	3.169.240	234.899	232.227	FR
34.	Westdeutsche Allgemeine Z	B	128.423	121.252	334.966	369.156	DE
35.	Les Echos	B	809.432	730.699	128.376	127.389	FR
36.	Houston Chronicle	B-	472.816	405.847	167.820	195.440	US
37.	Süddeutsche Zeitung	B-	734.101	683.820	335.952	349.766	DE
38.	New York Daily News	B-	2.930.917	2.697.049	227.352	248.663	US
39.	Il Giornale	B-	625.255	582.437	56.150	60.083	IT
40.	Journal Ouest France	B-	579.292	512.827	671.228	678.860	FR
41.	Daily Star	B-	1.648.296	1.632.068	384.393	443.452	GB
42.	Il Messaggero	B-	893.620	776.050	90.915	101.923	IT
43.	Daily Record	B-	438.059	407.571	130.488	155.772	GB
44.	Libération	B-	840.612	773.392	75.275	73.331	FR
45.	Mitteldeutsche Zeitung	B-	107.145	93.049	165.065	173.406	DE
46.	Hamburger Abendblatt	B-	117.143	98.807	169.418	173.427	DE

47.	Il Resto del Carlino	B-	166.749	153.341	93.887	101.424	IT
48.	El Periódico de Catalunya	C	772.738	641.645	68.371	81.464	ES
49.	La Voz de Galicia	C	698.584	603.951	65.390	68.683	ES
50.	Neue Westfälische	C	57.488	51.793	126.991	132.544	DE
51.	Rheinische Post	C	152.818	131.164	278.784	290.526	DE
52.	Frankfurter Allgemeine Z	C	515.106	482.323	237.563	239.001	DE
53.	Daily Express	C	1.298.617	1.227.343	346.307	392.526	GB
54.	The Sun	C	3.141.698	2.849.965	1.496.558	1.666.717	GB
55.	Sächsische Zeitung	C	70.430	63.924	208.984	217.425	DE
56.	La Nueva España	C	242.992	223.148	37.974	41.014	ES
57.	La Razón	C	421.028	379.688	70.019	77.129	ES
58.	Le Progrès	C	222.235	204.539	173.071	177.694	FR
59.	El Correo	C	101.113	86.607	61.733	66.621	ES
60.	Il Gazzettino	C	443.500	269.076	47.080	-	IT
TOTALE GLOBALI 2018			144.295.030	132.173.542	23.781.877	24.941.962	

Note

La Ricerca è pubblicata il 26 Novembre 2018.

La Ricerca è stata chiusa il 28 settembre 2018.

I Dati rilevati al 30 giugno 2018.

I Rating sono stati attribuiti da un team di analisti di Innova et Bella sulla base di una valutazione ponderata delle migliori pratiche di relazione riscontrate sulle pagine Facebook poste sotto osservazione nel secondo trimestre 2018.

È da notare come la valutazione dei parametri quantitativi (likers) rappresenti un peso non superiore al 25% sul totale della valorizzazione delle 12 pratiche considerate.

I likers 2018 sono stati rilevati sulle pagine Facebook il 30 giugno 2018.

I likers 2017 sono stati rilevati sulle pagine Facebook il 30 giugno 2017.

I dati 2018 relativi alla diffusione della stampa italiana sono stati rilevati per il mese di Marzo 2018 fonte Ads.

I dati 2017 relativi alla diffusione della stampa italiana sono stati rilevati per il mese di Marzo 2017 fonte Ads.

I dati 2018 relativi alla diffusione della stampa estera sono stati rilevati nel primo trimestre 2018 su siti certificati; i dati US rilevati nel primo trimestre 2018, fonte ufficiale AAM.

I dati 2017 relativi alla diffusione della stampa estera sono stati rilevati nel primo trimestre 2017 su siti certificati; i dati US rilevati nel primo trimestre 2017, fonte ufficiale AAM.

Il quotidiano Daily Star sostituisce nel 2017 il quotidiano The Independent per cessata pubblicazione cartacea; i dati degli anni precedenti appartengono a The Independent.

I quotidiani US: The Wall Street Journal e The New York Times, di recente hanno smesso di riportare i dati di diffusione completi alla fonte ufficiale AAM avvalendosi di comunicazioni indipendenti.

Dato diffusione 2018 NYT fonte: NYT Company, Annual Report 2017.

Dato diffusione WSJ 2018 aggiornato al secondo trimestre 2017.

Il Gazzettino sostituisce L'Unità nel 2018; i dati di diffusione e i likers Facebook 2018 sono de Il Gazzettino.

I dati degli anni precedenti appartengono a L'Unità.

5. La Metodologia

La Ricerca Innova et Bella per l'attribuzione del social rating e la formulazione della classifica finale dei principali quotidiani analizza per ogni testata 12 best practices di relazione:

1. Gestire una massa critica di portatori d'interesse.
2. Sviluppare la partecipazione dei lettori alla fruizione, alla condivisione e alla produzione dei contenuti.
3. Coinvolgere tutti i portatori d'interesse (lettori, giornalisti, dipendenti, imprese e istituzioni) nelle proprie strategie di relazione.
4. Sviluppare App dedicate a promuovere l'accesso all'offerta di relazione, prodotto e fruizione del servizio ottimizzato per dispositivi mobili.
5. Offrire ai lettori opportunità di relazione diretta con i propri giornalisti (es. l'offerta di dialogo 1to1 con la propria firma preferita) sviluppando strategie di relazione personalizzate per ogni singolo giornalista.
6. Dedicare un'attenzione crescente alla fase di "ascolto" dei propri lettori, all'analisi della loro partecipazione alla risposta veloce e diretta nelle chat one to one e alla restituzione in rete.
7. Offrire al pubblico la partecipazione all'agenda editoriale, considerando i comportamenti dei lettori più partecipativi.
8. Accettare, integrare e condividere contenuti iconografici, video e foto, di operatori e lettori.
9. Accrescere il valore aggiunto dei propri contatti, oltre il semplice "mi piace", con l'offerta di relazioni personalizzate su interessi profondi.
10. Integrare le proprie strategie editoriali su più canali aperti: carta, online, app, facebook, twitter, instagram, pinterest, youtube, brandmemo, ...
11. Sviluppare l'offerta di contenuti in aree tematiche proposte con strategie autonome di relazione su specifici target di clientela.
12. Valorizzare pubblicamente le relazioni sviluppate con i propri lettori.

Per ogni giornale quotidiano Innova et Bella pesa e valuta ogni best practice di relazione attribuendo un giudizio su scala valoriale da 10 a 50. (10: la pratica osservata è assente o sviluppata sotto gli standard di settore, 30: la pratica osservata è sviluppata negli standard di settore, 50: la pratica osservata è sviluppata sopra gli standard di settore). La valutazione risultante dalla somma proporzionata dei valori complessivi delle pratiche è posta alla base del giudizio di rating finale. È da notare come la valutazione dei parametri quantitativi (likers) non sia predominante, riservandosi un peso non superiore al 25% sul totale della valorizzazione delle 12 pratiche considerate.

6. I Rating di Innova et Bella

Innova et Bella analizza e confronta competitivamente le migliori strategie e pratiche di relazione sviluppate da ogni quotidiano su Facebook, esprimendo in un rating di sintesi la propria valutazione.

Rating AAA

Un brand con rating AAA sviluppa su Facebook capacità relazionali di assoluto riferimento internazionale. Le sue strategie e le sue pratiche di relazione sono valutabili di assoluto riferimento competitivo per tutte le imprese di ogni settore.

Rating AA

Un brand con rating AA sviluppa su Facebook eccellenti capacità relazionali. Le sue strategie e le sue pratiche di relazione sono valutabili eccellenti nel suo settore.

Rating A

Un brand con rating A sviluppa su Facebook superiori capacità relazionali. Le sue strategie e le sue pratiche di relazione sono valutabili come superiori alla media dei competitori del suo settore.

Rating B+

Un brand con rating B+ sviluppa su Facebook soddisfacenti capacità relazionali. Le sue strategie e le sue pratiche di relazione sono valutabili nella media superiore dei competitori del suo settore.

Rating B

Un brand con rating B sviluppa su Facebook normali capacità relazionali. Le sue strategie e le sue pratiche di relazione sono valutabili nella media dei competitori del suo settore.

Rating B -

Un brand con rating B- sviluppa su Facebook insoddisfacenti capacità relazionali. Le sue strategie e le sue pratiche di relazione su Facebook sono valutabili nella media inferiore dei competitori del suo settore.

Rating C

Un brand con rating C sviluppa su Facebook inadeguate capacità relazionali. Le sue strategie e le sue pratiche di relazione sono valutabili ancora deboli e immature.

Rating NC

Un brand con rating NC non è valutato.

7. Il Campione: i Principali Quotidiani in Europa e Usa

Il campione posto in osservazione dalla Ricerca di Innova et Bella comprende i principali giornali quotidiani nazionali stampati in Europa e negli Usa, considerando Italia, Francia, Spagna, Germania, Gran Bretagna e Stati Uniti.

Per ogni paese sono analizzate le strategie di relazione Facebook di 10 quotidiani, per un totale di 60 testate.

Italia. Il Fatto Quotidiano, La Repubblica, Il Corriere della Sera, Il Sole24Ore, La Gazzetta dello Sport, La Stampa, Il Giornale, Il Messaggero, Il Resto del Carlino, Il Gazzettino*.

Francia. Le Parisien, Le Figaro, Le Monde, La Voix du Nord, Journal Sud Ouest, L'Equipe, Les Echos, Journal Ouest France, Libération, Le Progrès.

Spagna. El País, Marca, El Mundo, Abc, La Vanguardia, El Periódico de Catalunya, La Voz de Galicia, La Nueva España, La Razón, El Correo.

Germania. Bild, Die Welt, Westdeutsche Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung, Mitteldeutsche Zeitung, Hamburger Abendblatt, Neue Westfälische, Rheinische Post, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Sächsische Zeitung.

Gran Bretagna. The Guardian, Financial Times, Daily Mail, The Times, The Daily Mirror, The Telegraph, Daily Star, Daily Record, Daily Express, The Sun.

Stati Uniti. The New York Times, The Washington Post, USA Today, Los Angeles Times, The Wall Street Journal, The Dallas Morning News, New York Post, Chicago Tribune, Houston Chronicle, New York Daily News.

Complessivamente il campione di 60 testate considerato dalla Ricerca I&B rappresenta su Facebook al 30 giugno 2018 oltre 144 milioni di likers, con una crescita di circa 12 milioni rispetto ai 132 milioni di likers registrati nella Ricerca I&B nel 2017.

Il dato di crescita sul social network si confronta nel 2018 con la diminuzione della diffusione a 23,7 milioni di copie: erano 24,9 milioni nel 2017 e 26,2 milioni nel 2016.

**Il quotidiano Il Gazzettino sostituisce il quotidiano L'Unità nel 2018.*



8. Le Avvertenze

Questa Ricerca è stata sviluppata per il nono anno consecutivo da Innova et Bella, società indipendente di consulenza strategica, dedicando ai necessari processi di analisi un team di analisti interni.

Per segnalazioni, errori o refusi, relative ai testi della presente Ricerca si prega contattare il Team di Analisti all'indirizzo info@i-b.com citando in oggetto: Facebook Top Newspapers 2018.

Alla data di pubblicazione della presente ricerca nessuna delle relazioni di Innova et Bella con i brand e le società nominate nello studio è considerabile rilevante ai fini di un potenziale conflitto d'interesse.

Nessuna segnalazione di conflitto d'interessi relativa al presente progetto di ricerca o alle società citate è mai stata portata a conoscenza di Innova et Bella ai sensi del proprio codice etico sottoscritto e pubblicato sul proprio sito internet: www.i-b.com.

Milano, 26 novembre 2018

I&B



CORPORATE STRATEGY

INNOVATION MANAGEMENT

COMPETITIVE INTELLIGENCE

BRAND MANAGEMENT

Innova et Bella è la società di consulenza strategica focalizzata sui processi di innovazione e competizione. Il suo nome è composto da due termini latini. Innova (imperativo del verbo innovāre: innovare) e Bella (imperativo del verbo bellāre: guerreggiare, competere). Innovazione e competizione definiscono i valori di Innova et Bella, la sua visione e la sua missione, le sue passioni e le sue competenze, le sue pratiche e i suoi servizi.

Fondata il 21 giugno 1985, I&B annovera oggi fra i propri clienti imprese, banche, società finanziarie e assicurative, enti pubblici, fondazioni e associazioni no profit, organizzazioni pubbliche e private di ogni nazionalità.