

FACEBOOK TOP NEWSPAPERS 2015

**La Sesta Ricerca Annuale di Innova et Bella
sulle strategie Facebook dei 60 principali
giornali quotidiani in Europa e Stati Uniti.**

- 1. La Sintesi della Ricerca 2015**
- 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.**

Dati

30 giugno 2015

Chiusura Ricerca

28 luglio 2015

Pubblicazione Ricerca

3 agosto 2015

LA RICERCA I&B FACEBOOK TOP NEWSPAPERS 2015

1. La Sintesi della Ricerca 2015.

- **I principali quotidiani europei e statunitensi fronteggiano con 28 milioni di copie diffuse la propria comunità Facebook salita a 75 milioni di likers su 1.500 milioni di utenti giornalieri.**
- **I quotidiani di riferimento nel mondo per le proprie strategie Facebook sono il New York Times, Usa Today, Los Angeles Times e El País.**
- **In Italia primeggiano La Repubblica, La Stampa, Il Corriere della Sera e Il Fatto Quotidiano.**
- **Al Regno Unito il record di aumento dei likers insieme al record di perdita delle copie diffuse (7,5 milioni di nuovi likers contro 300.000 mila copie perdute).**
- **I giornali italiani confermano per il quarto anno consecutivo il proprio record di socialità: 6,6 likers per copia diffusa.**

Nel 2015 Facebook continua la sua scalata all'universo delle news in mobilità e lancia la nuova app Instant Articles. L'obiettivo è sempre più chiaro: diventare la piattaforma leader nel mondo dell'informazione quotidiana. Il mercato: 1.500 milioni di utenti medi giornalieri di Facebook e in primis quella maggioranza che negli USA già dichiara al 63% di privilegiare le notizie su Facebook e Twitter.

Mai così attuale la raccomandazione che Innova et Bella tracciò già nel 2011 alla prima pubblicazione di questa ricerca: "la più importante sfida competitiva per il management editoriale è investire in conoscenza: capire come vendere i propri contenuti digitali a milioni di likers Facebook sempre più interconnessi, sociali e mobili".

Da quando Innova et Bella avviò il monitoraggio dei likers delle principali 60 testate occidentali su Facebook (Francesi, Inglesi, Italiane, Spagnole, Tedesche e Statunitensi), i likers dei quotidiani sono cresciuti dai 2,5 milioni del 2010, ai 4,6 milioni del 2011, ai 12,6 milioni del 2012, ai 19,7 milioni del 2013, ai 54,7 milioni nel 2014 per superare nel 2015 i 75,3 milioni, con un incremento di 20,6 milioni rispetto all'anno precedente (+38%).

Contemporaneamente le copie diffuse dalle testate campione sono scese dai 30,7 milioni di copie nel 2011, ai 29,7 milioni nel 2012, a 28,2 milioni nel 2013, per giungere nel 2014 al minimo di 27,7 milioni di copie. L'inversione di tendenza che riporta la diffusione del 2015 a quota 28 milioni di copie, è principalmente dovuta alla crescita delle copie digitali sul mercato statunitense.

Gli Stati Uniti mantengono il primato dei likers dei quotidiani con oltre 25 milioni a fronte di una circolazione di 11 milioni di copie.

Sono seguiti dalla Gran Bretagna, che con 19,8 milioni di likers su 6,6 milioni di copie segna quest'anno il primato positivo di crescita assoluta dei likers (+ 6,7 milioni). Cala la diffusione: perse in un anno 300.000 copie (erano 6,9 milioni nel 2014).

Al terzo posto la Francia, che con 9,7 milioni di likers supera per la prima volta l'Italia (2,6 milioni le copie diffuse).

Scende quindi quest'anno al quarto posto l'Italia che con 9,4 milioni di likers a fronte di una circolazione di 1,4 milioni di copie riconferma il proprio tradizionale record di socialità latina: 6,6 likers per ogni copia diffusa.

Per quanto concerne le singole testate, l'analisi dedicata alle strategie e pratiche di relazione sviluppate da ogni quotidiano su Facebook vede quest'anno ai primi posti della classifica internazionale di Innova et Bella The New York Times e Usa Today, seguiti da Los Angeles Times ed El País.

Ai primi posti in Italia, La Repubblica, La Stampa, il Corriere della Sera e Il Fatto Quotidiano.

Per tutti la stessa sfida: trasformare milioni di likers Facebook, interconnessi, mobili e sociali, in lettori paganti.

Milano, 3 agosto 2015

LA RICERCA I&B FACEBOOK TOP NEWSPAPERS 2015

2. I Dati per Nazione.

Il campione posto sotto osservazione comprende i principali 60 giornali quotidiani nazionali stampati in Europa e Usa, considerando Gran Bretagna, Stati Uniti, Italia, Francia, Spagna e Germania. Nell'ultimo anno si assiste ad un incremento di circa 21 milioni di nuovi likers globalmente conquistati. L'insieme delle testate considerate raggiunge i 75,3 milioni di likers sulle proprie pagine Facebook a fronte di una diffusione giornaliera media di circa 28 milioni di copie.

Us. Le testate statunitensi con una crescita di 6,4 milioni di nuovi likers, passano da 18,9 a 25,4 milioni di likers nel 2015 a fronte di una diffusione di 11 milioni di copie, in aumento rispetto al 2014 di 1 milione di copie. L'aumento è principalmente dovuto alla crescita delle diffusioni digitali.

Gb. Quest'anno sono i giornali britannici a registrare il maggiore incremento rispetto ai leader statunitensi: 6,7 milioni di likers. I likers dei quotidiani britannici crescono da 13,1 a 19,8 milioni. Contemporaneamente assistiamo a un calo diffusionale a 6,6 milioni di copie, in diminuzione di circa 300 mila copie rispetto allo stesso periodo del 2014.

Fr. I giornali francesi salgono al terzo posto, generando quest'anno 2,7 milioni di nuovi likers, che avanzano da 7 a 9,7 milioni a fronte di una diffusione media di 2,6 milioni di copie (in discesa di circa 100 mila copie rispetto al 2014).

It. Le testate italiane, scendono dal terzo al quarto posto della classifica per numero complessivo di likers; presentano una crescita di 1,8 milioni di nuovi likers che crescono nel nostro paese da 7,6 a 9,4 milioni a fronte di una diffusione media di circa 1,4 milioni di copie (in discesa di oltre 150 mila copie rispetto al 2014).

Es. I quotidiani spagnoli al quinto posto contano 2,1 milioni di nuovi likers, crescendo complessivamente da 5,6 a 7,7 milioni a fronte di una diffusione media di 1,2 milioni di copie (in discesa di circa 100 mila copie rispetto al 2014).

De. Anche la Germania registra una crescita di 800 mila likers per i suoi quotidiani, passando da 2,2 a 3 milioni, a fronte di una diffusione media di 4,5 milioni di copie (in discesa di circa 300 mila copie rispetto al 2014).

LA RICERCA I&B FACEBOOK TOP NEWSPAPERS 2015

3. I Migliori Quotidiani su Facebook.

I quotidiani statunitensi leader della classifica con rating tripla A, The New York Times e Usa Today, rappresentano anche quest'anno l'eccellenza del settore. New entry al terzo posto, il Los Angeles Times.

Il **New York Times** conserva il primo posto anche nel 2015 grazie ai suoi punti di forza rappresentati dalla ricchezza dei contenuti proposti: aree tematiche, rubriche dedicate, numerose possibilità di confronto e discussione in conversazioni e chat con blogger, giornalisti e personaggi. L'elevato standard qualitativo dell'offerta di contenuti iconografici e multimediali confermano la piacevole ed eccellente fluidità di fruizione della pagina Facebook del quotidiano. NY Times partecipa al progetto digitale Instant Articles, lanciato in maggio da Marc Zuckerberg, che prevede la pubblicazione completa dei contenuti del giornale sulla piattaforma Facebook. Nel 2015 i likers del NY Times si avvicinano al record di 10 milioni (9,6 milioni i likers registrati il 30 giugno 2015), nel 2014 erano 7,6 milioni e 3,1 milioni nel 2013.

Un'altra conferma con rating AAA per **USA Today** che mantiene la seconda posizione guadagnata lo scorso anno. Consolida l'elevato standard qualitativo delle proprie pagine Facebook dedicando più attenzione all'opinione dei likers, nell'intera sezione a loro dedicata. Il quotidiano nel 2015 implementa l'interazione diretta con il pubblico rispondendo direttamente ai commenti dei post. E il pubblico risponde, con un aumento dei likers, da 2,3 milioni a 3,1 milioni, e soprattutto con un aumento della diffusione da 2,8 a 4,1 milioni di copie.

Terzo posto ad un altro quotidiano statunitense, **Los Angeles Times** che si aggiudica il rating AA scalando la classifica dalla sesta posizione del 2014. Punto di forza della pagina LA Times è l'aumento delle attività sviluppate per favorire l'engagement e la conversazione con i likers: numerose proposte di hashtag dedicati per favorire il dialogo tematico e coinvolgere tutti i portatori di interesse agli argomenti proposti.

El País si colloca al quarto posto della classifica internazionale con rating AA. El País conferma il trend adottato nel 2014 e anche quest'anno si distingue per la ricca sezione dedicata all'interazione con giornalisti e operatori, per la proposta di pagine e sezioni dedicate a dar voce agli opinionisti e alle tematiche di reportage; di El País si nota anche l'integrazione della sua pagina con altri social media tra cui l'introduzione di Instagram e ancora la presenza di Twitter e Youtube.

In quinta posizione troviamo il quotidiano tedesco **Bild**, rating A, con una scalata delle posizioni dall'undicesimo posto del 2014. Anche Bild partecipa al progetto Instant Articles lanciato da Facebook, aprendosi alla pubblicazione completa delle news sulla piattaforma social. Il forte impegno del quotidiano nell'attenzione ai lettori, nell'interazione con il pubblico mediante risposte dirette ai commenti, la partecipazione attiva alle conversazioni nei post, l'arricchimento degli argomenti trattati con video dedicati, i numerosi eventi proposti, rappresentano i punti di forza che hanno portato Bild tra i primi quotidiani nella classifica 2015.

In sesta posizione, il britannico **The Guardian**, rating A, che risale dall'ottava posizione dello scorso anno. Notiamo nel 2015 un incremento dei likers che raggiungono i 4,6 milioni rispetto ai 3,1 milioni registrati nel 2014. The Guardian dimostra molta attenzione all'opinione dei likers predisponendo anche una pagina dedicata: "Comment is Free". Rilevante la presenza di numerose pagine tematiche e la qualità dei contenuti iconografici. Anche The Guardian prende parte al progetto Facebook Instant Articles.

Settima posizione e rating A anche per il francese **Le Figaro** che sale di due posizioni rispetto al 2014. La pagina del quotidiano conferma e implementa le sue caratteristiche di alto coinvolgimento del lettore grazie all'ampia offerta di sezioni tematiche e contenuti iconografici di qualità. Decisamente ampia la richiesta di partecipazione dei likers che vengono esortati al rilascio di opinioni sui temi di attualità; numerosi anche gli interventi diretti del giornale in risposta ai commenti dei lettori. Le Figaro registra un passaggio da 1,4 milioni di likers nel 2014, a 2 milioni di likers nel 2015.

In discesa di tre posizioni il quotidiano economico statunitense **The Wall Street Journal**, si colloca all'ottavo posto della classifica 2015, sempre con rating A. I likers del WSJ crescono anche nel 2015, si registra un incremento di oltre 1 milione di likers, che portano il giornale a quota 3,8 milioni contro i 2,7 rilevati nel 2014. Coinvolgimento dei likers e dei giornalisti ad interagire sulle top stories del giorno, inviti ad esprimere pareri e opinioni denotano per il WSJ una particolare attenzione alla valorizzazione della conversazione con il lettore.

La testata spagnola **Marca**, anch'essa con rating A, scala di una posizione la classifica guadagnando nel 2015 il nono posto. Da segnalare per Marca un ulteriore incremento dei likers che passano da 2,3 milioni nel 2014 ai 3,2 milioni di quest'anno. Marca punta la sua strategia social sullo sviluppo dell'interazione del lettore con i giornalisti e gli esperti, su specifici argomenti di conversazione. Pagine tematiche e integrazione con altri social media, in particolare Twitter e Pinterest, rappresentano un ulteriore valore aggiunto per il quotidiano. Da sottolineare la

presenza della pagina del giornale dedicata al pubblico internazionale in versione inglese.

Al decimo posto la testata statunitense **The Dallas Morning News**, sempre con rating A, che nel 2015 scala la classifica dalla ventiduesima posizione dello scorso anno. The Dallas Morning News rappresenta un valido esempio per i quotidiani che fedeli alla propria vocazione locale invitano i propri lettori e il pubblico a contribuire alla cronaca cittadina.

In Italia tra le prime testate La Repubblica, La Stampa, Il Corriere e il Fatto Quotidiano.

La Repubblica, che quest'anno conquista il rating A, si colloca al quattordicesimo posto nel ranking internazionale. La testata conferma il primato italiano dei likers che passano da 1,7 milioni nel 2014 a 2,2 nel 2015 (+25%). La Repubblica delle Idee si rivela quest'anno tra le soluzioni più interessanti nel panorama italiano per l'alto grado di engagement sviluppato con i lettori e la promozione di discussioni e conversazioni con tutta la community. Aggiornamento e alta qualità dei contenuti multimediali completano l'offerta della testata italiana.

La Stampa, conferma anche quest'anno il proprio Rating A, al quindicesimo posto della classifica internazionale. Registra una crescita impetuosa dei propri likers, che passano da circa 273 mila a 388 mila (+42%). La sua pagina Facebook si mantiene negli standard internazionali grazie all'engagement positivo del quotidiano con i propri likers.

Il Corriere della Sera conferma anche quest'anno il proprio rating B+, collocandosi al ventiduesimo posto. I likers raggiungono gli 1,8 milioni contro gli 1,3 milioni del 2014 (+36%). La pagina Facebook del Corriere si conferma per il taglio istituzionale con cui vengono presentate le informazioni, e la presenza di pagine per gli approfondimenti tematici.

Da segnalare:

Il Fatto Quotidiano per l'eccezionale rapporto fra likers e copie diffuse: 45 likers per copia (seconda miglior prestazione nel campione considerato, dopo il britannico The Independent, 52 likers per copia).

L'Unità, rientrata nel campione dopo la sua assenza dalle edicole nell'ultimo anno. E' l'unica testata a scontare un decremento dei likers: sono 256 mila nel 2015 contro i 258 mila registrati nel 2014. Sarà interessante seguirne la ripresa.

LA RICERCA I&B FACEBOOK TOP NEWSPAPERS 2015

4. La Classifica Internazionale.

Rank	NEWSPAPERS	RATING	Likers 2015	Likers 2014	Circulation 2015	Circulation 2014	
1.	The New York Times	AAA	9.637.257	7.618.083	2.134.150	1.897.890	US
2.	USA Today	AAA	3.145.338	2.330.759	4.139.380	2.876.586	US
3.	Los Angeles Times	AA	1.793.432	1.300.350	690.870	671.797	US
4.	El País	AA	1.729.377	1.239.658	259.775	292.227	ES
5.	Bild	A	1.753.857	1.479.072	2.220.875	2.435.860	DE
6.	The Guardian	A	4.635.463	3.159.726	185.429	193.228	GB
7.	Le Figaro	A	2.023.933	1.451.701	314.312	317.225	FR
8.	The Wall Street Journal	A	3.859.091	2.752.415	2.276.207	2.273.767	US
9.	Marca	A	3.204.917	2.324.338	171.854	181.416	ES
10.	The Dallas Morning News	A	188.177	119.595	413.744	413.480	US
11.	Le Parisien	A	1.864.505	1.553.253	229.638	250.095	FR
12.	El Mundo	A	1.175.806	916.788	149.684	172.427	ES
13.	The Washington Post	A	3.381.601	2.499.282	377.466	450.684	US
14.	La Repubblica	A	2.185.594	1.741.662	248.588	278.960	IT
15.	La Stampa	A	388.192	272.610	184.362	204.462	IT
16.	The Daily Telegraph	A	2.382.703	1.501.668	494.675	523.048	GB
17.	L'Equipe	B+	1.892.914	1.310.239	234.774	243.580	FR
18.	Financial Times	B+	2.432.940	1.840.172	219.444	230.470	GB
19.	Frankfurter Allgemeine	B+	260.534	175.198	274.427	313.274	DE
20.	Le Monde	B+	2.367.746	1.726.534	27.3111	275.310	FR
21.	Abc	B+	500.088	369.952	128.660	140.049	ES
22.	Corriere della Sera	B+	1.807.238	1.331.633	295.037	334.496	IT
23.	Il Fatto Quotidiano	B+	1.700.093	1.476.784	37.842	45.074	IT
24.	Chicago Tribune	B+	318.845	229.984	455.125	413.665	US
25.	Il Sole24ore	B+	552.613	455.415	171.010	187.226	IT
26.	Houston Chronicle	B+	184.209	95.185	347.406	330.515	US
27.	La Voix du Nord	B	404.008	284.435	231.066	238.564	FR
28.	New York Daily News	B	999.734	560.750	427.452	456.360	US
29.	Die Welt	B	387.708	194.726	201.159	214.180	DE
30.	Süddeutsche Zeitung	B	358.661	211.741	374.538	402.275	DE
31.	Libération	B	390.930	213.438	93.781	101.616	FR
32.	La Gazzetta dello Sport	B	1.629.993	1.470.378	173.970	188.835	IT
33.	The Sun	B	1.821.461	1.491.290	1.978.702	2.069.809	GB
34.	The Times	B	384.302	238.398	396.621	394.448	GB
35.	The Independent	B	3.217.659	2.159.110	61.338	63.907	GB
36.	Les Echos	B-	401.781	245.217	125.172	123.636	FR
37.	Il Giornale	B-	367.732	245.051	84.103	97.321	IT
38.	New York Post	B-	1.963.047	1.493.165	497.878	576.711	US
39.	Sächsische Zeitung	B-	37.315	25.852	234.774	240.650	DE
40.	The Daily Mirror	B-	1.719.263	765.292	922.235	962.670	GB
41.	Il Messaggero	B-	467.985	290.676	121.983	133.073	IT
42.	Westdeutsche Allgemeine Z	B-	71.405	53.202	417.991	354.054	DE
43.	Sud Ouest	B-	149.550	102.928	261.566	265.777	FR

44.	La Voz de Galicia	B-	356.920	299.717	75.104	80.077	ES
45.	Mitteldeutsche Zeitung	B-	41.640	28.955	187.192	193.079	DE
46.	Neue Westfälische	B-	23.945	7.407	141.595	145.700	DE
47.	Daily Mail	B-	2.757.337	1.725.062	1.688.727	1.708.006	GB
48.	La Vanguardia	C	191.862	120.229	140.176	152.320	ES
49.	El Periódico de Catalunya	C	286.521	170.068	92.163	101.053	ES
50.	Hamburger Abendblatt	C	45.807	32.083	192.426	186.202	DE
51.	Il Resto del Carlino	C	100.557	72.303	116.889	119.644	IT
52.	Le Progrès	C	88.688	58.015	189.267	192.749	FR
53.	Ouest France	C	176.674	94.311	714.995	733.078	FR
54.	El Correo	C	33.772	12.534	77.237	82.943	ES
55.	La Nueva España	C	139.044	97.891	46.183	48.336	ES
56.	La Razón	C	165.144	113.185	81.449	85.135	ES
57.	Daily Record	C	133.926	62.130	203.725	222.919	GB
58.	Daily Express	C	374.176	191.712	457.914	488.246	GB
59.	L'Unità	C	256.158	258.256	-	21.228	IT
60.	Rheinische Post	C	71.404	53.586	315.598	325.888	DE
TOTALE GLOBALI 2015			75.382.572	54.715.149	28.252.814	27.717.300	

Note

La Ricerca è stata chiusa al 21 luglio 2015.

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 2015.

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

I likers 2015 sono stati rilevati sulle pagine Facebook il 30 giugno 2015.

I likers 2014 sono stati rilevati sulle pagine Facebook nel giugno 2014.

La testata italiana L'Unità ha sospeso la pubblicazione al 1 Agosto 2014 e ha ripreso la diffusione stampata il 30 Giugno 2015.

I dati 2015 relativi alla diffusione della stampa italiana sono stati rilevati per il mese di Marzo 2015 fonte Ads.

I dati 2014 relativi alla diffusione della stampa italiana sono stati rilevati per il mese di Marzo 2014 fonte Ads.

I dati 2015 relativi alla diffusione della stampa estera sono stati rilevati nel primo trimestre 2015 su siti certificati; i dati US rilevati a fine 2014, fonte ufficiale AAM.

I dati 2014 relativi alla diffusione della stampa estera sono stati rilevati nel primo trimestre 2014 su siti certificati.

LA RICERCA I&B FACEBOOK TOP NEWSPAPERS 2015

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 mobile all'offerta di relazione, prodotto e servizio.
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 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, blog, facebook, twitter, instagram, pinterest, youtube, google+, ...
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.

LA RICERCA I&B FACEBOOK TOP NEWSPAPERS 2015

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 stato valutato.

LA RICERCA I&B FACEBOOK TOP NEWSPAPERS 2015

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

Il campione posto in osservazione per il quinto anno consecutivo 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. La Repubblica, La Stampa, Corriere della Sera, Il Fatto Quotidiano, Il Sole 24 Ore, La Gazzetta dello Sport, Il Giornale, Il Messaggero, Il Resto del Carlino, L'Unità*.

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

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

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

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

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

Complessivamente il campione di 60 testate considerato dalla Ricerca I&B rappresenta su Facebook al 30 giugno 2015 oltre 75,3 milioni di likers, con una crescita di oltre 20 milioni rispetto ai 54,7 milioni di likers registrati nella Ricerca I&B nel 2014.

Il dato di crescita sul social network si confronta nel 2015 con una diffusione media giornaliera di 28 milioni di copie, per la prima volta in aumento sull'anno precedente (27,7 milioni) grazie alla forte crescita diffusionale delle copie digitali, in particolare sul mercato Usa.

- *L'Unità ha sospeso le proprie pubblicazioni dal 1/08/2014 al 30/06/2015, data in cui è ritornata in edicola.*

LA RICERCA I&B FACEBOOK TOP NEWSPAPERS 2015**8. Le Avvertenze.**

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

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 innōvāre: 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.

Innova et Bella può avere avuto, può avere e potrà avere relazioni di carattere economico con società, persone e organizzazioni citate in questo studio.

Alla data di pubblicazione della presente ricerca nessuna delle relazioni 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.

Per informazioni sui contenuti della Ricerca si prega contattare il Team di Analisti a: info@i-b.com