

2019

FACEBOOK TOP 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 2019**
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
1 Ottobre 2019

Chiusura Analisi
31 Luglio 2019

Market Data
30 Giugno 2019

1. La Sintesi della Ricerca di Innova et Bella 2019

Dalla prima analisi del 2011 la Ricerca condotta da Innova et Bella sulle strategie Facebook delle principali 60 testate giornalistiche europee e statunitensi ha mostrato una crescita esponenziale dei loro likers sul social network. In otto anni sono cresciuti di trenta volte: da 5 milioni a 151 milioni.

Nello stesso periodo la diffusione degli stessi 60 quotidiani europei e statunitensi costituenti il campione è crollata: da oltre 30 milioni di copie nel 2011, ai 22,3 della rilevazione attuale. Dall'inizio delle rilevazioni di Innova et Bella il calo delle copie diffuse supera gli 8 milioni.

Anche nel 2019 i likers Facebook dei quotidiani analizzati continuano a crescere. Erano 4,7 milioni nel 2011, 12,8 milioni nel 2012, 19,7 milioni nel 2013 e con un incremento record di 35 milioni, 54,7 milioni di liker nel 2014; 75,4 milioni di liker nel 2015, 101 milioni nel 2016 e 132 milioni nel 2017; 144 milioni nel 2018 fino ad arrivare a 151 milioni nel 2019.

Ai primi posti della classifica internazionale 2019 di Innova et Bella, che considera le best practices dei giornali osservati sul social network, troviamo quest'anno: The New York Times, El País, The Washington Post, Bild e Le Parisien.

Al primo posto della Classifica Italiana, e dodicesimo nella classifica internazionale, il Fatto Quotidiano. Il Fatto conserva e aumenta il suo primato internazionale in termini di socialità: 81 likers per copia diffusa. Al secondo posto della Classifica Italiana troviamo La Repubblica e in terza posizione il Corriere della Sera. Il Messaggero raggiunge il milione di likers.

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 che passano sempre più tempo a usare servizi che li conoscono benissimo e che forniscono loro informazioni altamente personalizzate.

Nel dicembre 2009, quasi dieci anni fa, Google ha iniziato a customizzare i risultati di ricerca sulla base di tutte le informazioni già raccolte su ogni singolo utente. Nel 2011, quando Innova et Bella iniziava a monitorare le strategie

Facebook dei quotidiani, Eli Pariser nel suo libro *The Filter Bubble* disvelava come i big dell'information technology fossero già capaci di confezionare i contenuti per ogni singolo utente. A distanza di otto anni possiamo vedere come questo modello si sia imposto come standard di servizio. Oggi ogni utente si attende che chiunque gli fornisca informazioni debba conoscerlo bene.

In uno scenario in cui i quotidiani continuano serenamente per miopia strategica a perdere le loro battaglie per conquistare il tempo dei lettori, le raccomandazioni strategiche di Innova et Bella al top management delle imprese editoriali permangono le stesse:

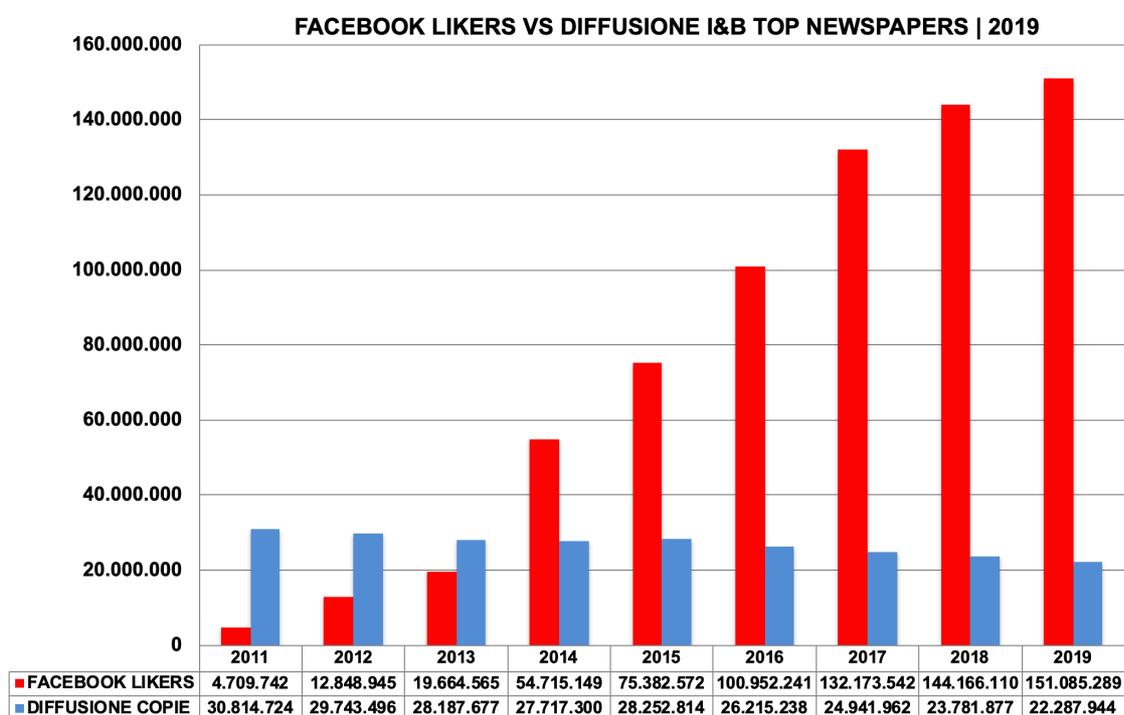
1. **Brand Management.** Sviluppare l'offerta di relazione del brand editoriale: l'unico motivo per cui un lettore decida di comprare un giornale invece che leggere le notizie ogni volta da una fonte diversa è che l'offerta di relazione da parte del quotidiano sia migliore di quella di altri brand.
2. **Innovation management.** Ricercare e sviluppare progetti di social branding per ogni singolo prodotto editoriale: la frase *"the user is the content"* che Marshall McLuhan ha pronunciato nel 1976 ora è più che mai vera.
3. **Big Data e Artificial Intelligence.** Offrire un'informazione personalizzata e premium price: per poter offrire il lusso di un'informazione su misura e di una relazione esclusiva è necessario studiare i big data delle preferenze sociali di ogni lettore e arrivare a conoscerli così come li conoscono i propri concorrenti digitali, mobili e sociali.
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, artificial intelligence, brand management.

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

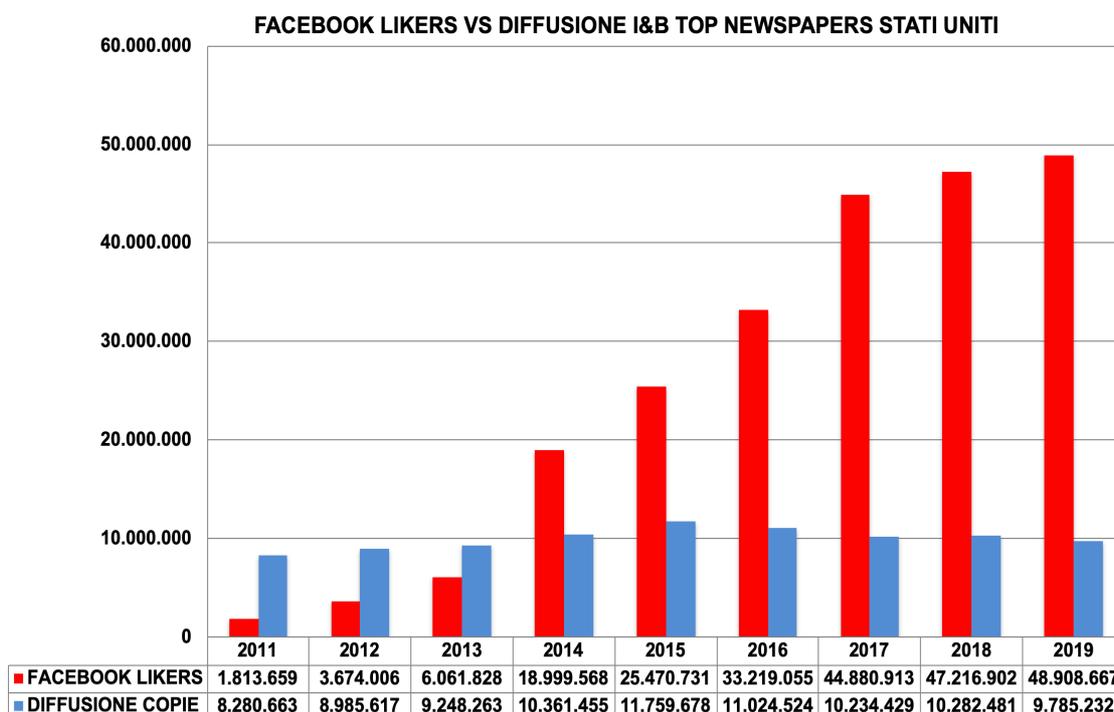
Milano, 1 Ottobre 2019

2. I Dati per Nazione

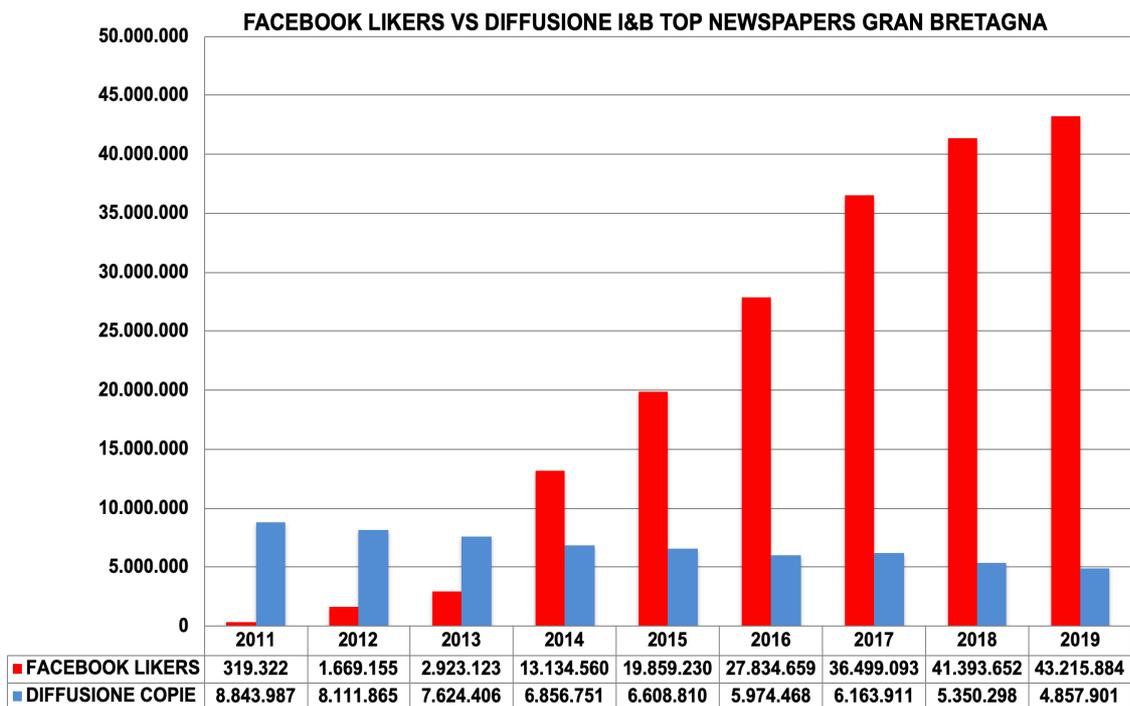
Il campione posto sotto osservazione comprende i principali 60 giornali quotidiani nazionali stampati in Europa e Usa, considerando: Stati Uniti, Gran Bretagna, Spagna, Francia, Italia e Germania. Nell'ultimo anno si assiste ad un incremento di circa 7 milioni di nuovi likers globalmente conquistati, con un rallentamento della crescita rispetto agli anni precedenti (l'incremento era stato di 12 milioni nel 2018). L'insieme delle testate considerate raggiunge i 151 milioni di likers sulle proprie pagine Facebook, a fronte di una diffusione media di 22,3 milioni di copie.



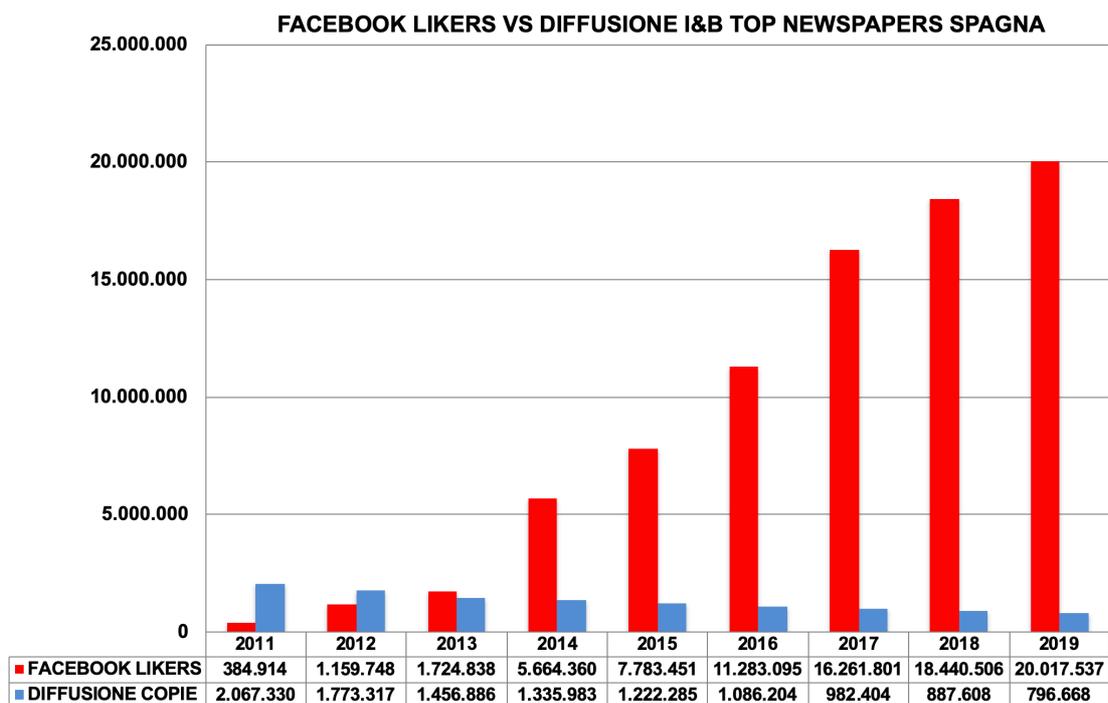
Us. Gli Usa conservano il primato dei sostenitori Facebook nel 2019: i likers sono 48,9 milioni, in aumento rispetto al 2018 quando se ne contavano 47,2 milioni, a fronte di una diffusione di 9,8 milioni di copie, con un'inflexione di circa 500 mila copie (erano 10,3 nel 2018). Per i quotidiani statunitensi continua anche nel 2019 il fenomeno del rallentamento della crescita dei likers Facebook: l'incremento è di 1,7 milioni di likers, meno rispetto all'incremento di 2,3 dell'anno precedente, ma soprattutto lontanissimo dall'incremento fatto registrare nel 2017, che con 11,7 milioni portava i likers da 33,2 milioni a 44,9 milioni.



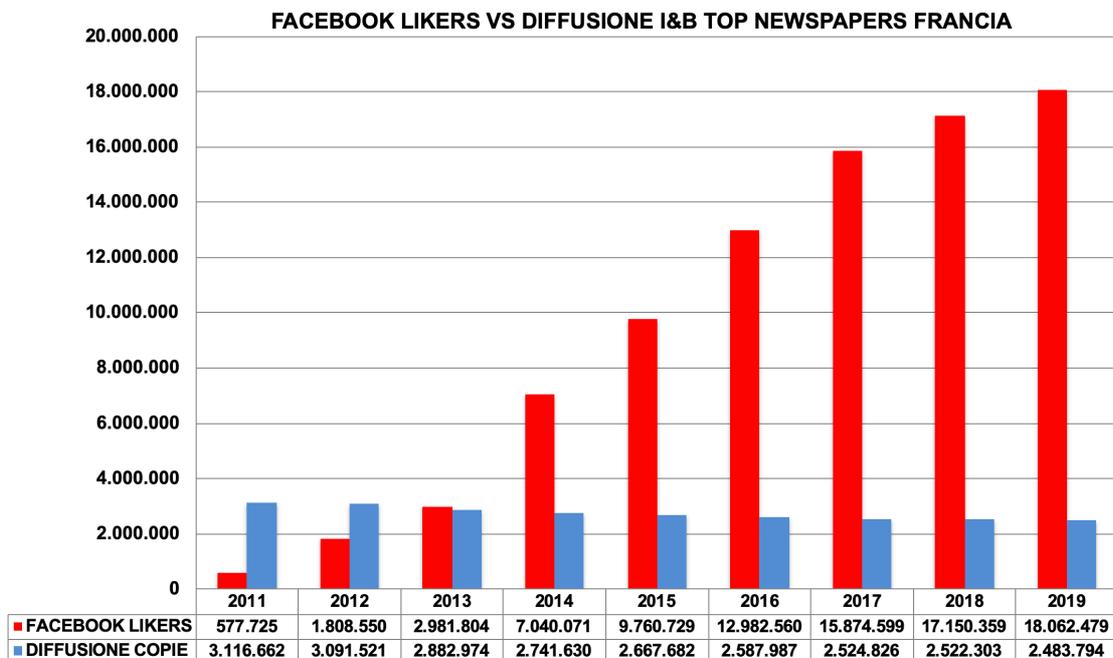
Gb. Nel 2019 i quotidiani britannici, nonostante registrino anch'essi una sensibile contrazione della crescita, sono le testate nazionali che riportano il maggior incremento di liker a livello globale (+1,8 milioni), facendo meglio delle testate Usa: sono 43,2 milioni i liker nel 2019, rispetto ai 41,4 dell'anno precedente. La diffusione è in sensibile calo, 4,9 milioni di copie nel 2019 verso i 5,4 milioni dell'anno precedente.



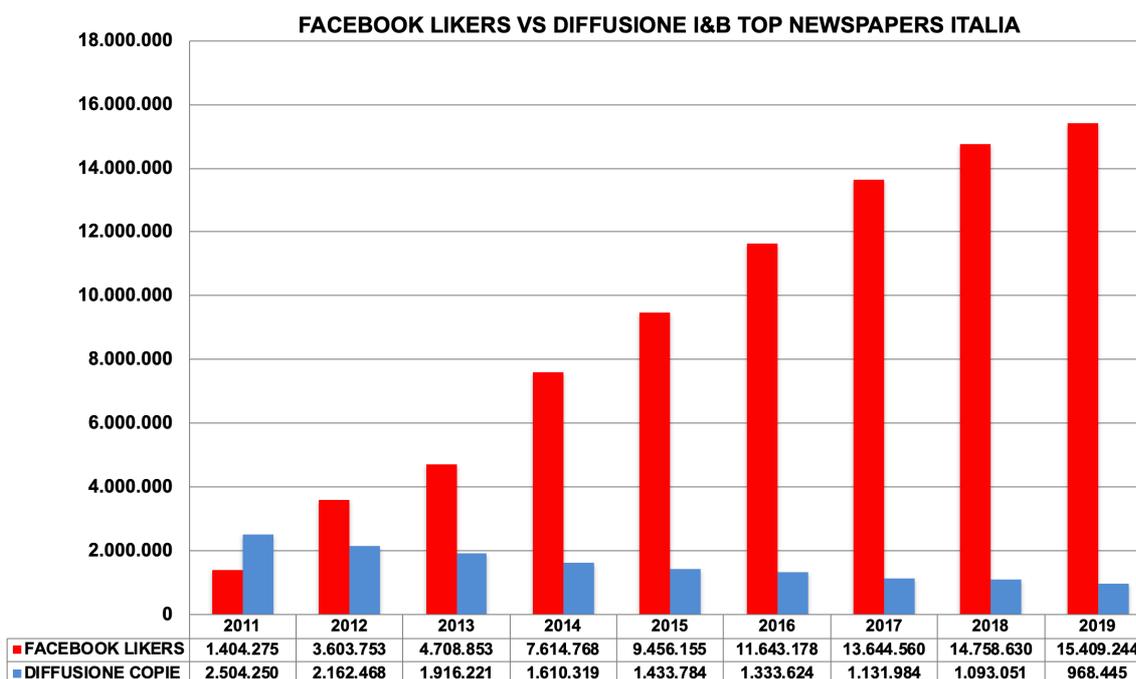
Es. Ai quotidiani spagnoli spetta ancora il terzo posto per numero complessivo di likers: sono 20 milioni nel 2019, rispetto ai 18,4 registrati l'anno precedente. La diffusione media ancora in calo registra un totale di circa 797 mila di copie, erano circa 888 mila nel 2018.



Fr. I quotidiani francesi conservano il quarto posto nella classifica internazionale per numero di likers: sono 18,1 milioni nel 2019, verso i 17,2 del 2018. La diffusione media in leggero calo nel 2019 registra un totale di 2,48 milioni di unità rispetto ai 2,52 registrati lo scorso anno.

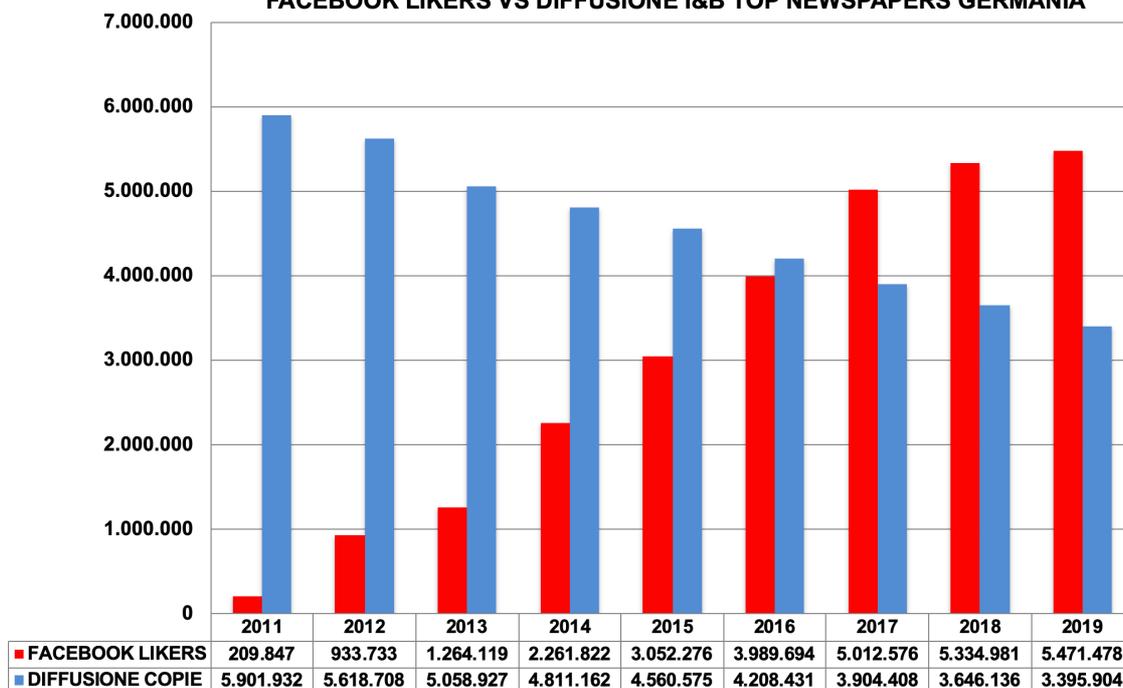


It. I quotidiani italiani si confermarono al quinto posto della classifica internazionale per numero complessivo di likers: 15,4 milioni a fronte dei 14,8 milioni nel 2018. La crescita dei likers è in continua contrazione per il nostro Paese, che risente del fenomeno globale di riduzione della crescita dei sostenitori Facebook. La diffusione media è ancora in discesa (perse mediamente circa 124 mila copie al giorno), con il valore della diffusione totale che per la prima volta si posiziona al di sotto del milione di copie (circa 968 mila copie diffuse al giorno).



De. La Germania registra una crescita dei likers, con il trend di contrazione che continua anche per le testate tedesche: nel 2019 sono 5,5 milioni di unità i likers totali, erano 5,3 nel 2018. La diffusione ancora in calo con 3,4 milioni di copie diffuse nel 2019 verso i 3,7 milioni dell'anno precedente.

FACEBOOK LIKERS VS DIFFUSIONE I&B TOP NEWSPAPERS GERMANIA



3. I Migliori Quotidiani su Facebook

The New York Times per il sesto anno consecutivo alla guida della classifica internazionale stilata dall'Osservatorio di Innova et Bella con rating AAA. Sul podio cambio della guardia, sale **El País** al secondo posto, **The Washington Post** conserva la terza posizione.

Il New York Times per il sesto anno è al vertice della classifica internazionale dei quotidiani su Facebook stilata dall'Osservatorio di Innova et Bella. Il quotidiano conserva la leadership e lo score tripla A, posizionandosi ancora una volta come punto di riferimento e di eccellenza per le pratiche di relazione e di engagement. L'offerta digitale per la community è sapientemente integrata con gli altri canali social, in particolare con l'account Instagram che vanta oltre 6,3 milioni di follower. Incoraggiata l'interazione con la newsroom, i giornalisti, gli opinionisti, gli influencers, gli esperti di settore e il confronto con gli altri utenti su tematiche specifiche attraverso pagine dedicate come NYT Opinion, Times Talks, ecc. I contenuti multimediali appaiono molto curati, si nota la presenza di featured videos e di playlist dei video più visualizzati dagli utenti Facebook; sempre notevole il calendario degli eventi proposto dal NYT, ricco di appuntamenti di cui spesso il quotidiano si fa promotore, con la possibilità di acquisto immediato dei biglietti di partecipazione. Nonostante il NYT sviluppi le migliori pratiche sul social network, continua il fenomeno diffuso di contrazione della crescita dei likers Facebook che nel 2019 crescono solo del 5,7%, portandosi a 16,8 milioni rispetto ai 15,9 dello scorso anno. L'incremento registrato nel 2018 era del 12% e del 24% quello registrato nel 2017.

El País recupera tre posizioni e nel 2019 sale al secondo posto della classifica internazionale con rating AAA. Si nota il miglioramento e la maggiore cura delle best practice di valorizzazione dell'engagement tra il pubblico, la redazione, i singoli giornalisti e gli opinionisti con rubriche tematiche, sezioni dedicate e costante esortazione a partecipare al dialogo. Ottima la qualità dei contenuti iconografici e multimediali, in particolare dei video utilizzati come sfondi della home page e nelle "stories"; presenza di post in lingua inglese e alta integrazione con gli altri social, in particolare Instagram, Twitter e Youtube. Nel 2019 **El País**, come altri quotidiani, reintroduce la sezione Top Fan mettendo in evidenza i follower più attivi per commenti e contributi al dialogo nella sezione Community. Sono 4,9 milioni i sostenitori della pagina Facebook di **El País**, erano 4,3 milioni nel 2018 e 3,6 milioni nel 2017.

The Washington Post conserva nel 2019 il terzo posto nella classifica internazionale, mantenendo il rating AA guadagnato lo scorso anno. Le migliori pratiche del quotidiano statunitense si rivelano quelle orientate allo storytelling, supportato in particolare dalla presenza di live streaming (Facebook Live) per gli interventi e le interazioni in diretta con personaggi della scena pubblica. Alta reattività della pagina nella chat e promozione delle pagine Facebook personali di numerosi giornalisti. Molto buona l'integrazione con gli altri canali social: Twitter, Snapchat e in particolare Instagram, account che vanta 2 milioni di follower. Da quest'anno è presente anche una sezione Shop per l'acquisto diretto di articoli brandizzati. **The Washington Post** introduce,

secondo la tendenza riscontrata nel 2019, la sezione Top Fan, mettendo in evidenza gli utenti più partecipativi. Ridotta la crescita dei follower nel 2019, sono 6,3 milioni i sostenitori della pagina di The Washington Post, erano 6,2 milioni nel 2018 e 5,9 nel 2017.

Bild risale in quarta posizione dalla settimana dello scorso anno e guadagna il rating AA. Il quotidiano tedesco si posiziona tra i più attivi e ricettivi nel dare feedback alle richieste degli utenti attraverso la chat e i messaggi diretti, promuove la possibilità di interazione degli utenti con la redazione e i singoli giornalisti anche attraverso l'utilizzo di post in lingua inglese. Si rileva anche la presenza di gruppi chiusi e pubblici nella sezione Community e un'area dedicata agli abbonamenti e allo shopping; ampia l'offerta tematica con la presenza di pagine locali. Nel 2019 i sostenitori di Bild passano a 2,51 milioni, erano 2,48 milioni lo scorso anno, e anche per il quotidiano tedesco continua il fenomeno di ridotta crescita dei likers: solo l'1,13% nel 2019.

Al quinto posto della classifica internazionale **Le Parisien**, che risale dal nono posto dello scorso anno mantenendo il rating A. Sempre molto ricca l'offerta multimediale del quotidiano francese che incentiva l'engagement e la partecipazione degli utenti, in particolare, attraverso Live video con interviste e testimonianze di diversi personaggi su varie tematiche: dalla politica, all'entertainment. Alta anche la reattività nella risposta ai messaggi diretti e alla chat. I contenuti iconografici appaiono curati e si nota la presenza più intensa di post in lingua inglese. Anche la sezione tematica appare molto ampia, con pagine locali e newsletter. Le Parisien introduce i Top Fan nella sua pagina dedicata alla community. Nel 2019 si contano 3,22 milioni di likers verso i 2,98 dello scorso anno; erano 2,74 milioni nel 2017.

Al sesto posto della classifica 2019 troviamo il quotidiano britannico **The Guardian**, in discesa dal secondo posto dello scorso anno. La testata britannica perde il rating AAA ottenendo quest'anno il rating A. Le principali best practice di The Guardian restano le aree dedicate all'ascolto delle opinioni degli utenti, dove si notano post di testimonianze, anche di personaggi della scena pubblica, che affrontano temi sociali e di carattere divulgativo, supportati dai sempre presenti Featured Videos, mini film di comunicazione tematica. Si nota anche un calendario eventi aggiornato con la possibilità di acquisto di biglietti direttamente dalla piattaforma. I seguaci della pagina Facebook di The Guardian sono 8,17 milioni nel 2019, anche in questo caso si assiste a un rallentamento della crescita del 2,37%: i follower erano 7,98 milioni nel 2018.

Per **USA Today** il settimo posto della classifica globale nel 2019, con rating A. Ancora una discesa rispetto al quarto posto detenuto lo scorso anno. Dopo la crescita di segno negativo registrata nel 2018, la pagina Facebook di USA Today registra un miglioramento di segno positivo del 4%, portandosi a 7,95 milioni di likers, erano 7,64 milioni nel 2018. Le best practice della pagina si riconfermano essere la buona interazione con gli altri canali social, Twitter, Snapchat e in particolare Instagram con 1,3 milioni di follower. L'offerta tematica con pagine come USA Today Opinion rivolte all'ascolto e alla promozione della "conversation" con e tra gli utenti e Your Take, pagina dedicata ai featuring per dare risalto alle foto e ai video inviati direttamente dal

pubblico.

Financial Times conserva l'ottavo posto della classifica internazionale stilata dall'Osservatorio di Innova et Bella. Il quotidiano finanziario britannico riconferma la posizione guadagnata nel 2018, in risalita dal diciottesimo posto del 2017, puntando sempre l'attenzione sulla creazione di occasioni di dialogo e interazione del pubblico con i giornalisti, mettendo in evidenza le singole pagine Facebook personali, ma anche favorendo lo scambio di opinioni e di interventi con la community. Si rileva la presenza di Featured Videos, testimonianze di personaggi, artisti e influencers su varie tematiche sociali e di attualità. Anche per Financial Times nella sezione Community appare, oltre al gruppo chiuso FT Books Cafè, anche la classifica dei Top Fan. Buona l'offerta degli eventi in calendario con la possibilità di acquisto diretto di biglietti, mentre si riduce l'integrazione con gli altri canali social. L'offerta tematica comprende anche la pagina FT Italy. Nel 2019 i sostenitori di FT crescono in solo di circa 70 mila unità rispetto al 2018, rimanendo sotto i 3,9 milioni di likers. Erano 3,8 milioni nel 2017.

Daily Mail fa il suo primo ingresso nella top ten della classifica internazionale stilata da Innova et Bella scalando dalla trendicesima posizione e raggiungendo quest'anno il nono posto. Daily Mail, solo dopo il New York Times è il quotidiano la cui pagina Facebook vanta il maggior numero di likers: sono 16,1 milioni nel 2019, erano 14,8 milioni nel 2018. Punto di svolta per il tabloid inglese è quest'anno l'engagement: sulla pagina Facebook il quotidiano si rivela estremamente ricettivo, pronto a premiare i contributi dei propri sostenitori con selezioni e featuring per renderli virali, ad esempio la sezione "Send us your videos". Ampia la presenza di Facebook Stories e risposta istantanea alla chat; completano l'offerta di relazione la sezione Top Fan e la presenza di gruppi nella sezione Community. Si rileva inoltre una buona integrazione con gli altri canali social, in particolare Twitter con 2,3 milioni di follower e il più visual Pinterest.

Il quotidiano francese **Le Figaro** rientra quest'anno tra i primi dieci e si posiziona in coda alla classifica dei top ten, al decimo posto, recuperando una posizione rispetto al 2018. La pagina Facebook di Le Figaro mostra nel 2019 una più ampia offerta tematica, una buona integrazione con gli altri canali social, in particolare Twitter, con oltre 3 milioni di follower, Instagram e l'offerta digitale con le App subito scaricabili. Si assiste anche all'aumento dei post in lingua inglese per favorire una fruizione più internazionale della pagina. Il quotidiano francese punta sull'engagement proponendo ai lettori rubriche periodiche dedicate, come l'appuntamento "visual" con le vignette satiriche di un popolare disegnatore e il coinvolgimento dei lettori a cui spesso viene chiesto di raccontare le loro storie su fatti e avvenimenti relativi a precise tematiche sociali, ad esempio "Gilets Jaunes". Anche per Le Figaro si nota una ripresa della sezione Top Fan per dare visibilità ai sostenitori più attivi sulla pagina e la presenza di Gruppi nella sezione Community. I likers della pagina Facebook di Le Figaro registrano una crescita rallentata e riportano un aumento esiguo: sono circa 3,2 milioni nel 2019 verso i 3,1 milioni del 2018.

Fra le altre testate italiane:

Il Fatto Quotidiano è il primo quotidiano italiano a posizionarsi nella classifica internazionale e guadagna quest'anno il dodicesimo posto, in risalita di due posizioni rispetto al 2018, con rating A. Punto di forza della pagina Facebook del quotidiano è da sempre il dialogo e l'elevata possibilità di interazione degli utenti con i giornalisti della testata. Il Fatto si conferma anche il quotidiano più digitale segnando ancora quest'anno il record internazionale del rapporto likers/diffusione: nel 2019 sale a 81 il numero dei likers Facebook per ogni copia diffusa; era 61 nel 2018. In linea con la tendenza generale, la crescita dei sostenitori Facebook si rivela più rallentata: sono 2,3 milioni i likers nel 2019, in aumento del 3,5% rispetto allo scorso anno (nel 2018 l'aumento registrato era del 6%).

La Repubblica, sempre all'inseguimento de Il Fatto Quotidiano, si posiziona al quattordicesimo posto della classifica internazionale e in risalita di una posizione rispetto al 2018. Anch'essa ottiene un Rating A. In Italia il quotidiano rimane al vertice della classifica per numero di likers: sono 3,8 milioni nel 2019, erano 3,6 milioni l'anno precedente. Note di merito della pagina Facebook di La Repubblica, permangono "La Repubblica delle Idee", l'integrazione con gli altri canali social, e la maggiore offerta di spunti di partecipazione al dialogo come hashtag tematici e i Live Video, inclusa la sezione Top Fan.

Il Corriere della Sera con rating B+ e con i suoi 2,6 milioni di likers nel 2019, erano 2,5 milioni nel 2018, è il terzo quotidiano in Italia e guadagna il diciottesimo posto nella classifica internazionale, in risalita di due posizioni rispetto allo scorso anno. Si nota il miglioramento dell'offerta di relazione con i likers, l'introduzione di hashtag tematici per favorire il dialogo, in evidenza pagine di giornalisti, pagine tematiche e calendario eventi aggiornato. L'integrazione con gli altri canali social Twitter e Instagram rimane buona e si nota anche per il Corriere della Sera l'introduzione della classifica Top Fan nella Community.

Anche **Il Sole24ore** si mantiene sugli standard dello scorso anno per quanto riguarda la classifica internazionale, con solo una posizione persa rispetto al 2018, e si colloca quest'anno al ventiquattresimo posto, conservando il rating B+. Quarto quotidiano nella classifica italiana, i suoi likers passano da 806 mila a 905 mila (+12%).

Da segnalare quest'anno un netto miglioramento nel posizionamento della pagina Facebook de **Il Messaggero** che, oltre a raggiungere il milione di likers grazie a una pagina con un'arricchita offerta di relazione, tra cui l'alta ricettività nella risposta agli utenti e la rinnovata multimedialità, scala la classifica internazionale posizionandosi al ventinovesimo posto con rating B, era in quarantaduesima posizione nel 2018. Sesta posizione per il quotidiano nella classifica delle testate italiane, davanti a La Stampa e dietro alla Gazzetta dello Sport quinto quotidiano in Italia.

4. La Classifica Internazionale

Rank	NEWSPAPERS	RATING	Likers 2019	Likers 2018	Circulation 2019	Circulation 2018	
1.	The New York Times	AAA	16.783.367	15.872.957	2.662.400	2.771.000	US
2.	El País	AAA	4.872.184	4.289.405	137.552	175.041	ES
3.	The Washington Post	AA	6.274.873	6.174.286	258.932	292.936	US
4.	Bild	AA	2.509.204	2.481.057	1.480.314	1.623.998	DE
5.	Le Parisien	A	3.215.153	2.981.553	193.428	204.009	FR
6.	The Guardian	A	8.165.002	7.976.044	134.443	142.318	GB
7.	USA Today	A	7.954.241	7.644.473	2.632.392	3.078.773	US
8.	Financial Times	A	3.876.562	3.807.625	174.224	183.140	GB
9.	Daily Mail	A	16.080.105	14.810.580	1.186.689	1.288.889	GB
10.	Le Figaro	A	3.161.792	3.122.535	309.492	307.912	FR
11.	Marca	A	4.727.812	4.574.079	118.623	126.213	ES
12.	Il Fatto Quotidiano	A	2.325.308	2.245.641	28.651	36.679	IT
13.	Le Monde	A	4.378.091	4.189.830	288.435	284.738	FR
14.	La Repubblica	A	3.766.069	3.646.222	153.491	173.442	IT
15.	Los Angeles Times	A	2.754.141	2.742.480	433.050	433.134	US
16.	The Wall Street Journal	A	6.347.618	6.227.547	2.640.000	2.277.000	US
17.	New York Post	B+	4.182.346	4.157.756	428.238	421.068	US
18.	Corriere della Sera	B+	2.618.274	2.533.056	201.452	221.045	IT
19.	The Daily Mirror	B+	3.122.612	3.022.729	497.699	567.442	GB
20.	Die Welt	B+	997.672	971.270	119.101	164.415	DE
21.	La Vanguardia	B+	4.189.522	3.662.637	96.345	105.813	ES
22.	The Times	B+	818.788	794.620	405.013	433.604	GB
23.	La Voix du Nord	B+	663.481	636.481	200.987	205.387	FR
24.	Il Sole24ore	B+	905.028	806.190	72.610	87.090	IT
25.	El Mundo	B+	2.374.332	2.211.216	89.580	97.162	ES
26.	La Gazzetta dello Sport	B+	2.165.177	2.141.616	134.644	150.263	IT
27.	Chicago Tribune	B	584.913	571.701	238.103	410.138	US
28.	L'Equipe	B	3.758.793	3.477.783	249.875	234.899	FR
29.	Il Messaggero	B	1.018.544	893.620	82.384	90.915	IT
30.	Abc	B	1.521.799	1.466.714	74.271	79.892	ES
31.	La Stampa	B	1.298.769	1.256.781	116.600	136.500	IT
32.	The Telegraph	B	4.452.778	4.455.384	342.596	377.159	GB
33.	Journal Sud Ouest	B	314.819	290.606	230.160	237.408	FR
34.	Westdeutsche Allgemeine Z	B	132.138	128.423	314.073	334.966	DE
35.	Les Echos	B	824.949	809.432	129.089	128.376	FR
36.	Houston Chronicle	B-	482.701	472.816	155.152	167.820	US
37.	Süddeutsche Zeitung	B-	752.376	734.101	323.797	335.952	DE
38.	Sächsische Zeitung	B-	74.094	70.430	199.644	208.984	DE
39.	The Dallas Morning News	B-	449.678	421.969	175.902	203.260	US
40.	New York Daily News	B-	3.094.789	2.930.917	161.063	227.352	US
41.	Il Giornale	B-	659.317	625.255	45.684	56.150	IT
42.	Journal Ouest France	B-	627.210	579.292	648.485	671.228	FR
43.	Daily Star	B-	1.661.578	1.648.296	326.360	384.393	GB
44.	Libération	B-	887.652	840.612	67.238	75.275	FR
45.	Il Resto del Carlino	B-	178.974	166.749	88.680	93.887	IT
46.	La Voz de Galicia	B-	743.863	698.584	61.868	65.390	ES
47.	Neue Westfälische	B-	61.048	57.488	122.835	126.991	DE

48.	Frankfurter Allgemeine Z	C	537.515	515.106	227.967	237.563	DE
49.	Le Progrès	C	230.539	222.235	166.605	173.071	FR
50.	Daily Record	C	467.255	438.059	117.416	130.488	GB
51.	Mitteldeutsche Zeitung	C	120.268	107.145	158.235	165.065	DE
52.	Hamburger Abendblatt	C	124.096	117.143	163.187	169.418	DE
53.	El Periódico de Catalunya	C	795.634	772.738	60.870	68.371	ES
54.	Rheinische Post	C	163.067	152.818	286.751	278.784	DE
55.	The Sun	C	3.237.801	3.141.698	1.358.945	1.496.558	GB
56.	El Correo	C	106.948	101.113	57.547	61.733	ES
57.	Daily Express	C	1.333.403	1.298.617	314.516	346.307	GB
58.	La Nueva España	C	252.802	242.992	34.877	37.974	ES
59.	Il Gazzettino	C	473.784	443.500	44.249	47.080	IT
60.	La Razón	C	432.641	421.028	65.135	70.019	ES
GLOBAL TOTAL			151.085.289	144.295.030	22.287.944	23.781.877	

Note

La Ricerca è pubblicata il 1 Ottobre 2019.

La Ricerca è stata chiusa il 30 Giugno 2019.

I Dati rilevati al 30 Giugno 2019.

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 2019.

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 2019 sono stati rilevati sulle pagine Facebook il 30 Giugno 2019.

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

I dati 2019 relativi alla diffusione della stampa italiana sono stati rilevati per il mese di Marzo 2019 fonte Ads.

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

I dati 2019 relativi alla diffusione della stampa estera sono stati rilevati nel primo trimestre 2019 su siti certificati; i dati dei quotidiani spagnoli sono aggiornati a fine anno 2018 (fonte ufficiale OJD); i dati US sono stati rilevati nel primo trimestre 2019, fonte ufficiale AAM.

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

USA: alcuni quotidiani hanno smesso di riportare i dati di diffusione completi alla fonte ufficiale AAM avvalendosi di comunicazioni indipendenti.

Dato diffusione 2019 NYT fonte: NYT Company, Annual Report 2018.

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

Dato diffusione WSJ 2019 aggiornato al quarto trimestre 2018.

Dato diffusione WSJ 2018 aggiornato al secondo trimestre 2017.

Dato diffusione NYPost aggiornato al quarto trimestre 2018.

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 come 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 Stati Uniti, Gran Bretagna, Spagna, Francia, Italia, Germania.

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

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

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

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

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

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

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

Il campione complessivo delle 60 testate considerate dalla Ricerca I&B rappresenta su Facebook, al 30 Giugno 2019, oltre 151 milioni di liker, con una crescita di circa 7 milioni, rispetto ai 12 milioni registrati nel 2018 e alla crescita di 32 milioni rilevata nel 2017.

Il dato di crescita sul social network si confronta nel 2019 con la diminuzione della diffusione a 22,3 milioni di copie: erano 23,8 milioni nel 2018 e 24,9 milioni nel 2017.

8. Le Avvertenze

Questa Ricerca è stata sviluppata per il decimo 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 2019.

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, 1 Ottobre 2019

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.