

# **I&B FACEBOOK TOP NEWSPAPERS 2016**

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

- 1. La Sintesi della Ricerca 2016**
- 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 2016*

Chiusura Ricerca  
*agosto 2016*

Pubblicazione  
*settembre 2016*

## LA RICERCA I&amp;B FACEBOOK TOP NEWSPAPERS | 2016

**1. La Sintesi della Ricerca di Innova et Bella 2016.**

- **I principali quotidiani europei e statunitensi fronteggiano con 26 milioni di copie diffuse le proprie corrispondenti comunità Facebook salite a oltre 100 milioni di likers su circa 1,5 miliardi di utenti attivi nel mondo.**
- **Ai primi posti della classifica I&B dei quotidiani di riferimento strategico su Facebook si confermano The New York Times e USA Today, seguiti da Bild, The Wall Street Journal, ed El País.**
- **In Italia lo scenario conferma ai primi posti di riferimento strategico La Repubblica, La Stampa e Il Fatto Quotidiano, quest'ultimo risulta al primo posto al mondo per indice di socialità: oltre 50 likers per copie diffuse.**
- **La Gran Bretagna conferma nel 2016 il record di aumento di likers, 8 milioni in più rispetto al 2015.**
- **Alla Spagna il record di socialità con 10,3 likers per copia diffusa, superando per la prima volta l'Italia.**
- **La Germania si rivela l'ultimo paese in cui le copie diffuse, seppur di poco, superano ancora i corrispondenti likers Facebook (4,2 milioni le copie e 3,9 milioni il totale dei sostenitori su Facebook).**

Da quando Innova et Bella ha avviato nel 2010 il monitoraggio delle strategie Facebook delle principali 60 testate europee e statunitensi (francesi, inglesi, italiane, spagnole, tedesche e statunitensi), i likers dei quotidiani inseriti nel campione sono cresciuti da 2,5 milioni del 2010, a 4,6 milioni nel 2011, 12,6 milioni nel 2012, 19,7 milioni nel 2013, 54,7 milioni nel 2014, 75,3 milioni nel 2015, per superare i 100 milioni nel 2016, con un incremento di 25,5 milioni rispetto all'anno precedente (+34%).

Nello stesso periodo le copie diffuse dalle testate campione, su carta e supporto digitale, sono scese dai 30,7 milioni di copie nel 2011, ai 29,7 milioni nel 2012, 28,2 milioni nel 2013, 27,7 milioni di copie nel 2014. Nel 2015 le copie diffuse risalgono a 28 milioni di copie, per la crescita delle copie digitali sul mercato statunitense, ricominciando a scendere nel 2016, scendendo al nuovo minimo di 26,2 milioni.

Nel 2016 gli Stati Uniti riconfermano, per il quinto anno consecutivo, il primato quantitativo dei likers Facebook dei quotidiani che crescono di 7,8 milioni portandosi a quota 33,2 milioni contro i 25,4 dello scorso anno, a fronte di una circolazione di 11 milioni di copie.

Come l'anno precedente troviamo, a seguire, la Gran Bretagna: con un incremento record di likers (+8,0 milioni) raggiunge i 27,8 milioni nel 2016. La diffusione 2016 è di circa 6 milioni di copie.

Al terzo posto per il numero di likers si riconferma la Francia con 12,9 milioni, con una diffusione a 2,5 milioni di copie.

L'Italia si posiziona al quarto posto con 11,6 milioni di likers contro una circolazione di 1,3 milioni di copie, registrando un sempre notevole tasso di socialità: 8,7 likers per ogni copia diffusa.

Da notare che la Spagna, al quinto posto per numero di likers, 11,2 milioni, conquista quest'anno il record di socialità con 10,3 likers per ogni copia diffusa (poco più di 1 milione di copie la diffusione nel 2016).

La Germania, all'ultimo posto per numero di likers, 3,9 milioni nel 2016, è l'unico paese in cui rimane attiva la supremazia, seppur esigua, delle copie diffuse, pari a 4,2 milioni.

Per quanto concerne le singole testate quest'anno ai primi posti della speciale classifica internazionale stilata da Innova et Bella troviamo: The New York Times, Usa Today, Bild, The Wall Street Journal e El País.

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

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

**La sfida competitiva più importante per tutti i quotidiani è investire in conoscenza: capire come vendere i propri contenuti editoriali a milioni di likers Facebook sempre più interconnessi, sociali e mobili.**

**In un mondo in cui ogni lettore può ricercare gratuitamente l'informazione che preferisce con un semplice click, la raccomandazione strategica espressa da Innova et Bella è chiara: studiare e interpretare i big data delle preferenze sociali di ogni singolo lettore per potergli offrire il lusso di un'informazione su misura.**

## 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 25,5 milioni di nuovi likers globalmente conquistati. L'insieme delle testate considerate raggiunge i 100 milioni di likers sulle proprie pagine Facebook a fronte di una diffusione media di circa 26,2 milioni di copie.

**Us.** Le testate statunitensi, con una crescita di 7,8 milioni di nuovi likers, passano da 25,4 milioni a 33,2 milioni di likers nel 2016 a fronte di una diffusione di 11 milioni di copie (in calo dagli 11,7 milioni dell'anno precedente).

**Gb.** Anche quest'anno i giornali britannici registrano un incremento più alto rispetto agli statunitensi: 8 milioni di likers. I sostenitori Facebook dei quotidiani britannici crescono da 19,8 milioni a 27,8 milioni. La circolazione ancora in calo registra 6 milioni di copie contro i 6,6 milioni nel 2015 (in discesa di oltre 600 mila copie).

**Fr.** I giornali francesi si collocano al terzo posto, generando quest'anno 3,2 milioni di nuovi likers, che avanzano da 9,7 milioni a 12,9 milioni, a fronte di una diffusione media di 2,5 milioni di copie (in discesa di circa 100 mila copie rispetto al 2015).

**It.** Le testate italiane si posizionano al quarto posto per numero complessivo di likers: 11,6 milioni, in crescita di 2,2 milioni rispetto ai 9,4 milioni dell'anno precedente, a fronte di una diffusione media di circa 1,3 milioni di copie (in discesa di circa 100 mila copie rispetto al 2015).

**Es.** I quotidiani spagnoli, al quinto posto, vantano 3,5 milioni di nuovi likers, crescendo complessivamente da 7,7 milioni a 11,2 milioni (in particolare grazie alla crescita dei likers del giornale La Vanguardia che passano in un solo anno da 191 mila a 1,4 milioni nel 2016), a fronte di una diffusione media di 1 milione di copie (in discesa di circa 100 mila copie rispetto al 2015).

**De.** La Germania, pur registrando una crescita di circa 900 mila likers per i suoi quotidiani, passando da 3 milioni a 3,9 milioni, mantiene una variazione attiva (0,9 likers Facebook per copie diffuse) delle copie mediamente diffuse con un calo di circa 200 mila unità rispetto all'anno precedente.

### 3. I Migliori Quotidiani su Facebook.

**I quotidiani statunitensi leader della classifica internazionale di Innova et Bella, The New York Times e Usa Today, confermano anche quest'anno l'eccellenza delle proprie best practices con rating tripla A. Conquista il terzo posto il quotidiano tedesco Bild, per la prima volta sul podio.**

Il **New York Times**, tripla A, si riconferma anche quest'anno al primo posto della classifica di Innova et Bella. È il quarto anno consecutivo. Le best practices del quotidiano su Facebook rappresentano un punto di riferimento per tutto il campione analizzato. Eccellente la qualità dei contenuti: aree tematiche, rubriche dedicate, svariate 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 rafforza l'eccellente fluidità di fruizione della sua pagina Facebook. Il New York Times è tra gli antesignani del progetto digitale Instant Articles, lanciato in maggio 2015 da Marc Zuckerberg, che prevede la pubblicazione dei contenuti del giornale sulla piattaforma Facebook ottimizzata per mobile. I likers del NY Times sono 11,4 milioni nel 2016 (registrati il 30 giugno), nel 2015 erano 9,6 milioni, nel 2014 erano 7,6 milioni e 3,1 milioni nel 2013.

Un'altra conferma con rating AAA per **USA Today**, che mantiene anche nel 2016 la seconda posizione guadagnata nello scorso biennio. Elevato standard qualitativo delle proprie pagine Facebook coniugato con un alto grado di considerazione rivolta all'opinione dei likers con una sezione dedicata. Il quotidiano registra nel 2016 un aumento dei likers pari a 1,7 milioni portandosi a quota 4,8 milioni di sostenitori Facebook. Anche per USA Today rileviamo l'ampio uso di Instant Articles per agevolare la fruizione delle notizie da parte degli utenti connessi via device mobile.

In terza posizione troviamo per la prima volta un quotidiano tedesco, **Bild**, con rating AA, che sale sul podio partendo dal quinto posto occupato nel 2015. Bild, è tra i giornali internazionali che hanno preso parte al progetto Instant Articles lanciato da Facebook nella primavera del 2015 aprendosi alla pubblicazione delle news sulla piattaforma e agevolandone la fruizione via device mobile. Nel 2016 Bild si rivela tra le testate più attive per interazione con i lettori, attenzione alle loro opinioni mediante conversazioni e live chat, compresi i contatti diretti con i giornalisti. Bild guida anche la classifica nazionale che vede la testata in netta leadership per la Germania con 1,9 milioni di likers.

In risalita anche **The Wall Street Journal**. Il quotidiano economico statunitense si colloca al quarto posto della classifica 2016, con rating AA, scalando quattro posizioni rispetto al 2015. I likers del WSJ crescono anche nel 2016, registrando un incremento di oltre 1 milione di likers, che portano il giornale a quota 4,8 milioni contro i 3,8 rilevati nel 2015. Si riaffermano e si integrano agli Instant Articles le best practices del quotidiano: incentivo all'interazione dei likers e dei giornalisti con le 'top stories', valorizzazione delle conversazioni e assistenza ai bisogni dei lettori.

**El País**, con rating A si colloca al quinto posto della classifica internazionale di Innova et Bella. Era quarto l'anno precedente. Il quotidiano spagnolo punta anche quest'anno sulla valorizzazione dell'interazione con i giornalisti e gli operatori, proponendo pagine e sezioni dedicate per dar voce agli opinionisti e alle tematiche di reportage; da segnalare la presenza degli Instant Articles e l'integrazione con altri social media: Instagram, Twitter e Youtube. I likers registrati per il 2016 sono 2,3 milioni, erano 1,7 milioni nel 2015.

Il britannico **The Guardian** si riconferma in sesta posizione, mantenendo il rating A. Continua inoltre, nel 2016 il trend positivo per il quotidiano britannico, di aumento dei likers che passano a 6 milioni - erano 4,6 milioni nel 2015 e 3,1 milioni quelli registrati nel 2014. Anche The Guardian è stata una delle prime testate internazionali a prendere parte al progetto Facebook Instant Articles già nella fase di sperimentazione nella primavera del 2015. Tra le principali best practices del giornale, numerose aree tematiche e un'interessante sezione dedicata al job placement, con particolare attenzione alle figure professionali più deboli "Positive Action Work Placement".

Al settimo posto troviamo **Le Parisien**. Il quotidiano francese si inserisce nella top ten 2016 scalando quattro posizioni rispetto all'undicesimo posto del 2015. Le Parisien introduce quest'anno gli Instant Articles pur mantenendo la classica app di social reading, per permettere agli utenti di fruire dei contenuti e delle news sia in modo classico che con l'utilizzo di device mobili. I likers registrati da Le Parisien sono 2,2 milioni nel 2016, erano 1,8 milioni nel 2015.

In salita dal tredicesimo posto, **The Washington Post** si colloca in ottava posizione. Del quotidiano statunitense controllato da Jeff Bezos, il visionario fondatore di Amazon, registriamo un aumento dei likers che raggiungono i 4,2 milioni; erano 3,3 milioni nel 2015.

Tra le best practices, notiamo la valorizzazione dello storytelling nella sezione dedicata "Stories", oltre alla possibilità di interazione diretta coi giornalisti del quotidiano. Anche The Washington Post ha adottato gli Instant Articles per garantire velocità e migliore fruizione delle notizie da parte degli utenti in mobilità.

Al nono posto della classifica di Innova et Bella troviamo un altro quotidiano statunitense, il **Los Angeles Times** precedentemente al quinto posto. L'elevato engagement e la valorizzazione delle conversazioni, mediante le numerose proposte di hashtag e dialoghi tematici, così come l'elevato standard di contenuti iconografici, rappresentano i principali punti di forza per LA Times. I likers registrati per LA Times nel 2016 sono 2,2 milioni, in crescita da 1,7 milioni rilevati l'anno precedente.

Decima posizione e rating A anche per il quotidiano francese **Le Figaro**, era settimo nel 2015. La richiesta di partecipazione e l'engagement dei likers si riconferma molto alta per Le Figaro; quest'anno si notano, in particolare, l'utilizzo di photo contest, numerose esortazioni al rilascio di commenti e opinioni da parte degli utenti con l'introduzione di emoji nei post editati dal giornale. Rilevante l'integrazione con altre social app tra cui Snapchat. I likers di Le Figaro sono 2,5 milioni nel 2016, contro i 2 milioni del 2015.

**La Repubblica**, con rating A, guadagna nel 2016 l'undicesima posizione nel ranking internazionale, a un passo dall'assoluta eccellenza. La testata mantiene saldo il record italiano dei likers che passano da 2,2 milioni nel 2015 a 2,7 nel 2016 (+26%). L'engagement dialettico sviluppato con i propri lettori e la community de La Repubblica delle Idee si riconfermano fra i punti di forza di Repubblica e un aspetto interessante per il panorama dei quotidiani italiani. Completa l'offerta la presenza degli Instant Articles e l'adozione di emoji nei post più "informali".

Fra le altre testate italiane:

**La Stampa** conserva il proprio rating A e mantiene anche quest'anno il quindicesimo posto della classifica internazionale. La sua pagina Facebook si mantiene negli standard internazionali grazie all'engagement positivo del quotidiano premiato dai likers che nel 2016 si avvicinano al primo milione, raggiungendo quota 805 mila; erano 388 mila nel 2015.

**Il Fatto Quotidiano** si posiziona quest'anno al terzo posto della classifica nazionale di Innova et Bella, e al ventunesimo del ranking internazionale, con rating B+ guadagnando due posizioni rispetto al 2015. Sempre notevole il record mondiale conquistato dal quotidiano nel rapporto fra likers e copie diffuse:



raggiungendo 1,9 milioni di likers (erano 1,7 milioni nel 2015) vanta ben 54 likers per copia diffusa.

**Il Corriere della Sera** in questo anno, caratterizzato dal recente cambio di controllo societario, si colloca quarto nella classifica nazionale, e alla ventinovesima posizione del ranking internazionale, con rating B. La pagina Facebook del Corriere mantiene il taglio istituzionale con cui vengono tradizionalmente presentate le informazioni del quotidiano milanese. I likers salgono a 2,1 milioni; erano 1,8 milioni nel 2015.



## LA RICERCA I&B FACEBOOK TOP NEWSPAPERS 2016

### 4. La Classifica Internazionale.

Rank	NEWSPAPERS	RATING	Likers 2016	Likers 2015	Circulation 2016	Circulation 2015	
1.	The New York Times	AAA	11.433.043	9.637.257	2.237.707	2.134.150	US
2.	USA Today	AAA	4.824.550	3.145.338	3.866.618	4.139.380	US
3.	Bild	AA	1.996.960	1.753.857	1.997.319	2.220.875	DE
4.	The Wall Street Journal	AA	4.806.018	3.859.091	2.214.827	2.276.207	US
5.	El País	A	2.308.939	1.729.377	221.390	259.775	ES
6.	The Guardian	A	6.022.787	4.635.463	165.702	185.429	UK
7.	Le Parisien	A	2.283.384	1.864.505	215.006	229.638	FR
8.	The Washington Post	A	4.226.338	3.381.601	382.285	377.466	US
9.	Los Angeles Times	A	2.217.089	1.793.432	523.539	690.870	US
10.	Le Figaro	A	2.569.223	2.023.933	311.326	314.312	FR
11.	La Repubblica	A	2.759.628	2.185.594	229.000	248.588	IT
12.	Abc	A	701.136	500.088	107.801	128.660	ES
13.	The Dallas Morning News	A	267.613	188.177	405.778	413.744	US
14.	Financial Times	A	3.016.763	2.432.940	198.396	219.444	UK
15.	La Stampa	A	805.923	388.192	166.229	184.362	IT
16.	Marca	A	3.952.823	3.204.917	149.459	171.854	ES
17.	El Mundo	B+	1.546.212	1.175.806	126.369	149.684	ES
18.	The Telegraph	B+	3.442.640	2.382.703	490.800	494.675	UK
19.	Süddeutsche Zeitung	B+	527.625	358.661	363.285	374.538	DE
20.	Le Monde	B+	3.179.867	2.367.746	267.897	27.3111	FR
21.	Il Fatto Quotidiano	B+	1.906.318	1.700.093	35.331	37.842	IT
22.	La Vanguardia	B+	1.411.605	191.862	129.073	140.176	ES
23.	Chicago Tribune	B+	428.219	318.845	406.031	455.125	US
24.	L'Equipe	B+	2.557.349	1.892.914	223.675	234.774	FR
25.	Die Welt	B+	672.367	387.708	180.059	201.159	DE
26.	The Independent	B+	4.507.006	3.217.659	54.187	61.338	UK
27.	New York Post	B	2.811.994	1.963.047	424.721	497.878	US
28.	Journal Sud Ouest	B	194.666	149.550	252.584	261.566	FR
29.	Corriere della Sera	B	2.170.062	1.807.238	294.322	295.037	IT
30.	La Gazzetta dello Sport	B	1.912.933	1.629.993	162.987	173.970	IT
31.	Frankfurter Allgemeine Z	B	376.634	260.534	248.743	274.427	DE
32.	The Daily Mirror	B	2.129.152	1.719.263	778.650	922.235	UK
33.	New York Daily News	B	1.885.142	999.734	286.573	427.452	US
34.	La Voix du Nord	B	518.433	404.008	221.951	231.066	FR
35.	Libération	B	611.486	390.930	88.395	93.781	FR
36.	Il Giornale	B-	480.131	367.732	75.566	84.103	IT
37.	La Voz de Galicia	B-	443.738	356.920	72.377	75.104	ES
38.	Daily Mail	B-	4.699.483	2.757.337	1.544.084	1.688.727	UK
39.	El Periódico de Catalunya	B-	421.297	286.521	82.833	92.163	ES
40.	Le Progrès	B-	160.788	88.688	184.410	189.267	FR
41.	Journal Ouest France	B-	346.795	176.674	696.098	714.995	FR
42.	Daily Record	B-	294.211	133.926	172.699	203.725	UK
43.	Il Sole24ore	B-	632.946	552.613	152.117	171.010	IT

44.	Mitteldeutsche Zeitung	B-	64.730	41.640	178.900	187.192	DE
45.	Rheinische Post	B-	98.051	71.404	303.493	315.598	DE
46.	Houston Chronicle	B-	319.049	184.209	276.445	347.406	US
47.	Les Echos	B-	560.569	401.781	126.645	125.172	FR
48.	Il Messaggero	C	590.264	467.985	110.778	121.983	IT
49.	Daily Express	C	920.386	374.176	415.023	457.914	UK
50.	Sächsische Zeitung	C	51.871	37.315	226.446	234.774	DE
51.	Neue Westfälische	C	35.711	23.945	135.944	141.595	DE
52.	The Times	C	517.147	384.302	438.159	396.621	UK
53.	The Sun	C	2.285.084	1.821.461	1.716.768	1.978.702	UK
54.	Il Resto del Carlino	C	126.613	100.557	107.294	116.889	IT
55.	Westdeutsche Allgemeine Z	C	95.500	71.405	391.154	417.991	DE
56.	El Correo	C	68.205	33.772	72.956	77.237	ES
57.	La Razón	C	237.355	165.144	80.108	81.449	ES
58.	L'Unità	C	258.360	256.158	-	-	IT
59.	Hamburger Abendblatt	C	70.245	45.807	183.088	192.426	DE
60.	La Nueva España	C	191.785	139.044	43.838	46.183	ES
<b>TOTALE GLOBALI 2016</b>			<b>100.952.241</b>	<b>75.382.572</b>	<b>26.215.238</b>	<b>28.252.814</b>	

## Note

*La Ricerca è stata chiusa il primo agosto 2016.*

*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 2016.*

*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 2016 sono stati rilevati sulle pagine Facebook il 30 giugno 2016*

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

*I dati 2016 relativi alla diffusione della stampa italiana sono stati rilevati per il mese di Marzo 2016 fonte Ads.*

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

*I dati 2016 relativi alla diffusione della stampa estera sono stati rilevati nel primo trimestre 2016 su siti certificati; i dati US rilevati nel primo trimestre 2016, fonte ufficiale AAM.*

*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.*

*\* Per L'Unità non è stato possibile rilevare dati ufficiali di diffusione poiché non iscritta ad Ads.*

*\* Il quotidiano The Independent ha cessato l'edizione stampata in aprile 2016.*

## 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 con particolare focus sull'uso degli Instant Articles.
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.*

## **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.

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

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

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

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

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

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

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

Complessivamente il campione di 60 testate considerato dalla Ricerca I&B rappresenta su Facebook al 30 giugno 2016 oltre 100 milioni di likers, con una crescita di oltre 25 milioni rispetto ai 75,3 milioni di likers registrati nella Ricerca I&B nel 2015.

Il dato di crescita sul social network si confronta nel 2016 con una diffusione media giornaliera di 26,2 milioni di copie; trend in calo rispetto al 2015 in cui si registravano 28,2 milioni di copie.

## 8. Le Avvertenze.

*Questa Ricerca è stata sviluppata per il settimo 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](http://www.i-b.com).*

*Per segnalazioni, errori o refusi, relative ai testi della presente Ricerca si prega contattare il Team di Analisti all'indirizzo [info@i-b.com](mailto:info@i-b.com) citando in oggetto: Facebook Top Newspapers 2016.*