

2021

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 2021**
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
19 Maggio 2021

Chiusura Analisi
21 Febbraio 2021

Market Data Facebook
30 Novembre 2020

Market Data Circulation
31 Dicembre 2020

1. La Sintesi della Ricerca di Innova et Bella 2021

La Ricerca di Innova et Bella sulle strategie Facebook delle principali 60 testate giornalistiche europee e statunitensi compie dieci anni e per il decimo anno consecutivo registra la diminuzione costante della diffusione dei quotidiani e la contemporanea crescita dei corrispondenti likers sul popolare social network.

In estrema sintesi il campione dei 60 quotidiani vede ridursi in dieci anni la propria diffusione giornaliera dalle 30,7 milioni di copie totali nel 2011 alle 19,7 milioni attuali. Oltre 10 milioni di copie giornaliere perse in dieci anni. 4 miliardi le copie perdute su base annuale. Contemporaneamente il numero dei corrispondenti likers delle stesse testate aumenta dai 4,7 milioni iniziali registrati nel 2011 agli oltre 157 milioni attuali, moltiplicandosi di trenta volte in dieci anni.

La riduzione delle diffusioni si è ulteriormente accentuata nell'ultimo anno, la diffusione giornaliera registrata dal campione è scesa dai 22,3 milioni registrati nel 2019 ai 19,7 milioni attuali.

La crescita dei likers Facebook sulle pagine degli stessi quotidiani è parallelamente continuata. Erano 151 milioni nel 2019 e sono diventati 157 milioni nel 2020, aumentando di 6 milioni.

I leader della Classifica Internazionale 2021 di Innova et Bella, che considera le best practices delle testate giornalistiche osservate sul social network, sono: The New York Times, El País, The Washington Post, Le Parisien e Daily Mail.

Al primo posto della Classifica Italiana 2021 si conferma invece il Fatto Quotidiano (sedicesimo nel ranking internazionale). Al secondo posto tra le testate del nostro Paese il Sole 24 Ore, La Repubblica segue in terza posizione precedendo il Corriere della Sera e La Gazzetta dello Sport.

Il Fatto Quotidiano rafforza inoltre il suo primato internazionale nello specifico indicatore di socialità diffusa, registrando una media di 88 likers per copia diffusa. Seguono sul podio il Sole 24 Ore con 20 likers per copia e La Repubblica con 32 likers per copia diffusa.

Permangono confermate le raccomandazioni strategiche di Innova et Bella al top management delle imprese editoriali. La sfida competitiva più importante è far comprendere alle proprie risorse umane la necessità di un cambiamento culturale. Le direzioni delle imprese editoriali devono promuovere il cambio di paradigma: il loro orgoglioso mestiere di produttori di cultura deve mutarsi in un

più efficiente mestiere di investimento in processi di conoscenza e di condivisione digitale, mobile e sociale. Il focus di tutte le risorse umane deve concentrarsi sullo sviluppo di un'offerta che non è più riconducibile al solo prodotto culturale, ma deve comprendere l'intero sistema di offerta di brand, relazione, prodotto e servizio, digitale, mobile e sociale.

E' davvero sempre più difficile giustificare come da oltre dieci anni le imprese editoriali si ostinino a pensare di potersi sviluppare con i soli processi di ristrutturazione e riduzione costi di un modello di business tradizionale non più competitivo. Eppure già dieci anni fa, la prima edizione della Ricerca I&B Facebook Top Newspapers 2011 poneva in luce come le big tech e tutti i brand da loro serviti fossero già capaci di comprendere, tracciare e confezionare i contenuti personalizzati sui bisogni di conoscenza di ogni singolo utente.

In uno scenario decennale in cui i quotidiani sembrano serenamente continuare a perdere le loro battaglie per conquistare il tempo dei lettori, le dure raccomandazioni strategiche di Innova et Bella al top management delle imprese editoriali sono così destinate a rimanere le stesse.

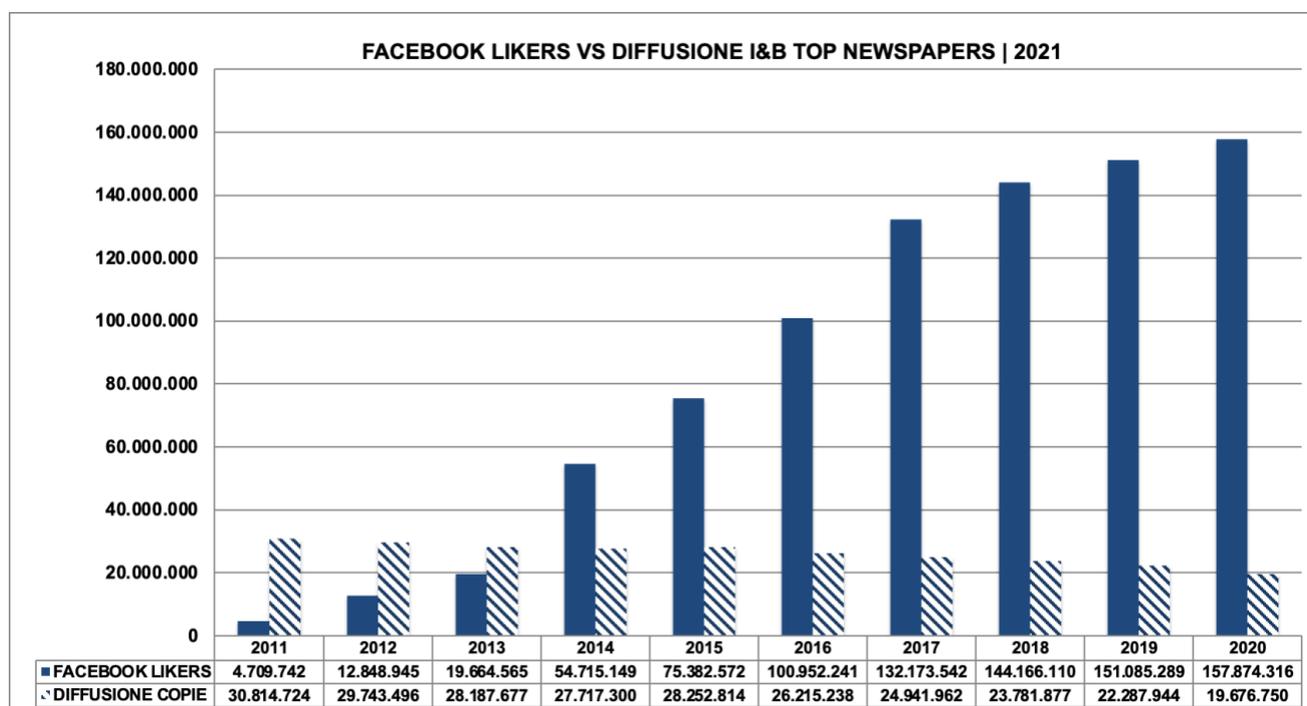
- 1. Brand Management. Sviluppare l'offerta di brand, relazione, prodotto e servizio: il primo motivo per cui un lettore decide di comprare le notizie da una fonte è l'essere certo che la fonte lo conosca bene.**
- 2. Innovation Management. Ricercare e sviluppare progetti di social branding per ogni singolo prodotto editoriale: la frase "the user is the content" che Marshall McLuhan ha pronunciato nel 1976 è più che mai vera.**
- 3. Big Data, Machine Learning 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 saper gestire i big data delle preferenze digitali, mobili e sociali di ogni lettore.**
- 4. Competitive Intelligence. Sviluppare sistemi di analisi competitiva per potenziare le strategie di leadership della propria offerta di relazioni, prodotti e servizi editoriali su un universo di concorrenti in lotta per le stesse quote di tempo degli stessi utenti.**
- 5. Education, Education & Education. Formare, formare e formare giornalisti e manager: è necessario educare 24/7 le risorse umane al cambiamento culturale richiesto.**

L'alternativa? Sempre la stessa: rimanere autoreferenziali e prepararsi a un altro anno di ulteriore declino. Sarebbe l'undicesimo.

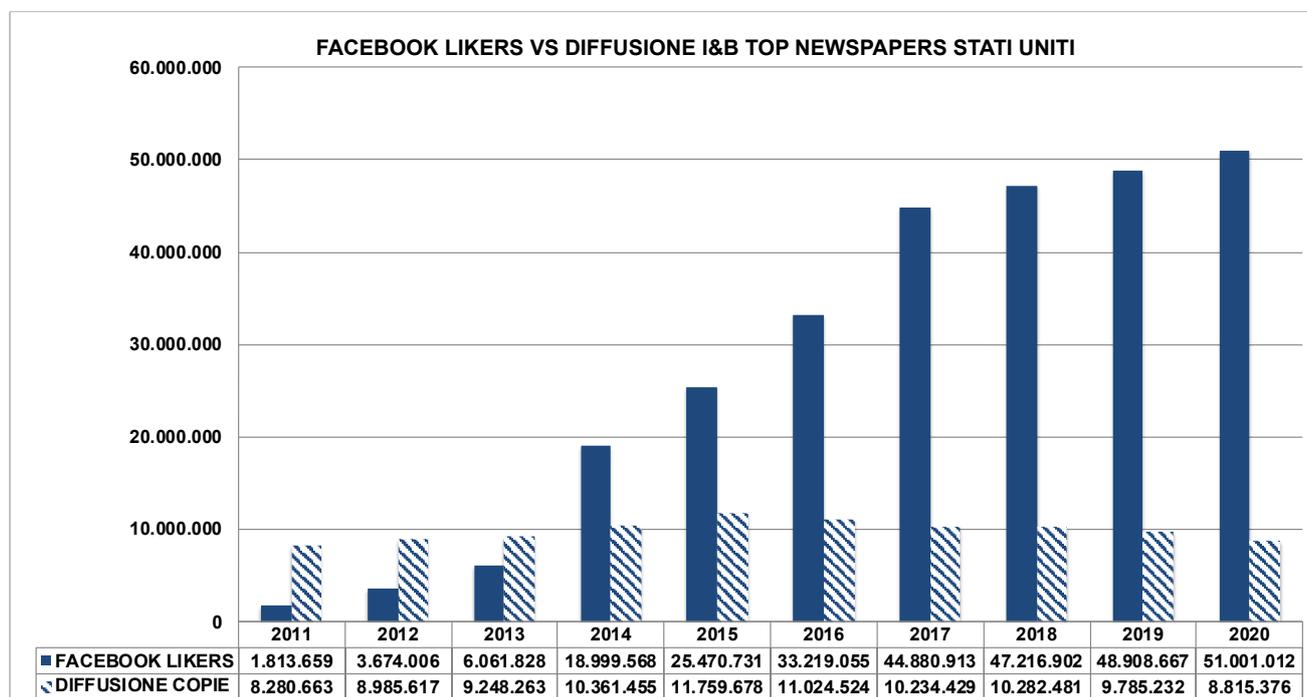
Milano, 19 maggio 2021

2. I Dati per Nazione

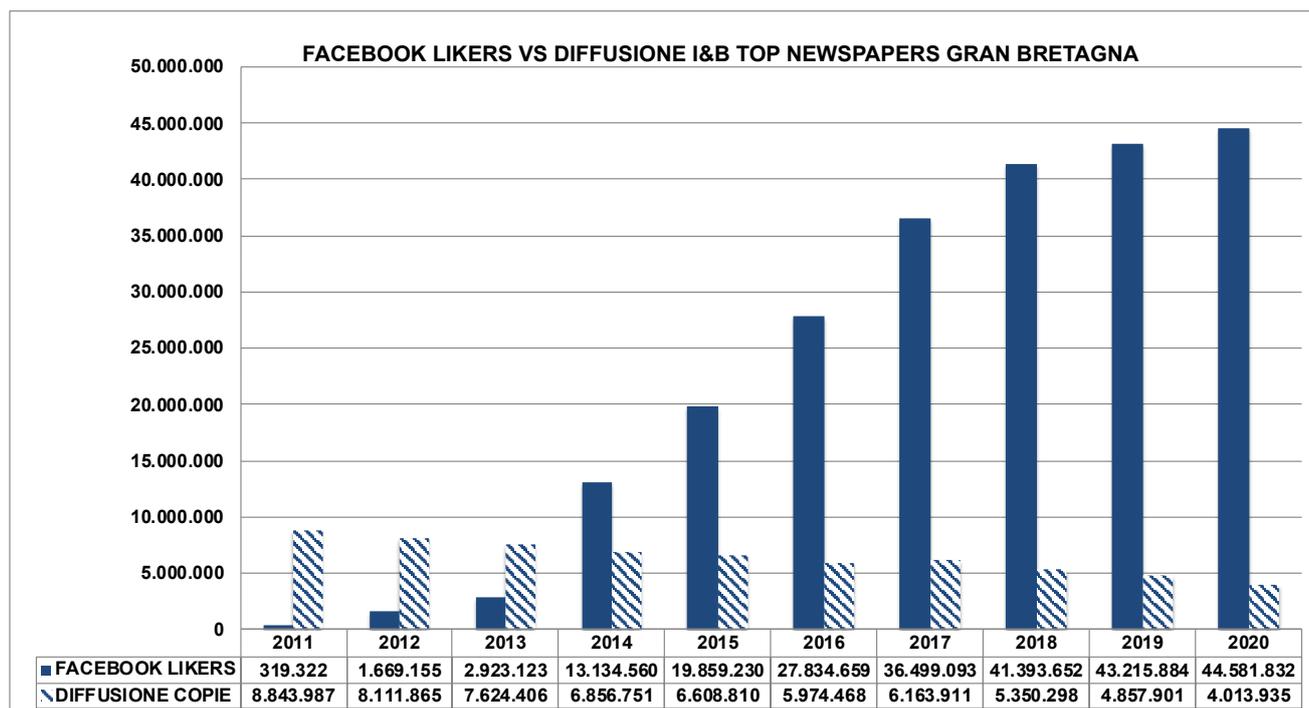
Il campione posto sotto osservazione, per dieci anni consecutivi, comprende i principali 60 giornali quotidiani nazionali stampati in Europa e Usa, considerando: Stati Uniti, Gran Bretagna, Spagna, Francia, Italia e Germania. Nell'ultimo anno si assiste ad un incremento di oltre 6 milioni di nuovi likers globalmente conquistati, con un rallentamento della crescita rispetto agli anni precedenti (l'incremento era stato di 7 milioni nel 2019 e 12 milioni nel 2018). L'insieme delle testate considerate supera i 157,8 milioni di likers sulle proprie pagine Facebook, a fronte di una diffusione media di 19,6 milioni di copie.



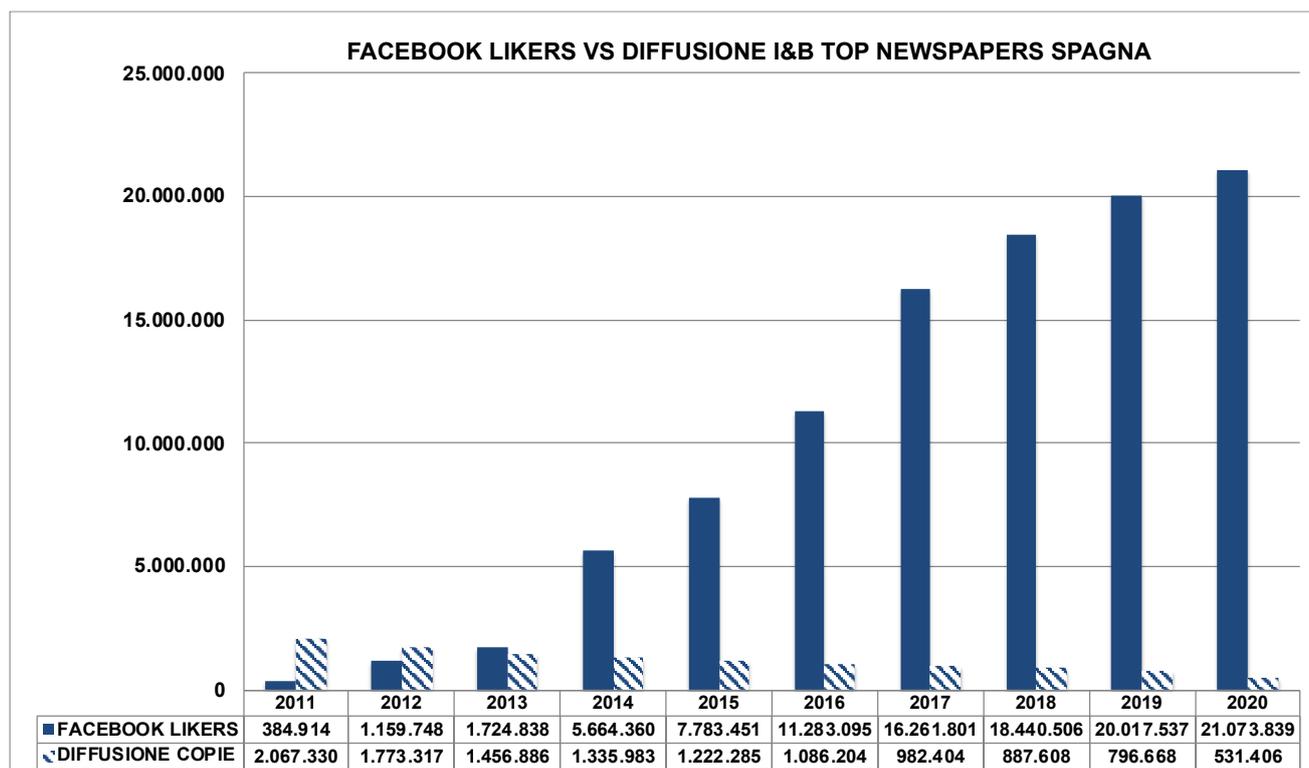
Us. Gli Usa conservano il primato dei sostenitori Facebook e registrano nel 2020 il maggior incremento a livello globale, più 2 milioni, arrivando a 51 milioni di likers totali, erano 48,9 milioni nel 2019, a fronte di una diffusione di 8,8 milioni di copie, che registra un'inflexione negativa pari a circa 900 mila copie rispetto ai 9,8 milioni del 2019. Per i quotidiani statunitensi continua anche nel 2020 il fenomeno del rallentamento della crescita dei likers Facebook: 2 milioni di sostenitori sono leggermente al di sopra dell'incremento registrato nel 2019, di 1,7 milioni di likers, ma sempre lontanissimo dall'incremento registrato nel 2017: più 11,7 milioni di iscritti in un anno.



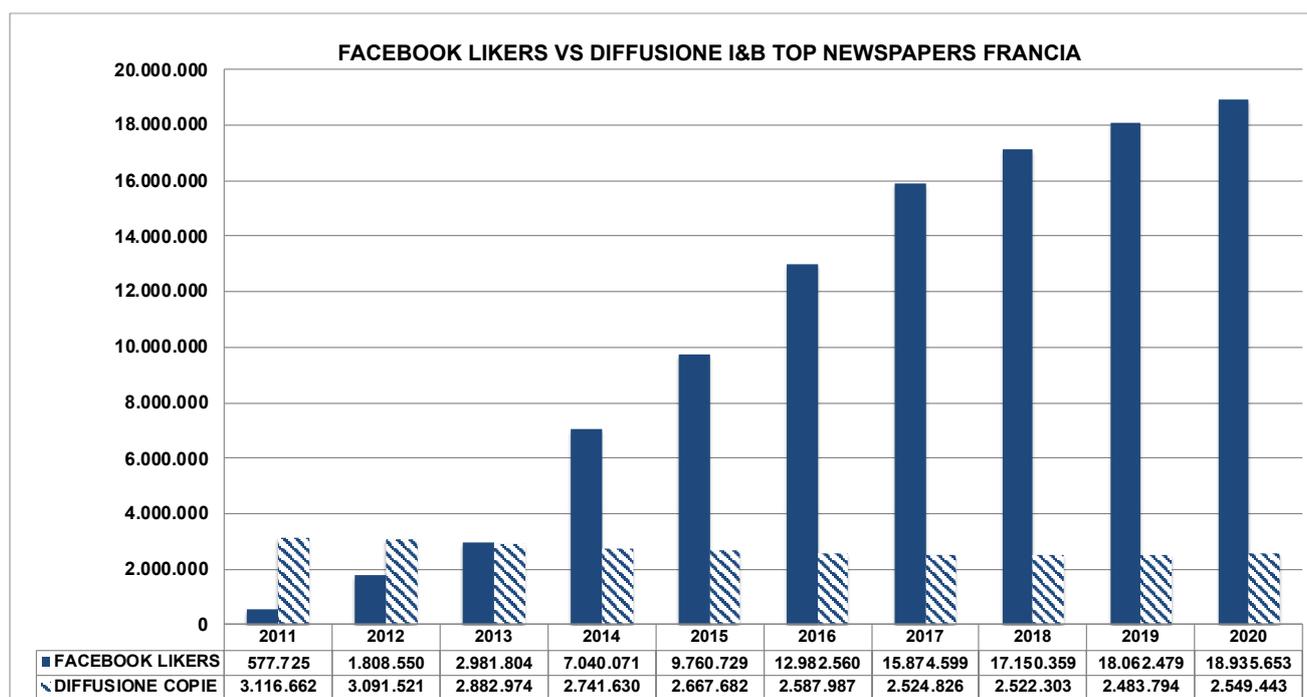
Gb. I quotidiani britannici restano al secondo posto per numero di likers, nonostante registrino anch'essi un rallentamento della crescita: sono 44,6 milioni nel 2020, con un aumento di oltre 1 milione rispetto all'anno precedente, erano 43,2 milioni nel 2019. La diffusione ancora in calo perde quasi un milione di copie, portandosi a 4 milioni, erano 4,9 milioni di copie nel 2019.



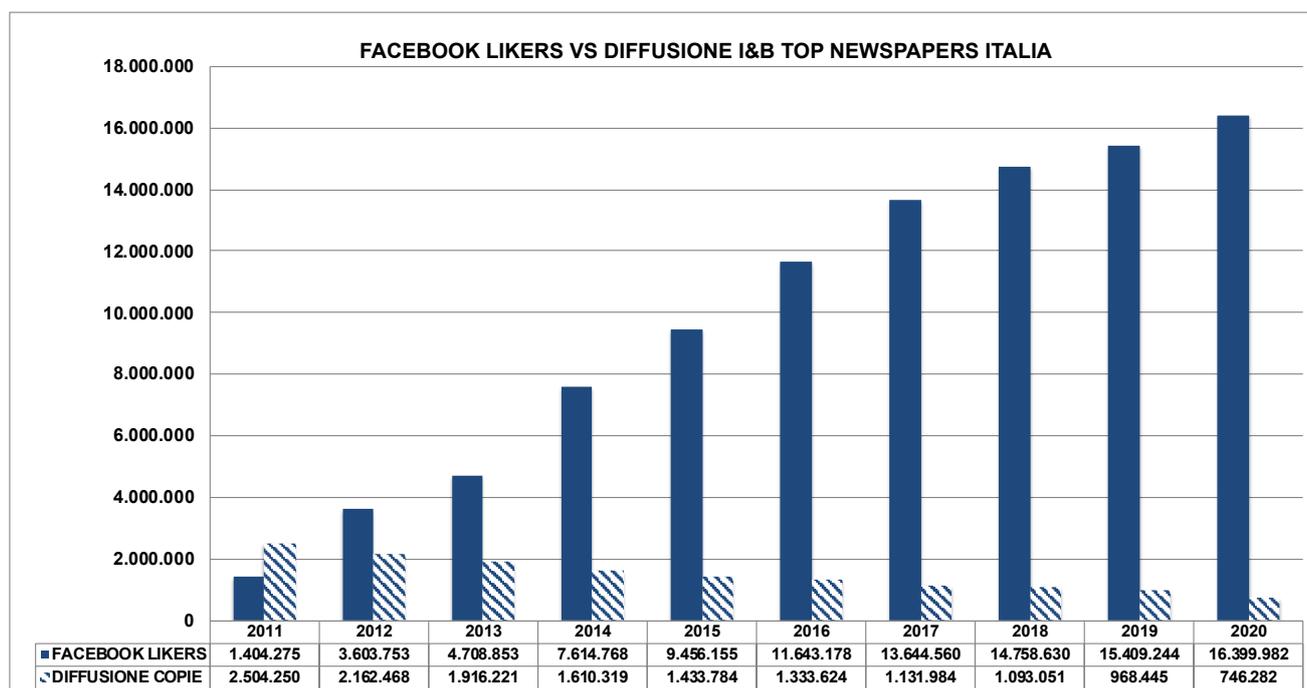
Es. Per i quotidiani spagnoli si registra l'incremento di 1 milione di likers nel 2020: sono 21 milioni, erano 20 milioni nel 2019 – conservato il terzo posto della Classifica Internazionale per numero di likers. Le copie diffuse subiscono però un ulteriore calo: 531 mila copie nel 2020, erano 797 mila l'anno precedente.



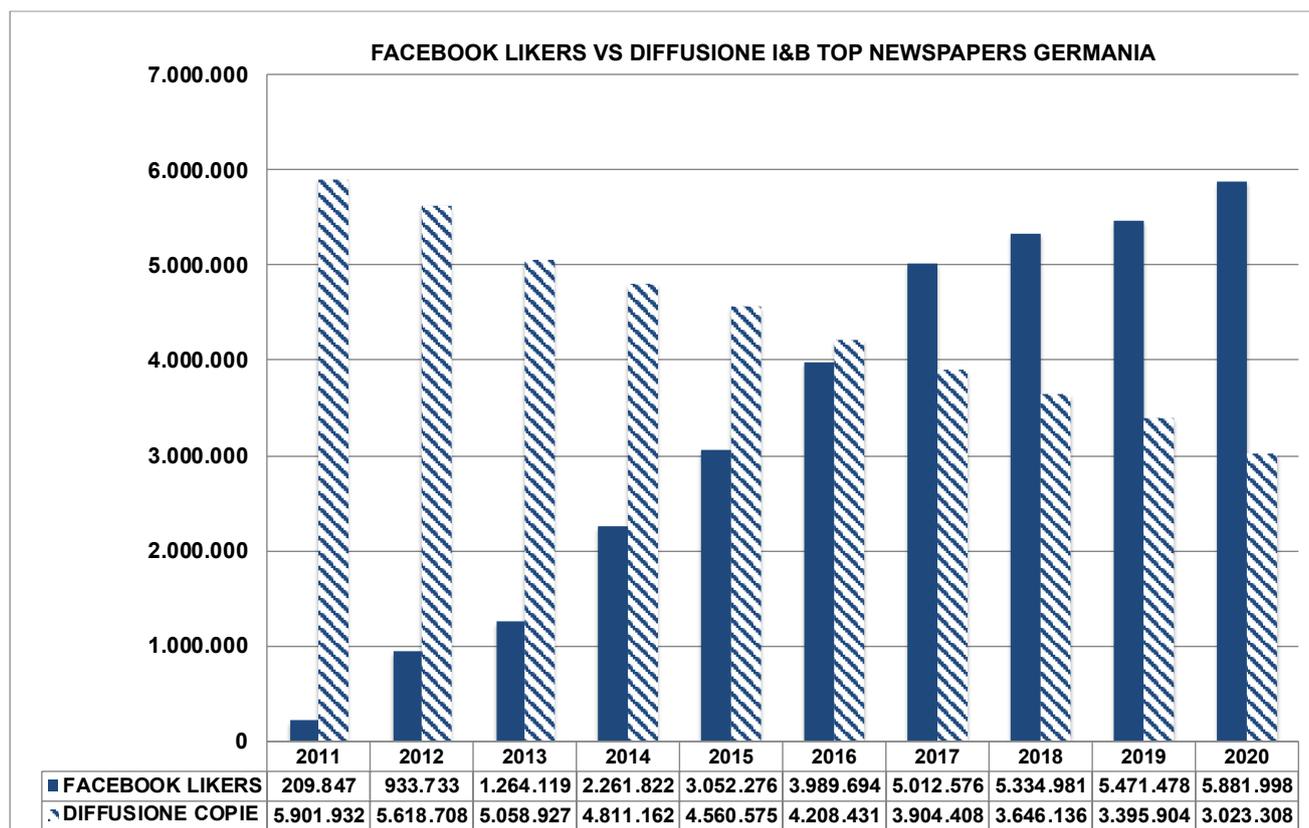
Fr. I quotidiani francesi al quarto posto nella Classifica Internazionale per numero di likers: sono 18,9 milioni nel 2020, con un incremento di 900 mila sostenitori, rispetto ai 18 milioni registrati nel 2019. Per la Francia si rileva un fenomeno in controtendenza relativo alle copie diffuse che mostrano un esiguo aumento rispetto all'anno precedente, sono 2,55 milioni verso i 2,48 del 2019.



It. Le testate giornalistiche italiane si riconfermano al quinto posto della classifica globale per numero di likers Facebook, sono 16,4 milioni quelli registrati nel 2020, erano 15,4 milioni i likers l'anno precedente: un aumento di circa 1 milione di unità. Anche il nostro Paese risente del fenomeno globale di rallentamento della crescita dei likers su Facebook. Ulteriore discesa per le copie diffuse: nel 2019 abbiamo assistito per la prima volta al valore di diffusione al di sotto del milione di copie totali (968 mila) ma, nel 2020 il quadro si contrae maggiormente registrando un valore totale ancora più basso per i quotidiani analizzati: 746 mila copie diffuse.



De. La Germania segna anch'essa una leggera crescita dei likers Facebook, portandosi a 5,9 milioni di sostenitori in totale, erano 5,5 milioni l'anno precedente; le testate giornalistiche tedesche restano all'ultimo posto della Classifica Internazionale per numero di likers – ancora al di sotto dei 10 milioni. La diffusione è in calo: 3 milioni di copie diffuse nel 2020 verso i 3,4 milioni di copie del 2019.



3. I Migliori Quotidiani su Facebook

Il New York Times, per il settimo anno consecutivo, si mantiene alla guida della Classifica Internazionale stilata dall'Osservatorio di I&B con rating AAA. Si consolidano sul podio anche lo spagnolo El País che conserva il secondo posto e The Washington Post in terza posizione.

Il New York Times è al vertice della Classifica Internazionale dei quotidiani su Facebook, stilata dall'Osservatorio di Innova et Bella, per il settimo anno consecutivo. Il quotidiano mantiene la leadership e il punteggio tripla A, NYT rappresenta, anche nel 2020, l'eccellenza e il punto di riferimento per le migliori pratiche di relazione e di engagement sul social network. La valenza digitale del nuovo millennio si misura, mai come quest'anno, sulle attività "online" e NYT dimostra di essere all'altezza della situazione presentando contenuti multimediali estremamente curati e dedicati, tenendo conto dell'eterogenità dei suoi follower su Facebook e integrando il più possibile l'offerta digitale per la community con gli altri canali social, di cui Instagram in particolare, seguito da oltre 12 milioni di follower, raddoppiati rispetto al 2019: erano 6,3 milioni. Si evidenzia inoltre, un ampio seguito sul canale Twitter del giornale che registra oltre 49 milioni di follower. Stories, Live video, la proposta di tematiche specifiche, sia attraverso pagine Facebook dedicate che appuntamenti giornalieri: eventi del giorno costituiscono per NYT una fonte di interazione sempre più stretta con i giornalisti, gli opinionisti, gli influencer, gli esperti di settore e la community, tanto da fare della pagina Facebook, strettamente connessa agli altri social del brand, un modello di riferimento internazionale. La crescita dei likers Facebook si assesta nel 2020 a più 4,5% rispetto al 2019, portandosi a 17,5 milioni contro i 16,8 registrati l'anno prima; erano 15,9 milioni nel 2018 e 14,2 milioni nel 2017 anno in cui si registrò un incremento del 24% rispetto al 2016.

El País conserva la posizione conquistata nel 2019 e resta al secondo posto della Classifica Internazionale con rating AAA. El País punta sulla valorizzazione dell'engagement attraverso la qualità dei contenuti multimediali, in particolare dirette video, "stories" e appuntamenti tematici con i giornalisti e gli opinionisti, offerta arricchita da rubriche tematiche, sezioni dedicate e costante esortazione a partecipare al dialogo. Sono presenti post tradotti automaticamente in lingua inglese e italiana; alta l'integrazione con gli altri canali social, in particolare Instagram (1,1 milioni di follower), Twitter (7,9 milioni di follower) e Youtube. Resta nel 2020 la consuetudine di mettere in evidenza, nella pagina dedicata alla Community, i likers più attivi per commenti like e contributi al dialogo. Nel 2020 El País registra un totale di 5,3 milioni di sostenitori della pagina Facebook; erano 4,9 milioni nel 2019 e 4,3 milioni nel 2018.

The Washington Post al terzo posto nella Classifica Internazionale, conserva il rating AA guadagnato nel 2018. Stories, live streaming video per incoraggiare la partecipazione diretta al dialogo con personaggi della scena pubblica, storytelling supportato anche da podcast tematici e alta ricettività nella moderazione dei dialoghi da parte della redazione Facebook nei commenti ai post, rappresentano le migliori pratiche di relazione analizzate per The Washington Post sulla piattaforma social. Ottima l'integrazione con gli altri canali: Instagram (4,5 milioni i follower, raddoppiati rispetto al 2019) Twitter (17,4 milioni di follower)

e Snapchat (2,3 milioni di sostenitori). Anche The Washington Post mantiene, secondo la tendenza riscontrata nel 2019, la sezione Fan più attivi nella pagina dedicata alla Community, mettendo in risalto gli utenti più partecipativi. La crescita dei follower Facebook della testata statunitense registra, anche quest'anno, una tendenza al rallentamento: sono 6,5 milioni i sostenitori verso i 6,3 milioni dell'anno precedente, erano 6,2 milioni nel 2018.

Sale al quarto posto **Le Parisien**, in quinta posizione lo scorso anno, acquistando nel 2020 il rating AA. Le Parisien fonda la propria offerta di relazione sulla partecipazione e l'engagement degli utenti attraverso il sapiente utilizzo dei contenuti multimediali, in particolare video stories e video series "a puntate" con tematiche specifiche: dal food allo sport, dalla politica all'entertainment; interviste e testimonianze. I post sono, in generale, automaticamente tradotti in italiano o inglese e l'accesso alla consultazione degli articoli e delle news, con link diretto alla pagina web del giornale, è libero. I fan più attivi sono messi in evidenza nella pagina dedicata alla community. Le Parisien consta oggi di 3,4 milioni di likers, registrando un incremento di circa il 5% rispetto al 2019.

Il **Daily Mail** scala la classifica e si posiziona al quinto posto nel 2020, con rating A; era al nono posto nel 2019. Ancora una volta, l'arricchimento delle pratiche di relazione rivolte ad aumentare la partecipazione e l'engagement, si rivela premiante per il tabloid inglese. La sezione "Send us your videos" si arricchisce e l'offerta di relazione si amplia con dirette video, stories e un'efficace integrazione con gli altri canali social, in particolare Twitter (la pagina principale del social consta di oltre 2,6 milioni di seguaci) e la pagina Pinterest (1,9 milioni di follower) del quotidiano. Si rileva anche la presenza di Gruppi, molto seguiti dalla community, in particolare uno a tema ethnic food che vanta oltre 500 mila follower. Nella sezione Community, sempre in evidenza i fan più attivi della pagina. Daily Mail raggiunge oltre 16,6 milioni di likers nel 2020, secondo solo al New York Times per numero di sostenitori. Erano 16,1 milioni nel 2019 e 14,8 milioni nel 2018.

USA Today sale di una posizione e si piazza al sesto posto della classifica globale nel 2020, sempre con rating A. USA Today segna nel 2020 una crescita positiva del numero di sostenitori della pagina Facebook, sono 8,3 milioni verso gli 8 del 2019, più 4,5% circa; mentre si registra un decremento della diffusione: 2,4 milioni di copie contro 2,6 dell'anno precedente. Le migliori pratiche di relazione rilevate per USA Today, fanno leva sull'offerta tematica: USA Today Opinion, dove gli utenti sono incoraggiati a rilasciare testimonianze e punti di vista su diversi temi di attualità, politica, società. La creazione di hashtag dedicati ad argomenti specifici, classifiche, post sponsorizzati, come per l'evento sportivo made in Usa per eccellenza, il Superbowl, contribuiscono a convogliare sulla pagina Facebook del quotidiano un alto numero di conversazioni. Buona l'integrazione con gli altri canali social, Instagram (2,1 milioni di follower) e Twitter (4,2 milioni di sostenitori).

Al settimo posto della Classifica Internazionale **Le Figaro** che scala tre posizioni, era al decimo posto nel 2019. Migliora l'offerta di relazione del quotidiano francese che punta sempre a mantenere alto l'engagement e la conversazione, con la proposta di live video, stories, rubriche e testimonianze di carattere sociale. Ampia l'integrazione con gli altri canali social, Twitter (3,3 milioni i follower) e Instagram. Sempre in evidenza, i fan più attivi della community. I sostenitori della pagina Facebook di Le Figaro, continuano a registrare un incremento, seppur esiguo: più 2% nel 2020, assestandosi a 3,22 milioni, erano 3,16 milioni nel 2019 e 3,12 milioni nel 2018.

Bild scende in ottava posizione, era al quarto posto l'anno precedente. Seppur il principale quotidiano a livello nazionale, Bild registra un leggero calo qualitativo nell'offerta di relazione nel 2020: si assiste ad un accesso limitato alla lettura delle news passando dalla pagina Facebook al sito web del quotidiano, tendenza per altro riscontrata anche per altre testate internazionali. Le pratiche di relazione, di Bild, rimangono tuttavia di alto standard; la partecipazione e l'interazione degli utenti con la redazione e i singoli giornalisti è incentivata e supportata da un'ampia offerta tematica, che comprende pagine locali. I post Facebook sono di frequente tradotti automaticamente in lingua italiana e inglese e la proposta di contenuti multimediali, stories, live video ecc. è ampia e supportata dall'integrazione con il canale YouTube. Nel 2020 Bild registra un esiguo incremento dei sostenitori della pagina Facebook, 2,54 milioni di likers, erano 2,51 milioni nel 2019 e 2,48 milioni nel 2018.

The Guardian, si posiziona al nono posto della top ten internazionale, in discesa dal sesto posto del 2019, il quotidiano britannico conserva però il rating A. Aree tematiche ed eventi online sempre aggiornati, presenza di contenuti multimediali come Featured Videos a temi educational, rappresentano i punti di forza delle pratiche relazionali di The Guardian su Facebook. The Guardian presenta anche un calendario eventi online aggiornato e nella pagina della Community mette in evidenza i fan più attivi. Nel 2020 i likers di The Guardian sono 8,4 milioni, con un incremento del 3% rispetto al 2019 in cui si contavano 8,2 milioni di sostenitori, erano 8 milioni nel 2018.

Al decimo posto fa il suo ingresso nella top ten internazionale il quotidiano sportivo **Marca**. La testata spagnola guadagna una posizione nella classifica, con ranking A; era all'undicesimo posto nel 2019. La pagina Facebook di Marca, nel 2020, si caratterizza per una forte integrazione con tutti i principali canali social del quotidiano: Instagram (2,5 milioni di iscritti), Twitter (5,4 milioni di follower), YouTube e LinkedIn, offrendo ai propri sostenitori un accesso diretto a tutte le piattaforme del brand. Possibilità di interazione con la redazione e i giornalisti, richiesta di pareri e recensioni agli utenti, classifiche e preferenze dei fan, costituiscono le principali pratiche di relazione che Marca utilizza per incoraggiare la conversazione e l'engagement della community. I contenuti multimediali appaiono altrettanto validi, in particolare i video, che il quotidiano suddivide in aree tematiche, compreso un programma di video gioco "Marca Gaming Show". I likers del quotidiano sono 4,8 milioni nel 2020, erano 4,7 milioni nel 2019 e 4,6 milioni nel 2018.

Le testate italiane:

Il Fatto Quotidiano resta il primo quotidiano italiano a comparire nella Classifica Internazionale; perde quattro posizioni nel 2020, dal dodicesimo passa al sedicesimo posto, mantenendo comunque il rating A.

Punto di forza della pagina Facebook del quotidiano rimane il dialogo e l'elevata possibilità di interazione degli utenti con i giornalisti e gli opinionisti della testata. Anche nel 2020, Il Fatto si riconferma leader internazionale di socialità: 88 likers per copia diffusa (rapporto likers/diffusione); era 81 il numero di likers Facebook per ogni copia diffusa nel 2019 e 61 nel 2018. I follower della pagina Facebook del Fatto crescono di circa il 3% rispetto all'anno precedente e si assestano a 2,4 milioni di sostenitori; erano 2,3 nel 2019.

Il Sole24ore si posiziona quest'anno al secondo posto della Classifica Italiana, diciottesimo nella Classifica Internazionale. La pagina Facebook del quotidiano economico risulta migliorata negli standard qualitativi: calendario eventi online aggiornato, integrazione con gli altri canali social, in particolare Twitter (1,5 milioni di follower), contenuti multimediali tematici e accesso libero ai contenuti. Il Sole24ore registra, in termini di likers, un aumento di oltre il 16,5% superando nel 2020 il milione di sostenitori; erano 905 mila nel 2019. Il ranking internazionale rimane B+ ma la risalita dal ventiquattresimo posto dello scorso anno è notevole.

La Repubblica si posiziona quest'anno al ventesimo posto della Classifica Internazionale perdendo sei posizioni rispetto al 2019, con conseguente abbassamento del rating a B+; è al terzo posto della classifica nazionale. La Repubblica rimane in Italia il primo quotidiano per numero di likers sulla pagina Facebook, 3,9 milioni, erano 3,8 milioni nel 2019. Le pratiche relazionali del quotidiano sul social si caratterizzano per il permanere dell'area tematica "La Repubblica delle Idee", l'integrazione con gli altri canali social, in particolare Twitter (oltre 3 milioni di follower) e Instagram (1,3 milioni di iscritti) e la presenza di video, stories e spunti tematici contraddistinti da hashtag dedicati che offrono agli utenti occasioni di partecipazione ed engagement. Si nota quest'anno la tendenza all'accesso limitato alla fruizione delle news passando dalla pagina Facebook al sito web del quotidiano, con contenuti aperti per lo più riservati agli abbonati.

Il Corriere della Sera è il quarto quotidiano su Facebook in Italia e ventiduesimo nella Classifica Internazionale con rating B+; perde tre posizioni rispetto all'anno precedente. Le principali pratiche di relazione della pagina Facebook de Il Corriere della Sera sono caratterizzate da una buona offerta di contenuti multimediali: dirette video, stories e l'integrazione con gli altri canali social, Twitter (2,3 milioni di follower) e Instagram (954 mila iscritti).

Anche nel caso del Corriere, si nota l'accesso limitato alla fruizione delle news per gli approfondimenti. I sostenitori Facebook del Corriere sono 2,9 milioni nel 2020, erano 2,6 milioni nel 2019.



La Gazzetta dello Sport quinto quotidiano nazionale e ventitreesimo nella classifica mondiale con rating B+. Il quotidiano sportivo nazionale registra una leggera crescita dei likers nel 2020, che passano a 2,17 milioni verso i 2,16 nel 2019; per contro si assiste a una forte contrazione delle copie diffuse – come per tutte le testate si notano gli effetti della pandemia – che passano da 135 mila copie nel 2019 a 74 mila copie nel 2020.

4. La Classifica Internazionale

Rank	NEWSPAPERS	RATING	Likers 2020	Likers 2019	Circulation 2020	Circulation 2019	
1.	The New York Times	AAA	17.546.208	16.783.367	2.382.848	2.662.400	US
2.	El País	AAA	5.281.159	4.872.184	70.674	137.552	ES
3.	The Washington Post	AA	6.541.062	6.274.873	218.534	258.932	US
4.	Le Parisien	AA	3.373.771	3.215.153	187.148	193.428	FR
5.	Daily Mail	A	16.580.717	16.080.105	998.047	1.186.689	GB
6.	USA Today	A	8.318.960	7.954.241	2.355.991	2.632.392	US
7.	Le Figaro	A	3.220.249	3.161.792	344.355	309.492	FR
8.	Bild	A	2.539.204	2.509.204	1.208.664	1.480.314	DE
9.	The Guardian	A	8.438.979	8.165.002	114.168	134.443	GB
10.	Marca	A	4.838.566	4.727.812	81.968	118.623	ES
11.	Financial Times	A	4.016.887	3.876.562	105.358	174.224	GB
12.	Le Monde	A	4.634.986	4.378.091	419.045	288.435	FR
13.	Los Angeles Times	A	2.892.189	2.754.141	412.712	433.050	US
14.	The Daily Mirror	A	3.211.539	3.122.612	381.146	497.699	GB
15.	Chicago Tribune	A	611.197	584.913	258.811	238.103	US
16.	Il Fatto Quotidiano	A	2.391.640	2.325.308	26.936	28.651	IT
17.	La Vanguardia	B+	4.342.679	4.189.522	66.160	96.345	ES
18.	Il Sole24ore	B+	1.055.861	905.028	53.604	72.610	IT
19.	The Wall Street Journal	B+	6.568.982	6.347.618	2.362.800	2.640.000	US
20.	La Repubblica	B+	3.915.903	3.766.069	121.562	153.491	IT
21.	Times	B+	825.168	818.788	365.880	405.013	GB
22.	Corriere della Sera	B+	2.889.895	2.618.274	169.410	201.452	IT
23.	La Gazzetta dello Sport	B+	2.176.588	2.165.177	73.550	134.644	IT
24.	The Telegraph	B+	4.459.140	4.452.778	270.651	342.596	GB
25.	Süddeutsche Zeitung	B+	777.939	752.376	309.530	323.797	DE
26.	The Dallas Morning News	B+	483.113	449.678	133.766	175.902	US
27.	New York Post	B	4.298.461	4.182.346	410.760	428.238	US
28.	La Voix du Nord	B	702.882	663.481	190.689	200.987	FR
29.	El Mundo	B	2.599.262	2.374.332	42.747	89.580	ES
30.	Die Welt	B	1.055.847	997.672	76.224	119.101	DE
31.	L'Equipe	B	3.969.228	3.758.793	206.088	249.875	FR
32.	Abc	B	1.589.992	1.521.799	52.270	74.271	ES
33.	Journal Sud Ouest	B	338.352	314.819	209.260	230.160	FR
34.	Il Messaggero	B	1.207.956	1.018.544	55.257	82.384	IT
35.	Les Echos	B	846.340	824.949	134.218	129.089	FR
36.	La Stampa	B-	1.354.521	1.298.769	89.405	116.600	IT
37.	Houston Chronicle	B-	483.483	482.701	146.222	155.152	US
38.	Sächsische Zeitung	B-	81.885	74.094	220.433	199.644	DE
39.	Il Giornale	B-	693.612	659.317	44.307	45.684	IT
40.	Handelsblatt	B-	292.550	61.048	138.260	122.835	DE
41.	Il Resto del Carlino	B-	199.794	178.974	74.657	88.680	IT
42.	Frankfurter Allgemeine Z	B-	561.550	537.515	214.602	227.967	DE
43.	New York Daily News	B-	3.257.357	3.094.789	132.932	161.063	US
44.	Westdeutsche Allgemeine Z	B-	140.516	132.138	285.145	314.073	DE
45.	Journal Ouest France	B-	704.181	627.210	626.439	648.485	FR
46.	Daily Star	B-	1.696.047	1.661.578	229.752	326.360	GB
47.	La Voz de Galicia	B-	774.916	743.863	67.554	61.868	ES

48.	Libération	C	920.023	887.652	78.892	67.238	FR
49.	Mitteldeutsche Zeitung	C	133.381	120.268	149.698	158.235	DE
50.	Le Progrès	C	225.641	230.539	153.309	166.605	FR
51.	El Periódico	C	822.568	795.634	34.631	60.870	ES
52.	Hamburger Abendblatt	C	126.821	124.096	147.877	163.187	DE
53.	El Correo	C	115.982	106.948	39.765	57.547	ES
54.	Daily Record	C	506.405	467.255	88.450	117.416	GB
55.	Rheinische Post	C	172.305	163.067	272.875	286.751	DE
56.	The Sun	C	3.355.574	3.237.801	1.210.915	1.358.945	GB
57.	La Nueva España	C	265.239	252.802	24.100	34.877	ES
58.	Daily Express	C	1.491.376	1.333.403	249.568	314.516	GB
59.	La Razón	C	443.476	432.641	51.537	65.135	ES
60.	Il Gazzettino	C	514.212	473.784	37.594	44.249	IT
GLOBAL TOTAL			157.874.316	151.085.289	19.679.750	22.287.944	

Note

La Ricerca è pubblicata il 19 Maggio 2021

La Ricerca è stata chiusa il 21 Febbraio 2021.

I Dati Facebook rilevati al 30 Novembre 2020.

I Dati di Mercato rilevati al 31 Dicembre 2020.

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 quarto trimestre 2020.

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 2020 sono stati rilevati sulle pagine Facebook il 30 Novembre 2020.

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

I dati 2020 relativi alla diffusione della stampa italiana sono stati rilevati per il mese di Dicembre 2020 fonte Ads.

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

I dati 2020 relativi alla diffusione della stampa estera sono stati rilevati nel quarto trimestre 2020 su siti certificati.

I dati 2019 relativi alla diffusione della stampa estera sono stati rilevati nel primo trimestre 2019 su siti certificati;

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

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

I dati degli anni precedenti appartengono a L'Unità.

Il quotidiano Handelsblatt sostituisce nel 2020 il quotidiano Neue Westfälische; i dati del 2020 appartengono a Handelsblatt.

I dati degli anni precedenti appartengono a Neue Westfälische.

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

Dato diffusione NYT 2020 stimato sulla variazione media della diffusione dei quotidiani US nello stesso periodo.

Dato diffusione WSJ 2020 stimato sulla variazione media della diffusione dei quotidiani US nello stesso periodo.

Dato diffusione USA Today 2020 stimato sulla variazione media della diffusione dei quotidiani US nello stesso periodo.



GB: alcuni quotidiani hanno smesso di riportare i dati di diffusione completi alla fonte certificata ABC.

Dato diffusione 2020 per: The Times, The Sun (fonte ufficiale ABC) aggiornato ad Aprile 2020.

Dato diffusione 2020 per The Telegraph stimato sulla variazione media della diffusione quotidiani GB nello stesso periodo (dicembre 2020).

ES: dati di diffusione 2020 per: Marca, El Correo, La Nueva España 2020 stimati sulla variazione media della diffusione quotidiani ES nello stesso periodo (dicembre 2020).

Dato di diffusione quotidiano La Razón: diffusione media 2020.

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, Chicago Tribune, The Wall Street Journal, The Dallas Morning News, New York Post, Houston Chronicle, New York Daily News.

Gran Bretagna. Daily Mail, The Guardian, Financial Times, 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, Il Sole24Ore, La Repubblica, Il Corriere della Sera, La Gazzetta dello Sport, Il Messaggero, La Stampa, Il Giornale, Il Resto del Carlino, Il Gazzettino.

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

Il campione complessivo delle 60 testate considerate dalla Ricerca I&B rappresenta su Facebook, al 30 Novembre 2020, oltre 157 milioni di liker, con una crescita di circa 6 milioni, rispetto alla crescita di 7 milioni registrati nel 2019, la crescita di 12 milioni nel 2018 e a quella di 32 milioni rilevata nel 2017.

Il dato di crescita sul social network si confronta nel 2020 con la diminuzione della diffusione a 19,7 milioni di copie: erano 22,3 milioni nel 2019. Nell'arco di un decennio da 30,7 milioni di copie diffuse del 2011 si arriva al dato di oggi con la perdita di circa 11 milioni di unità.

8. Le Avvertenze

Questa Ricerca è stata sviluppata 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 2021.

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, 19 Maggio 2021

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.