

Du bon usage de Facebook pour la presse quotidienne

Description

L'américain The New York Times, l'italien Corriere della Sera et l'anglais Financial Times arrivent en tête du classement des journaux ayant les meilleures pratiques sur le réseau social, classement réalisé par le cabinet de conseil italien Innova e Bella.

En 2011, tous les journaux recensés par l'étude du cabinet italien Innova e Bella, plus de 70 titres, ont accru leur présence sur Facebook. Trois critères ont été retenus pour noter la stratégie adoptée sur Facebook par les principaux journaux en Italie, en France, au Royaume-Uni, en Espagne et aux États-Unis : le nombre d'outils interactifs proposés aux lecteurs, la régularité des communications et le nombre de fans. Parallèlement, le nombre de fans sur les pages Facebook des quotidiens a augmenté fortement. Ainsi, les vingt premiers quotidiens de ce classement international totalisent environ trois millions de fans en 2011 contre un million un an auparavant.

Facebook nombre de fans des dix premiers quotidiens

L'étude Innova e Bella livre les pratiques web 2.0 des dix premiers journaux du classement international. Avec plus d'un million de fans en 2011 contre 577 000 en 2010, *The New York Times* se trouve en tête du classement grâce à une offre étendue de pratiques interactives, selon les auteurs de l'étude, notamment la rubrique « Facebook Stories » à travers laquelle les internautes peuvent partager leurs expériences et conseils, les blogs tels que « City Room » sur la vie à New York City ou « Frugal Traveller » sur les bons plans pour voyager. Deuxième du classement, remontant de vingt places par rapport au classement précédent, *Corriere della Sera* a connu une exceptionnelle croissance de son nombre de fans, 250 000 en 2011 contre 15 000 en 2010, en leur proposant plusieurs rubriques thématiques les invitant à poster opinions et commentaires. Grâce à une présence « virale » très forte, *Financial Times* obtient la troisième place du classement pour son « social hub », rubrique (ft.com/about-us) rassemblant l'ensemble de ses activités sur les différents réseaux sociaux. Son nombre de fans a été multiplié par cinq, passant de 30 000 en 2010 à 150 000 en 2011. Les quotidiens français *Le Monde* et *L'Equipe* occupent respectivement les quatrième et cinquième places avec des quiz sur différents sujets d'actualité, comme le « Actu Quiz » de *Le Monde* qui permet à ses fans de gagner des prix, ou encore des jeux et des pages thématiques comme « Sport&Style » proposées par le quotidien sportif. Ils comptent chacun environ 160 000 fans en 2011. Le quotidien italien *L'Unità*, qui tient la sixième place du classement, invite ses 100 000 fans à réagir à partir de blogs, enquêtes et sondages, et il offre la possibilité de télécharger gratuitement la Une du quotidien. Septième au classement, *La Repubblica* implique ses fans, plus de 320 000, dans des causes à défendre. Sur les pages Facebook du quotidien national espagnol *Abc*, qui arrive à la huitième place et compte

environ 38 000 fans, s'affichent des blogs, des entretiens, des sondages, des critiques et des concours. Neufième, le quotidien italien *La Stampa* est particulièrement présent sur le réseau social avec une rubrique entièrement dédiée aux abonnements, de la version imprimée aux divers services numériques. En outre, une rubrique « Extr@ » est consacrée aux événements et une autre, baptisée « Premio digitale » (Prix numérique), propose un concours de reportages et d'histoires. En revanche, *La Stampa* compte peu de fans, guère plus de 13 000. Le quotidien économique *Il Sole24ore*, à la dixième place du classement, se distingue par des offres de commerce en ligne et des promotions avec « Shopping24 », et totalise quant à lui près de 71 000 fans.

En conclusion de son étude, le cabinet conseil identifie dix types de pratiques à suivre pour les journaux sur Facebook : 1. les blogs, en prenant notamment pour exemple les dix-neuf blogs thématiques du journal *Les Echos* (22^e au classement) ; 2. les médias sociaux avec la mise en place d'un accès unique, facile et direct, à l'image du « Social Hub » du *Financial Times* ; 3. le partage au travers de rubriques permettant aux internautes d'échanger expériences, conseils et opinions ; 4. des vidéos de la rédaction du journal au travail, comme « 24 heures à la rédaction » de *Les Echos* ; 5. un calendrier des événements, concerts, spectacles ; 6. des quiz et des jeux ; 7. des promotions sur des versions numériques du journal réservées aux Facebookers ; 8. des concours de reportage ; 9. des pages thématiques sur le sport, les loisirs, l'emploi ; 10. des applications pour smartphones et tablettes.

Sources :

- « Facebook : Best Newspapers 2011 », Innova e Bella, facebook.com, 23 juin 2011.
- « Classement : les meilleurs journaux sur Facebook », Marie-Catherine Beuth, lefigaro.fr, 27 juin 2011.

Categorie

1. Usages

date création

22 septembre 2011

Auteur

françoise