

il manifesto su facebook «batte» gli altri giornali

- Pier Luca Santoro, Datamediahub, 02.11.2016

L'analisi. Social network dal 1969, le pagine sociali del manifesto

Il *manifesto* ha da sempre una comunità di lettori attivi, basti pensare, ad esempio, all'azionariato popolare degli anni '90 e all'esperienza dei «circoli del manifesto» tentata nel passato.

Non a caso proprio sui social del quotidiano per lungo tempo ha capeggiato nell'header di Facebook e Twitter l'immagine di un pugno chiuso, blu, con lo slogan: «Social network dal 1969».

Abbiamo voluto quindi verificare le performance sui social del giornale.

Engagement Rate Facebook Quotidiani Nazionali



Dati: LikeAlizer - Elaborazione: DataMediaHub

Per quanto riguarda [Facebook](#), **il manifesto è il «best performer» tra tutti i quotidiani nazionali** con un «engagement rate», un tasso di coinvolgimento che, secondo l'analisi svolta, come mostra il grafico a lato, è superiore persino a quello di *Fanpage*, che ha una squadra di persone dedicate ai social, e di ben 5 punti percentuali al di sopra di *Repubblica*, testate che hanno una fanbase neppure lontanamente paragonabile, come dimensioni, a quella del «quotidiano comunista».

Anche il numero di post è sensibilmente inferiore rispetto a quanto praticato da altri *newsbrand*, un chiaro segnale di rispetto per le persone, indicatore di come i social, contrariamente ad altri casi, non vengano utilizzati come una «disarica di link» solo per fare traffico sul proprio sito web.

Atteggiamento simile anche nella gestione del [profilo Twitter](#), che si discosta, sia in termini quantitativi che qualitativi, dalle pratiche più diffuse esaminate nell'articolo che abbiamo pubblicato [qui](#).

L'indice di risposta è anche in questo caso il più elevato della categoria e il 75% di retweet sono un chiaro indicatore del livello di interazione e di coinvolgimento.

Da sottolineare, tra le buone pratiche, anche l'inserimento di news provenienti da altre fonti, un altro segnale di attenzione verso i lettori, verso le persone.

Insomma, si nota bene che *il manifesto* ha quasi 50 anni di esperienza nel rapporto con le proprie comunità. Un caso di cui si parla poco e che invece è da seguire con attenzione.