

# CLASSEMENT DES MÉDIAS SUR FACEBOOK

LE 29 AVRIL 2010 REDA MAALEM

Street Press explique comment 11 médias français utilisent Facebook. Pas de surprises dans le classement, sinon que le nombre de fans n'est pas proportionnel au temps passé à développer sa page Facebook.



Alors qu'OWNI s'apprête à publier son application

Media Ring, qui permettra de comparer l'impact de chaque média sur les réseaux sociaux, nous propulsons un classement des médias sur Facebook en provenance de Street Press. Pas de surprises dans le classement, sinon que le nombre de fans n'est pas proportionnel au temps passé à développer sa page Facebook.

21 millions de visiteurs uniques pour 4h31 de temps de connexion par mois en France: Facebook capte incontestablement du temps de cerveau disponible. Mais comment utiliser le réseau social pour gagner des lecteurs en ligne?

Souvent ce sont des lecteurs qui ont créé les pages fans des sites sur Facebook, les rédactions les reprenant en main par la suite. Le second semestre 2009 a vu l'arrivée sur les home pages de certains sites des widgets facebook affichant fièrement le nombre de fans, voire des bannières et des pavés de pubs « rejoignez-nous sur Facebook », aux couleurs du média.

Pour résumer, les rédactions ont roulé des mécaniques pour afficher des scores de fans plus élevés les uns que les autres, souvent sans projet à la clé: « On a surexploité les réseaux sociaux, sans vraiment s'interroger sur ce que l'on souhaite développer », juge Gilles Misrahi, consultant web. Et en règle générale sans équipe pour suivre derrière. Exemple au Monde.fr, où la rédactrice en chef adjointe nous raconte: « Il n'y avait personne sur la page fan alors je me suis dévouée ».

« Il faut se donner les moyens de maîtriser le fil de la conversation », juge, sévère Nicolas Voisin de la société 22 mars. A savoir, « engager un community manager qui se posera devant son ordi en se demandant ce qu'il peut mettre en place pour renforcer la communauté du journal ».

Comment exploiter cette richesse pour les médias en ligne que représentent ces dizaines de milliers de fans ? Si, pour Gilles Misrahi, il est clair que « Facebook instaure une relation sur le long-terme entre le lecteur et la marque média », les médias sont encore en manque de pistes : le trafic apporté par la page fan en terme de lectorat est négligeable. Pas non plus de recettes à la clé.

Alors, quoi ? La réponse sera sans doute prochainement apportée par les équipes de Facebook. Car l'entreprise cherche à gagner de l'argent, du côté des entreprises – celles-là même à qui sont destinées les pages fans. Depuis quelques jours, il suffit de cliquer sur « like » pour devenir fan. Comme si les créateurs du réseau social attendaient que les entreprises et les médias aient atteint le nombre critique de fans pour sortir une botte secrète de leur disque dur.

## 1. Le Monde



« Si on arrive à 100.000 fans, ce serait sympa »



**Nombre de fans:** 49.700 fans

**Date de création de la page:** créée par un internaute en 2008, puis reprise en main en septembre 2009

**Qui gère la page ?** Célia Meriguet, rédactrice en chef adjointe, aidée par quelques journalistes

**Temps passé sur la page:** 1 à 2 heures par semaine. Un social editor devrait prendre le relais, à temps plein

**Trafic généré par Facebook sur le site:** comme au Figaro, la rédaction du Monde.fr n'a pas souhaité communiquer ses chiffres.

**Promo de la page fan:** un encart Facebook sur la page d'accueil du site

**Like:** l'accès aux différentes plateformes (Flickr, Twitter)

**Unlike:** le contenu fait un peu "copier-coller" du monde.fr

## 2. France24



**« Une vitrine supplémentaire sur nos contenus »**



**Nombre de fans:** 14.622

**Date de création de la page:** 2 novembre 2009

**Qui gère la page ?** Une personne du service communication

**Temps passé sur la page:** 1 à 2 heures par semaine

**Trafic généré par Facebook sur le site:** non communiqué

**Promo de la page fan:** widget facebook sur chacune des homepages (français, anglais et arabe)

**Like:** voir les coulisses de la rédaction

**Unlike:** arriver sur l'onglet « devenir fan » plutôt que sur le mur

## 3. Courrier International



**« C'est un flux RSS en un peu plus poussé »**



**Nombre de fans:** 15.130

**Date de création de la page:** d'abord créée par un lecteur, puis reprise par la rédaction en septembre 2009

**Qui gère la page ?** Mathilde Melot, journaliste

**Temps passé sur la page :** une demi heure par jour

**Trafic généré par Facebook sur le site:** 30.000 visites en mars 2010, en augmentation

**Promo de la page fan:** lien sur l'encart "restez connectés" en page d'accueil

**Like:** le moteur de recherche intégré à la page fan, les événements et les photos des Unes

**Unlike:** pas grand chose, sauf l'absence de vidéos

## 4. Le Figaro



**« Le Figaro est une marque »**



**Nombre de fans:** 12.827

**Date de création de la page:** créée par un internaute . Reprise en main par la rédaction en mars 2009

**Qui gère la page ?** Antoine Daccord , community manager, « épaulé par une équipe de 7 personnes »

**Temps passé sur la page:** « beaucoup »

**Trafic généré par Facebook sur le site:** Antoine est resté mystérieux à ce sujet

**Promo de la page fan:** encart Facebook sur la home page du site et Facebook ads (budget non communiqué)

**Like:** la possibilité de s'adresser à la personne en charge de la page

**Unlike:** les contributions ne sont pas prise en compte sur la page fan mais sur le site

## 5. Rue89



**« Nous on propose, les internautes disposent »**



**Nombre de fans:** 12.400

**Date de création de la page:** créée par un internaute en 2007, puis reprise en main le 16 juillet 2009

**Qui gère la page ?** Yann Guégan, journaliste

**Temps passé sur la page:** 15 à 30 minutes par jour

**Trafic généré par Facebook sur le site:** 30.000 visites par mois, soit environ 3,5 % des lecteurs

**Promo de la page fan:** lien vers la page fan sur la page d'accueil du site

**Like:** avoir accès à l'ensemble de Rue89, y compris le numéro de téléphone de la rédaction

**Unlike:** Euh...

## 6. 20 minutes



**«Avec la fonctionnalité Like que Facebook vient de lancer, tout va changer»**



**Nombre de fans:** 9.710 fans

**Date de création de la page:** Le groupe a été créé à l'automne 2007 et transformé en page en février 2009

**Qui gère la page ?** **Charles Dufresne** et **Mélissa Bounoua**, journalistes et animateurs de communauté, mais aussi tous les journalistes web de 20minutes qui sont admins de la page

**Temps passé sur la page:** ½ heure à 1 heure par jour

**Trafic généré par Facebook sur le site:** « on n'est pas dans une logique marketing avec Facebook ». Ah bon, pas de statistiques ?

**Promo de la page fan:** le widget fans de facebook, des bannières sur le site et même des encarts dans « le print », l'édition papier de 20 minutes.

**Like:** les pages fans des éditions **20minutes Lyon** ou encore celle du **Rewiind**, la web émission quotidienne du site (qui, avec 23.477 dépasse fait mieux que 20minutes.fr seul)

**Unlike:** la page « info », pas très fournie

## 7. L'Express



**« Notre page fan a un peu un côté club de foot »**



**Nombre de fans:** 8.383

**Date de création de la page:** créée par un fan en 2007, puis reprise en main en mars 2009

**Qui gère la page ?** **Marie-Amélie Putallaz**, journaliste

**Temps passé sur la page:** moins de 30 minutes par jour

**Trafic généré par Facebook sur le site:** non communiqué

**Promo de la page fan:** un encart Facebook sur l'express.fr

**Like:** la sélection des articles, l'échange avec les fans

**Unlike:** les onglets inutiles

## 8. Libération



**« Un bon moyen de rester en contact »**



**Nombre de fans:** 8.200

**Date de création de la page:** Août 2009

**Qui gère la page ?** six journalistes

**Temps passé sur la page:** 1 heure par jour maximum

**Trafic généré par Facebook sur le site:** 5.000 à 10.000 visites quotidiennes

**Promo de la page fan:** lien sur l'encadré « suivez Libé sur le web » et une newsletter en projet

**Like:** les liens vers les services de Libé

**Unlike:** l'onglet info vide

## 9. Le Post



**«Vivez l'info en groupe!»**



**Nombre de fans:** 6.513

**Date de création de la page:** Aout 2009

**Qui gère la page ?** **Emmanuelle Michaud**, responsable marketing web

**Temps passé sur la page:** non communiqué

**Trafic généré par Facebook sur le site:** non communiqué

**Promo de la page fan:** un encart Facebook sur la page d'accueil et les articles

**Like:** l'échange avec les fans

**Unlike:** l'onglet info vide

## 10. Mediapart



**« La page fan nous sert essentiellement à signaler des événements off line, accessoirement nos articles »**



**Nombre de fans:** 4.287

**Date de création de la page:** décembre 2009

**Qui gère la page ?** **Marine Sentin**, chargée de projets au service communication

**Temps passé sur la page:** moins d'une demi-heure par semaine

**Trafic généré par Facebook sur le site:** non communiqué

**Promo de la page fan:** petit lien discret sur la page d'accueil

**Like:** arriver directement sur les articles et non sur le mur

**Unlike:** absence de contenus photo ou vidéo

## 11. Slate



**« Pour le moment, c'est un flux RSS amélioré »**



**Nombre de fans:** 3.923

**Date de création de la page:** mars 2009

**Qui gère la page ?** **Grégoire Fleurot**, journaliste

**Temps passé sur la page:** 30 minutes par jour

**Trafic généré par Facebook sur le site:** non communiqué

**Promo de la page fan:** lien en home page et en bas de chacun des articles

**Like:** la rédaction invite les fans aux conférences de rédaction (le premier qui répond au statut décroche le sésame)

**Unlike:** la participation sur la page reste limitée

---

*Edit 29 avril: Notre Top 10 est devenu un Top 11, grâce à la rédaction de 20 minutes qui nous fait remarquer qu'on l'a oubliée dans le classement. Les voici donc à leur place (la 6e). Devait-on dégager notre nouveau 11e, la rédaction de Slate France ? Sûrement pas, les voici donc à la 11e place de notre baromètre.*

*Billet initialement publié **sur Street Press***

Photo CC by-nc-nd **Laughing Squid**

### DAMIEN VAN ACHTER

le 30 avril 2010 - 11:36 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Un peu bizarre qu'aucune télé, aucune radio, aucun magazine n'apparaisse dans ce "classement des médias". Juste un exemple, la page de TF1 à 54.000 fans. Les liens qui y sont publiés pointent vers TF1.fr, qui est bel et bien un média en ligne. Non ?*

*En passant: pourquoi limiter ce classement aux médias français ? La zone de chalandise des ces médias est la francophonie .... non l'étroit Hexagone. Aux dernières nouvelles, le monde était était plat et le web n'avait pas de frontière ...*

*(je ne dis pas ça parce que je bosse pour un média belge, qui est présent en ligne, et dont les 56 pages officielles sur Facebook comptent, de manière cumulée, 110.000 fans. cfr. <http://www.rtbf.be/facebook> )*

*:~)*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE