



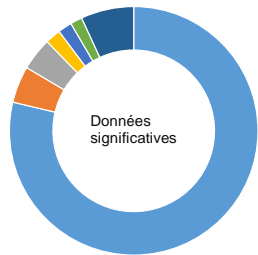
S
Y
N
T
H
E
S
I
O

BIARRITZ - PAYS BASQUE

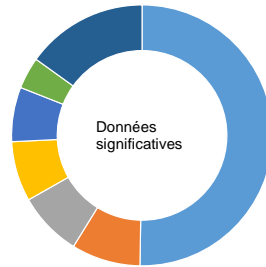
NOVEMBRE 2019

Chiffres Clés

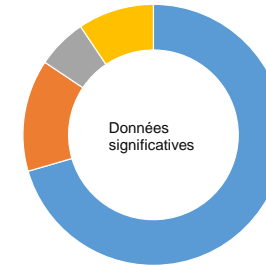
- » 28,7 de Social Reputation Score
- » 24 226 mentions
- » 286 millions de vues en 12 langues
- » -57,23% de visibilité par rapport à octobre 2019
- » 166 695 € de contre valeur publicitaire



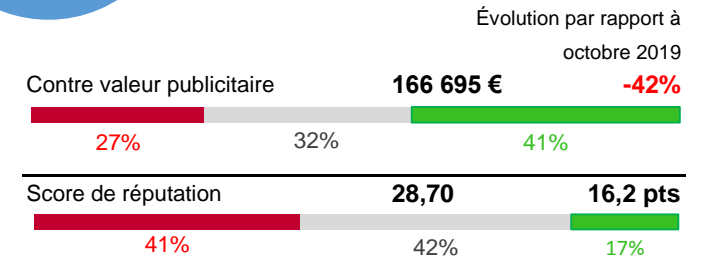
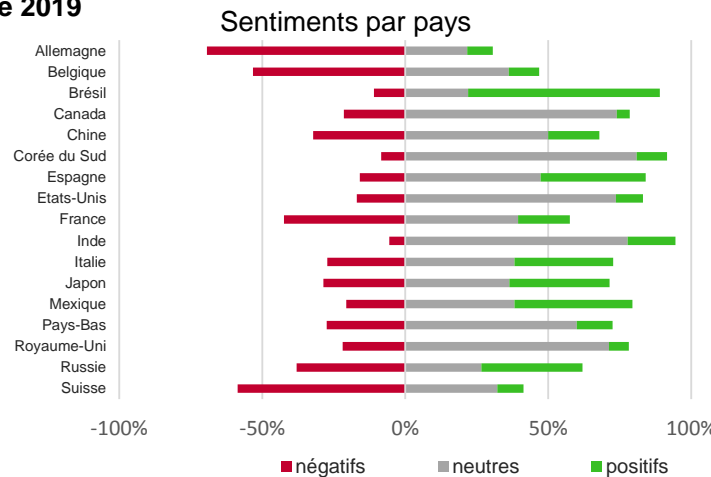
- France 79%
- Espagne 5%
- Etats-Unis 4%
- Royaume-Uni 2%
- Allemagne 2%
- Canada 2%
- Autres 7%



- Attentats & Sécurité 50%
- Littoral 9%
- Sports 8%
- Oenotourisme et gastronomie 7%
- Patrimoine et culture 7%
- Transport 4%
- Autres 15%



- Twitter 71%
- Video and Photo Sharing 14%
- General news, Magazine 6%
- Autres 9%



La destination Biarritz Pays-Basque est identifiée sur tous les fronts depuis plusieurs mois. En novembre, les actualités se multiplient. L'épisode de l'attentat est systématiquement associé à Bayonne : "l'attentat de Bayonne", "l'attentat contre la Mosquée de Bayonne", "Au chevet de Bayonne" ou encore "solidarité avec Bayonne". Les mentions les plus partagées sont souvent les plus polémiques, celles aux avis les plus tranchés, avec à la clé plusieurs centaines ou milliers d'interactions. Le sujet monopolise 8 des 10 premiers # de la destination et s'épanouit via Twitter (71%). La tempête "Amélie" génère, elle, des contenus plus positifs axés sur des images de "vagues géantes" partagées avant tout pour leur beauté (dépêche AFP, Biarritz Tourisme, etc). Les connotations négatives restent secondaires, se limitant à l'écho d'un article de lemonde.fr "d'Hendaye à Arcachon, on ne sent plus la mer" qui fait le lien avec la pollution marine, mais sans y ajouter de cliché spécifique (à la différence d'Arcachon). L'épisode des sachets de cocaïne sur les plages a lui un fort écho à l'étranger (Espagne) mais là aussi sans effet fort et durable sur la destination au sens strict. Par ailleurs, Biarritz Pays-Basque s'appuie sur des influenceurs actifs (et positifs) sur la gastronomie (Julie@andrieu ou anaïk@unesouris...) ou les sports de "plein air" (Sarah Jones, Surf Report) avec plusieurs milliers d'interactions à chaque occasion.



Aide / Définitions

Mention :

Une mention est l'équivalent d'une citation.

Lorsque **Synthesio scanne les contenus**, chaque fois que la marque à analyser est mentionnée, que ce soit **directement en citant la marque** ou **indirectement en utilisant des mots-clés** y faisant référence, **Synthesio interprète les citations et les qualifie, positivement, négativement ou de façon neutre.**

C'est un **indicateur quantitatif de la présence digitale.**

Sentiment :

Cet indicateur, via un algorithme propriété de Synthesio, **analyse et classe les mentions selon 3 tonalités : positive, neutre et négative.**

Ce classement est réalisé par Synthesio qui en scannant les contenus parvient à déterminer une **tendance générale de la mention.**

C'est un indicateur important pour **suivre l'e-réputation d'une marque.**

Vue :

Le nombre de vues représente le **nombre de fois que les posts sont susceptibles d'être lus.**

Portée :

La portée représente le nombre de **personnes que l'ensemble des mentions ont pu atteindre.** Synthesio travaille sur 12 langues différentes.

Social Réputation Score (SRS) :

Le SRS est un indicateur **propriété de Synthesio** qui évalue votre marque ou votre produit **dans le temps** en fonction du **volume de post, de la tonalité des posts, ou du degré d'influence du rédacteur.** On obtient ainsi une vue holistique du sentiment général généré par une marque tel qu'exprimée via les canaux en ligne.

Le SRS permet ainsi d'évaluer l'expérience client et de prédire la croissance de votre marque en se basant sur les tendances identifiées sur les réseaux sociaux.

Suivant les besoins et objectifs, des déclinaisons du SRS peuvent être utilisées dans les commentaires pour expliquer ou relativiser des phénomènes.

SRS par volume (par défaut sur la fiche) est obtenu en utilisant un mélange de volume et de sentiments. Synthesio calcule un score en mettant l'accent sur le volume

SRS par sentiments Synthesio calcule un score en mettant l'accent sur le sentiment, la tonalité du post.

SRS par influence cet indicateur incorpore le 'Synthesio Rank' dans l'algorithme pour mettre davantage l'accent sur les influenceurs et leur poids dans la sphère digitale.

Ces indicateurs vous permettent de :

- **Suivre** votre évolution,
- **Comprendre** vos forces, faiblesses, opportunités et menaces

Pour :

- **Parfaire** votre présence sur le web
- **Maitriser** la réputation de votre marque

Contre-Valeur Publicitaire (CVP) ou Earned Media Value (EMV):

La Earned Media Value (EMV) offre un aperçu de la valeur monétaire des publications sur les réseaux sociaux. Autrement dit, il s'agit d'une **estimation de la valeur du buzz** généré par les internautes qui relaient spontanément ou interagissent avec les marques sur les réseaux sociaux.

Ainsi l'EMV ou CVP mesure l'impact des interactions (préférence, retweets, partage, etc.) sur les principaux réseaux sociaux. Les pondérations **sont basées sur la valeur approximative de chaque interaction individuelle.** Les valeurs pondérées sont généralement basées sur les valeurs des blocs d'annonces.

Exemple : une vidéo vue sur YouTube = 0.03\$ une vidéo vues 5 000 fois à 0.03\$ par vues, génère 150,00 \$

