

## L'e-réputation de la destination - Tendances mensuelles et Chiffres-clés

### Côte Atlantique - août 2020

La destination affirme son image « vacances » sur les réseaux sociaux au mois d'août. La connotation des échanges est positive avec un SRS\* de 63 sur une échelle de 1 à 100. C'est **Instagram (23% des échanges) qui reflète le mieux cette e-réputation positive**, visible de La Rochelle à Biarritz, et sur l'ensemble du mois avec un volume de mentions constant variant de 190 à 300 mentions-jour. La sémantique la plus associée est « la rochelle », « belle », « Biarritz », « Ile », « soleil », « infiniment charente ». L'essentiel des volumes générés autour de la destination le sont sur « Fort boyard » qui occasionne les 5 pics d'activité relevés en août comme autant de diffusion de l'émission (les 1, 8, 15, 22 et 29 août), même si le sujet est actif tout au long du mois mêlant actualité (les émissions) et la notoriété (du site et de la « marque »). Il mobilise tous les types de réseaux sociaux : Facebook et ses communautés actives autour des émissions, Twitter où l'activité se fait autour des personnalités et Instagram où c'est le site qui est valorisé du fait de sa notoriété.

Dans cette ambiance très positive, on relèvera quelques points de vigilance : **La pandémie est active** en arrière-plan sur les réseaux sociaux, mais avec des volumes faibles (4% des mentions). Les sujets portent sur les villes ou stations qui imposent le masque dans certains espaces publics (Pays-Basque en début de mois, Côtes charentaises). **Les pannes sur le réseau SNCF en fin de mois perturbent les « retours de vacances »** du littoral vers Paris. Les voyageurs sont « épuisés par une nuit d'enfer, mais contents de retrouver Paris ».

### Nombre de mentions (en 12 langu...

2020/08/01 - 2020/08/31

↑ **67.1K**

+ 6 % compared to previous period

### Nombre de vu...

2020/08/01 - 2020/08/31

↑ **34.6B**

+ 427 % compared to previous period

### Nombre d'interactio...

2020/08/01 - 2020/08/31

↓ **4.8M**

- 30 % compared to previous period

### Contre-Valeur-Publicitai...

2020/08/01 - 2020/08/31

↓ **1.1M**

- 26 % compared to previous period

### Social Reputation Sco...

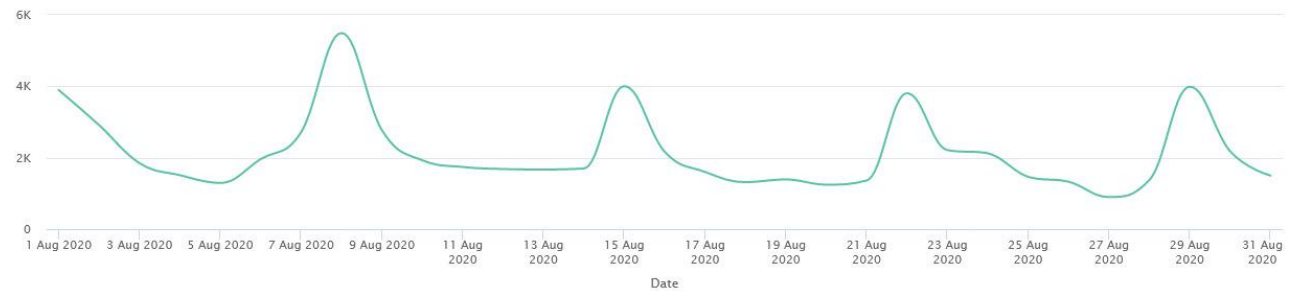
2020/08/01 - 2020/08/31

↑ **62.7**

+ 1 % compared to previous period

### Evolution journalière du volume de mentio...

2020/08/01 - 2020/08/31

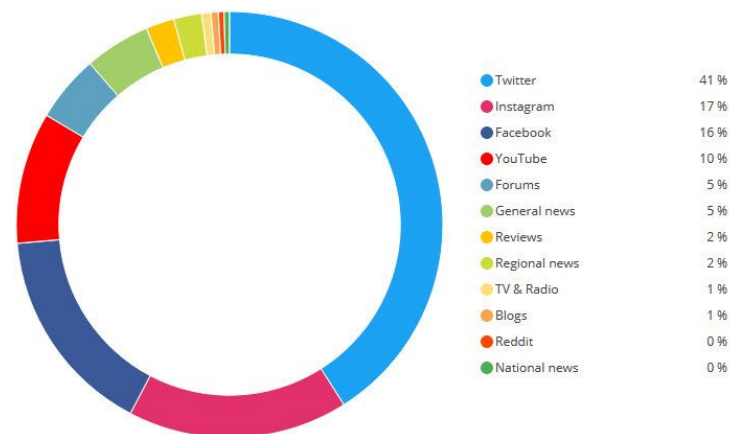


Matching mentions 67.1K

### QUI ? D'où proviennent les conversations ?

### Répartition des mentions selon le type de méd...

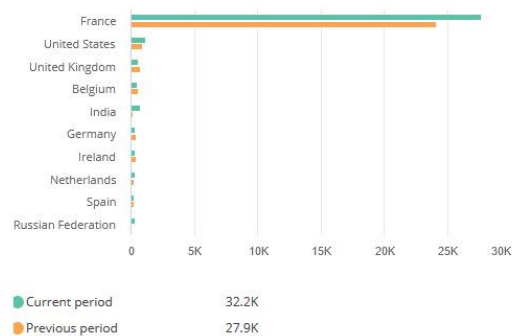
2020/08/01 - 2020/08/31



Matching mentions 65.9K

### Répartition et évolution des mentions selon le pa...

2020/08/01 - 2020/08/31



### Les marchés émetteurs

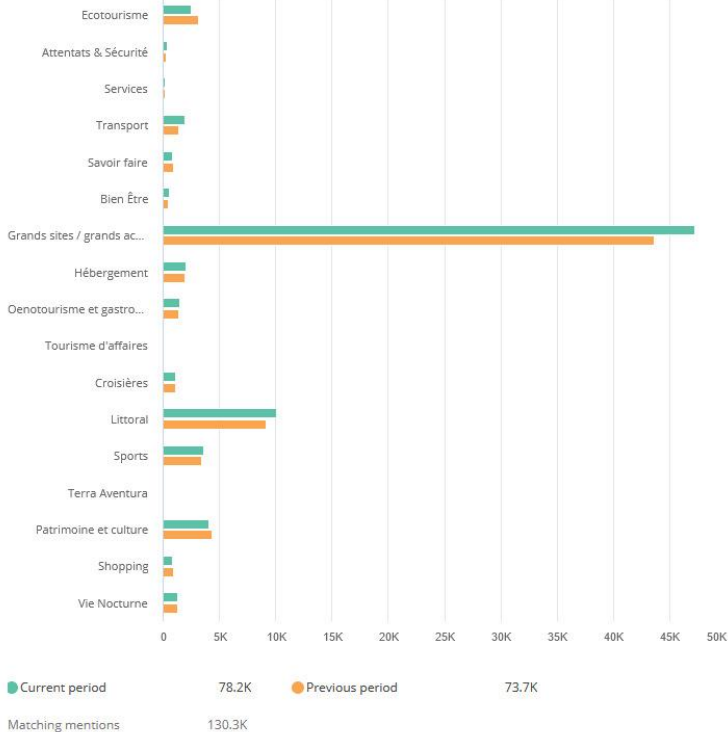
France **84%** International **16%**  
**96 pays** distincts identifiés



## QUOI ? Quels sont les principaux sujets de conversation ?

### Parts de voix par sous-topi...

2020/08/01 - 2020/08/31



### Nuage de mots-cl...

2020/08/01 - 2020/08/31

rochelle port île 2020  
 tour août hôtel vacances ville  
 monde fin vieux belle photo \*  
 temps bonne paris place ♥ centre  
 charente-maritime -vous déjà vie journée soir pays nouvelle  
 moment

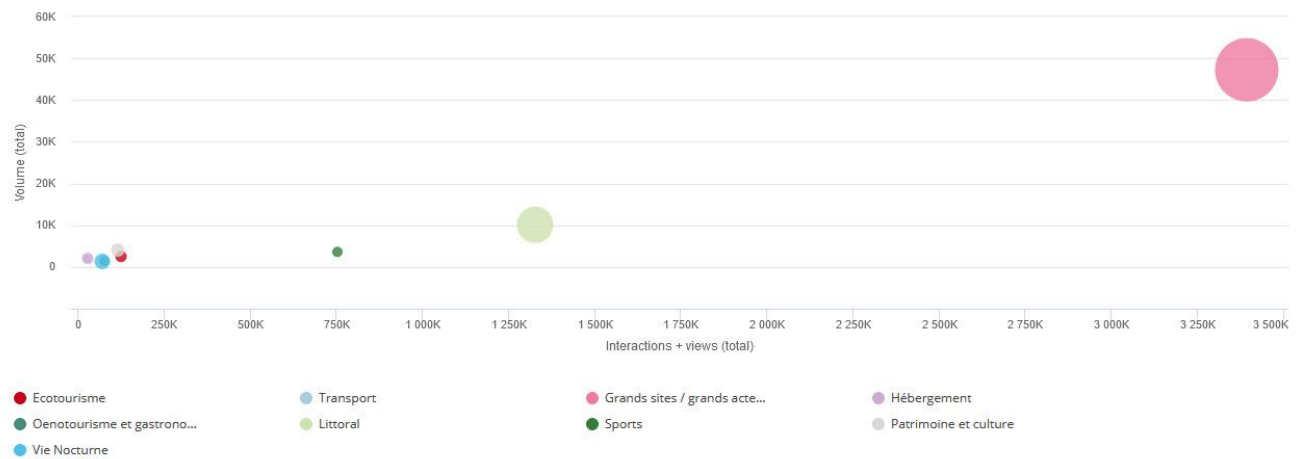
### Hahtags associés à la destina...

2020/08/01 - 2020/08/31

#fortboyard #larochelle  
 #france #charentemaritime  
 #ocean #ilederé #iledere  
 #vacances #biarritz #summer  
 #photography #beach #nature  
 #sunset #holidays #plage #sea  
 #picoftheday #arcachon #love #travel #instagood  
 #mer #nouvelleaquitaine #capferret #iledeleron #bassindarcachon  
 #art #surf #design

### Paysage des thématiques les plus activ...

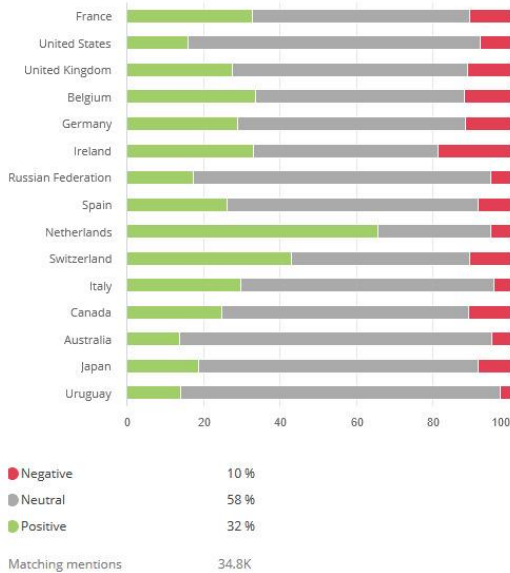
2020/08/01 - 2020/08/31



## COMMENT ? La qualification des échanges.

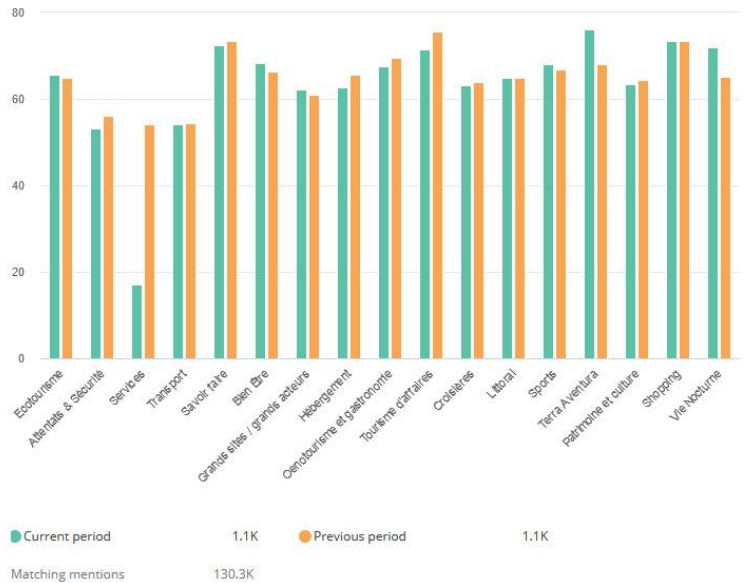
### Sentiment par pa...

2020/08/01 - 2020/08/31



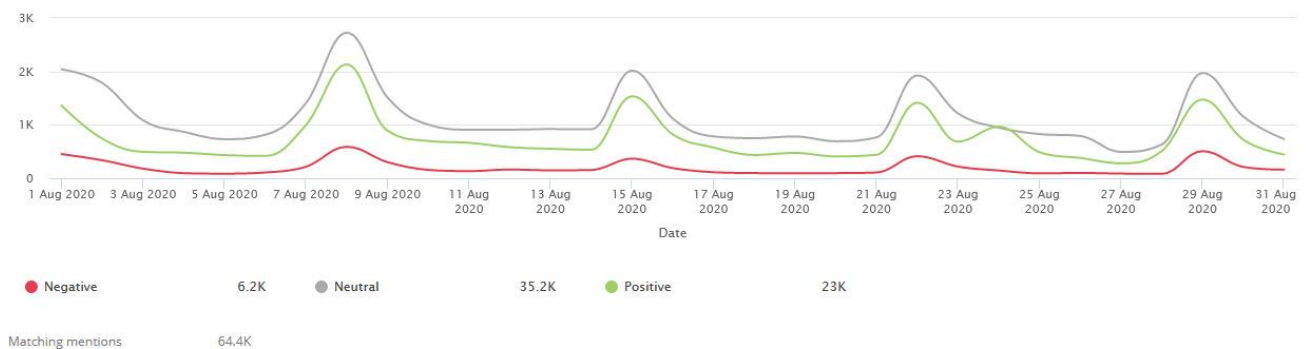
### Social Reputation Score par thématiq...

2020/08/01 - 2020/08/31



### Evolution des conversations par sentime...

2020/08/01 - 2020/08/31



### Sélection d'avis de voyageurs en villages de vacances et résidences.

« J'ai eu l'occasion de passer une journée et une soirée au club med La palmyre et quel accueil !... Toute cette équipe a su m'accueillir dans la bonne humeur et surtout en toute sécurité en respectant les mesures covid ! Très appréciable. »

« Après plusieurs expériences au Club Med à la montagne, cette année découverte de ce seul village de la côte atlantique française ! Nous sortions tout juste d'un Belambra du Sud-ouest et on s'est pris une grosse claque. Une prestation de très haut niveau malgré les contraintes liées au COVID-19. L'équipe de GO a une énergie et un professionnalisme au top »

« Club Med Palmyre Atlantique - France : Un 4 tridents ??? Quelle blague  
On a vraiment du mal à croire qu'on est dans un 4 tridents tellement les prestations sont bas de gamme ou inexistantes... Par contre au niveau du prix, pas de doute il s'agit bien d'un 4 tridents ! »

« Nous y avons séjourné 3 nuits ! Au bout d'une impasse qui donne sur les vignes et la mer, nous avons profité du calme de cet endroit. Repos balade à pieds, balade à vélo dans les vignes et seulement à 20 minutes à vélo de Saint Martin ! Le personnel est vraiment très agréable. Merci à Caroline pour ses conseils avisés sur les choix des restaurants de l'île »

« Cela fait 3 ans que je viens au mois d'août sur Lacanau Océan et c'est toujours aussi parfait ! Au village les Pins vous pouvez profiter d'une piscine à température idéale et de l'océan à environ 3km, ce qui représente 10 minutes à vélo en roulant à la cool et en sécurité sur les pistes cyclables ! »

« Club très bien situé, à 10 minutes en voiture d'Hossegor, 10 minutes à pied du lac et au bord de la mer. Les clubs enfants sont top et le personnel très gentil. La piscine est grande avec suffisamment de transats. Il y a des activités toute la journée qui sont proposées aux adultes et les spectacles du soir sont très bien. Je regrette juste la demi-pension car c'était peu varié et pas très bon... »



## Méthodologie

Synthesio scanne l'ensemble des contenus publiés sur les réseaux sociaux, à l'exception des conversations ou groupes privés. Les données exploitables sont traduites, en temps réel, selon divers indicateurs quantitatifs ou qualitatifs à même de suivre l'évolution de la marque ou destination observée.

## Aide / Définitions

### \*Mention :

Une mention est l'équivalent d'une citation. Lorsque Synthesio scanne les contenus, chaque fois que la marque ou destination à analyser est mentionnée, que ce soit directement en la citant 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 présence digitale.

### \*Sentiment :

Cet indicateur, via un algorithme propriété de Synthesio, analyse et classe les mentions selon 3 tonalités : positives, neutre et négative. Ce classement est réalisé par Synthesio qui parvient à déterminer une tendance générale de la mention. C'est **un indicateur de suivi de l'e-réputation d'une marque**.

### \*Interaction :

Une interaction est un partage, un « like », un commentaire ou toute autre interaction suscitée par une mention.

### \*Vue :

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

### \*Social Reputation Score (SRS) :

Le SRS est un indicateur propriété de Synthesio qui évalue la marque ou le produit dans le temps en fonction du volume de posts, de leur tonalité, ou du degré d'influence du rédacteur. On obtient ainsi une vue holistique du sentiment général généré par une marque tel qu'exprimé via les canaux en ligne. Le SRS permet ainsi d'évaluer l'expérience client et de prédire la croissance d'une marque en se basant sur les tendances identifiées sur les réseaux sociaux. Suivant les besoins et objectifs, des déclinaisons du SRS peuvent être utilisées pour expliquer ou relativiser les phénomènes.

Le SRS par volume (par défaut sur la fiche) est obtenu en utilisant un mélange de volumes et de sentiments.

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

Elle 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, la CVP ou EMV 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 You-Tube = 0,03\$, une vidéo vue 5 000 fois à 0,03\$ par vue, génère 150\$.

Ces indicateurs vous permettent de :

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

Pour :

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

