

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

### Côte Atlantique - septembre 2020

**La Côte Atlantique résonne de multiples sujets sur les réseaux sociaux en septembre.** Les volumes de mentions et la visibilité sont en baisse, mais les sujets génèrent plus d'interactions (+1%) avec une tonalité qui demeure très positive avec un SRS\* de 61,5 pts. L'arrêt de la saison de Fort Boyard le 19-sept explique l'essentiel de la baisse de volumes enregistrés. Mais jusque à cette date, c'est bien le sujet le plus actif avec les pics relevés les 5, 12 et 19 septembre.

**La destination est aussi animée par le passage du Tour de France.** Les premiers échos se font dès le 6 pour un pic le 8 avec l'étape Ile d'Oléron/Ile de Ré. Ainsi plus de 103 000 interactions se font autour des publications des médias, équipes, marques et coureurs présents sur les réseaux sociaux. Le littoral, ses stations et leur patrimoine font partie de la sémantique la plus mobilisée.

Au-delà de ces actualités, la Côte Atlantique est encore **une destination vacances** sur les réseaux sociaux. En septembre, les touristes sont moins nombreux à témoigner (et contribuent à la réduction du volume de mentions), mais ils semblent plus nombreux à interagir sur les posts des institutionnels ou des influenceurs, voir des surfeurs.

Le surf est ainsi l'un des sujets majeurs en septembre. Si le #surf n'arrive qu'au 12ème rang des plus mobilisés, **la communauté est très active** autour de JulieBourges (25 000 interactions), @janina\_zeitler (7 100), @guilliacalcaterra (30 800), NickPescetto (11400) ou encore surfline (13 300), auxquels on doit ajouter les participants à la 1ère compétition informelle post confinement d'Anglet les 23 et 24 septembre. Cette thématique surf accroît fortement la visibilité de la destination à l'international.

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

2020/09/01 - 2020/09/30

↓ 43.1K

-32 % par rapport à la période précédente

### Nombre de vu...

2020/09/01 - 2020/09/30

↓ 6.1B

-82 % par rapport à la période précédente

### Nombre d'interactio...

2020/09/01 - 2020/09/30

↑ 5.2M

+1 % par rapport à la période précédente

### Contre-Valeur-Publicitai...

2020/09/01 - 2020/09/30

↓ 1.1M

-3 % par rapport à la période précédente

### Social Reputation Sco...

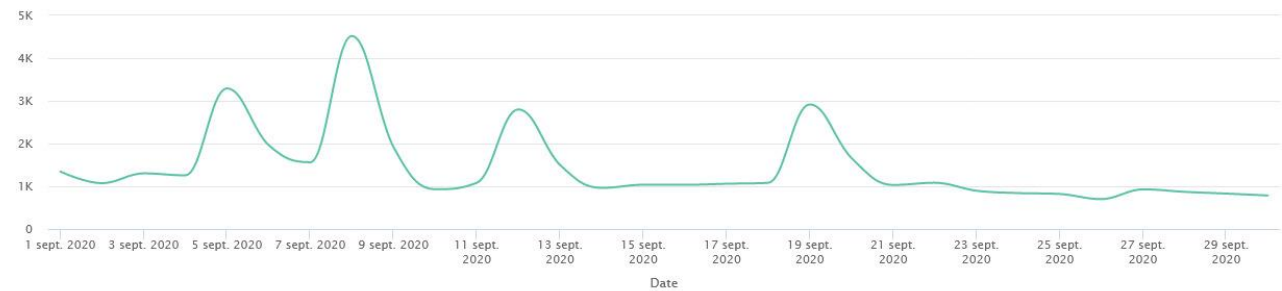
2020/09/01 - 2020/09/30

↓ 61.5

-2 % par rapport à la période précédente

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

2020/09/01 - 2020/09/30

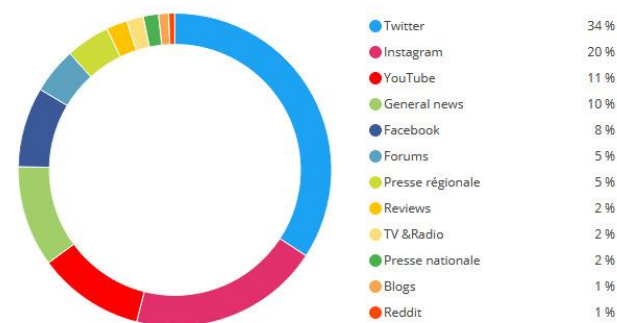


Mentions correspondantes 43.1K

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

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

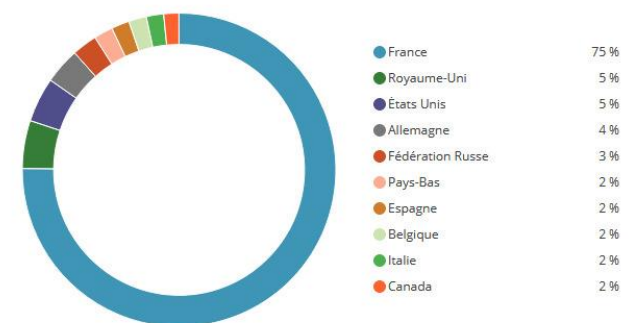
2020/09/01 - 2020/09/30



Mentions correspondantes 41.6K

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

2020/09/01 - 2020/09/30



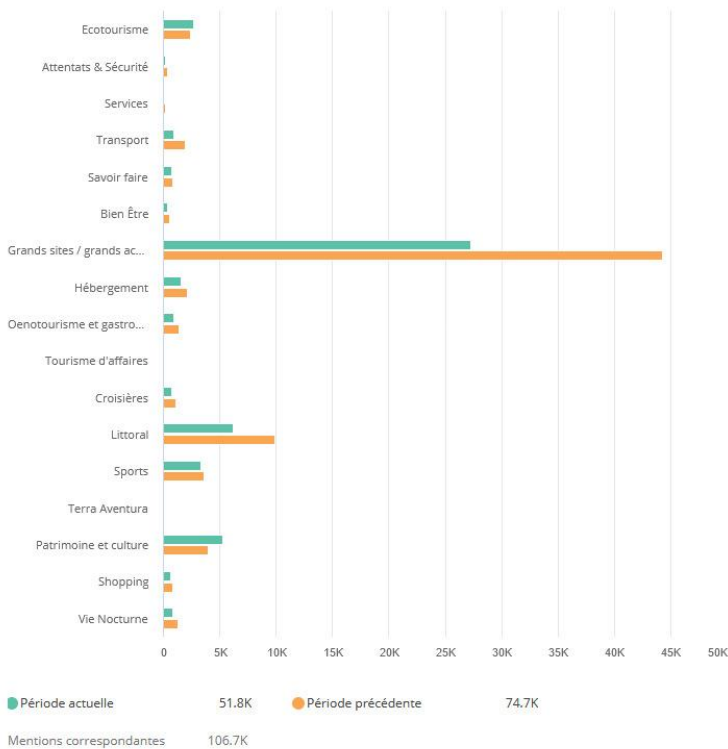
Mentions correspondantes 20.8K



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

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

2020/09/01 - 2020/09/30



### Nuage de mots-cl...

2020/09/01 - 2020/09/30

rochelle tour île 2020  
 roglic primoz saint-martin-de-ré  
 ile château-d 168 paris d'oléron  
 team 'oléron pogacar bernal stage port  
 tadej egan 107 laruns martin kilometer ruhetag adam  
 marc hirschi buchmann emanuel

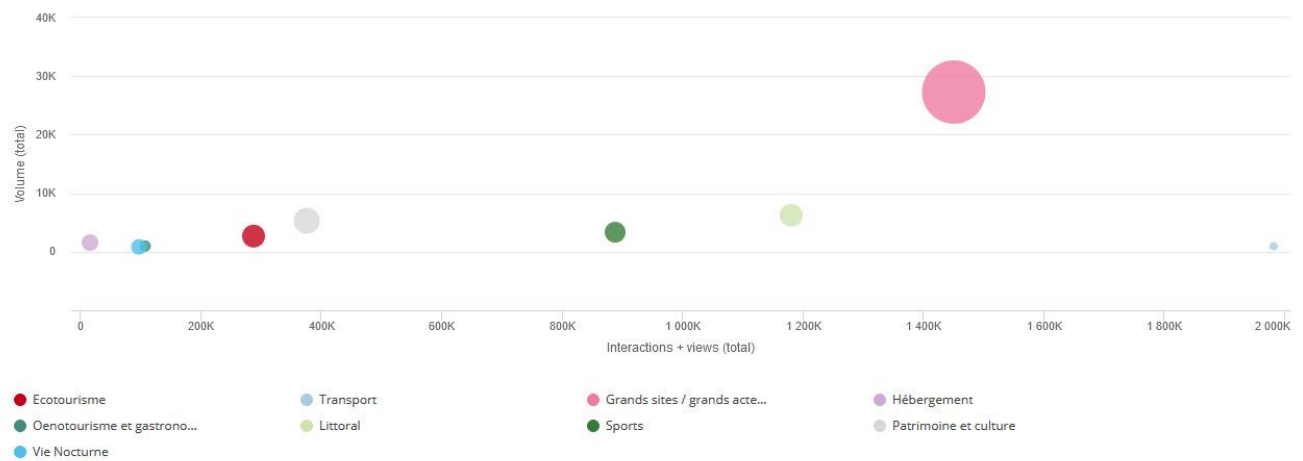
### Hahtags associés à la destinati...

2020/09/01 - 2020/09/30

#larochelle #fortboyard  
 #france #charentemaritime  
 #nature #biarritz #iledere  
 #ocean #iledéré #beach  
 #tdf2020 #surf #bassindarcachon #love  
 #photography #arcachon #travel  
 #nouvelleaquitaine #plage #summer #mer  
 #picoftheday #gironde #sunset #vacances #capferret #iledaix  
 #sea #paris #design

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

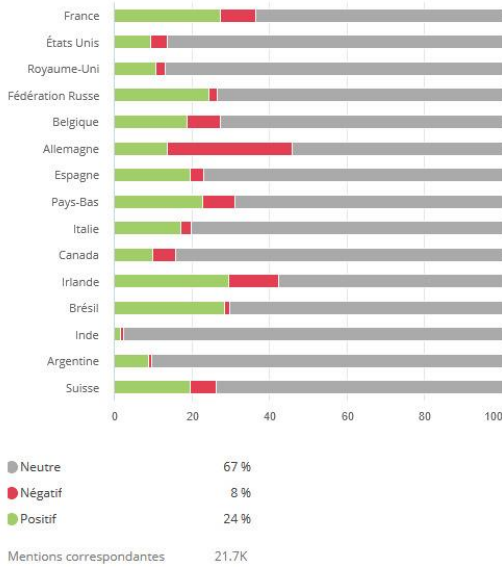
2020/09/01 - 2020/09/30



## COMMENT ? La qualification des échanges.

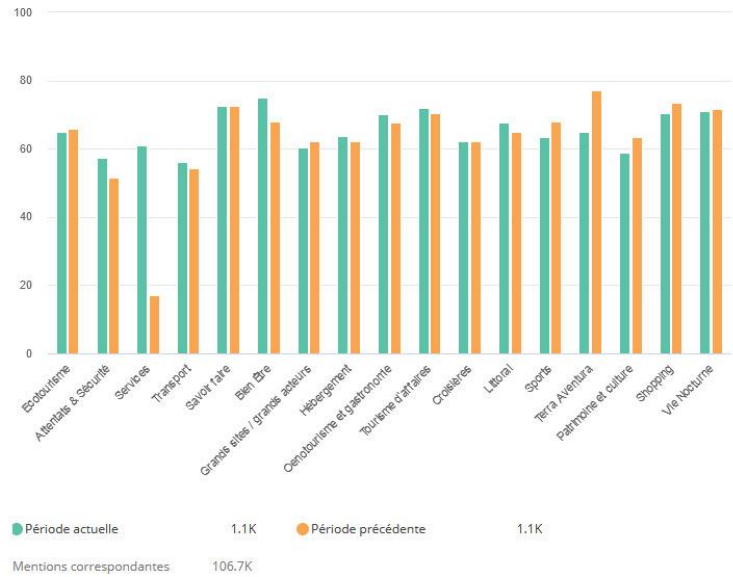
### Sentiment par pa...

2020/09/01 - 2020/09/30



### Social Reputation Score par thématiq...

2020/09/01 - 2020/09/30



### Evolution des conversations par sentime...

2020/09/01 - 2020/09/30



### Sélection d'avis de voyageurs en villages de vacances en arrière-saison

#### Club Med Palmyre Atlantique - France : merveilleux club Med de La Palmyre

« Nous avons passé 2 semaines extraordinaires dans ce cadre unique, un club rénové, agréé de nombreuses plantations »

#### Club Med Palmyre Atlantique - France : Club Med La Palmyre Atlantique est transformé

« Nous récupérons d'un séjour de 2 semaines d'activités, d'amis, et des "good vibes" au Club Med La Palmyre. La transformation est presque terminée et pour nous c'est une réussite surtout tenant compte des aléas en forme de Covid et le retard des travaux qui a suivi. »

#### Club Med Palmyre Atlantique - France : Club très sympa

« Bonne surprise par ce village où j'ai passé deux semaines en septembre. C'est un club très complet au niveau des activités, entouré de pistes cyclables, entre bord de mer et pinède pour faire de longues balades. Le zoo de la Palmyre n'est pas très loin. Bref il y a de quoi faire. »

#### Club Med Palmyre Atlantique - France : TRES BEAU CLUB

« Nous sommes habitués du Club de La Palmyre ; ce passage en 4 tridents est une réussite. Le restaurant Atlantique est tout à fait transformé. Même chose pour la terrasse du bar : beaucoup plus grande et une vue superbe. La nouvelle piscine Zen très agréable. Le Club de La Palmyre est un Club d'habités et nous y avons retrouvé l'ambiance Club Med »

#### Club Med Palmyre Atlantique - France : Très bon séjour du 20 au 27 septembre 2020

« Ce séjour au Club Med La Palmyre a vraiment été très agréable. L'établissement est très bien aménagé, avec un jardin luxuriant très bien entretenu et un accès privilégié sur la plage »

#### Club Med Palmyre Atlantique - France : Très bon séjour à la Palmyre

« Mes vacances au CM la Palmyre ont été excellentes malgré un temps pluvieux en fin de séjour. »

#### Club Med Palmyre Atlantique - France : Une semaine géniale !

« Grâce à plusieurs G.O au top du top comme Samv (de la voile) "le soleil de la Palmyre" tellement impliqué dans la vie du village une énergie de folie »



## 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 digital.

### \*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 tout 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.

