

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

### Pau-Pyrénées - août 2020

**Le volume d'activité autour de la destination apparaît en recul** au mois d'août (-17% en nombre de mentions, -15% en interactions et -16% en visibilité). Cette baisse est liée à une plus faible part de contenus sans rapport direct avec la destination. Elle se traduit par une tonalité plus positive avec un SRS\* dépassant les 60 points.

**Le partage de clichés des sites emblématiques de Pau-Pyrénées se maintient** avec 17% des mentions qui sont générées par Instagram. La dimension nature reste forte : le #nature est au zèmerang des hashtags les plus mobilisés. Les images de foules sont quasiment absentes qu'il s'agisse de sites à fortes fréquentation (petit train d'Artouste), ou de sites urbains (Pau). **Les médias annoncent le port du masque obligatoire dans le centre-ville de Pau... les touristes n'en parlent pas (ou peu) et ne le montrent pas.**

On notera le rôle d'influenceurs en vacances (ou non) : Gauthier Capuçon génère 43 000 vues pour son « bonheur d'être de retour à Pau ». Jade Grandin (journaliste) suscite 7 000 vues et 550 partages pour être « coincée dans un TGV Pau-Paris pour son dernier jour de vacances ». **La destination, en cette période estivale confirme une image vélo**, avec d'une part le partage de randonnées (VTT ou vélo) et de nombreux échanges autour du futur Tour de France et de son passage dans les Pyrénées.

**Au final, la tonalité attachée à la destination demeure positive** dans un contexte où la pandémie est toujours active sur les réseaux sociaux mais avec un degré d'association assez limité pour Pau-Pyrénées.

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

2020/08/01 - 2020/08/31

↓ **16.3K**

- 16 % compared to previous period

### Nombre d'interactio...

2020/08/01 - 2020/08/31

↓ **1.6M**

- 15 % compared to previous period

### Nombre de vu...

2020/08/01 - 2020/08/31

↓ **5.6B**

- 23 % compared to previous period

### Contre-Valeur-Publicitai...

2020/08/01 - 2020/08/31

↓ **362.6K**

- 21 % compared to previous period

### Social Reputation Sco...

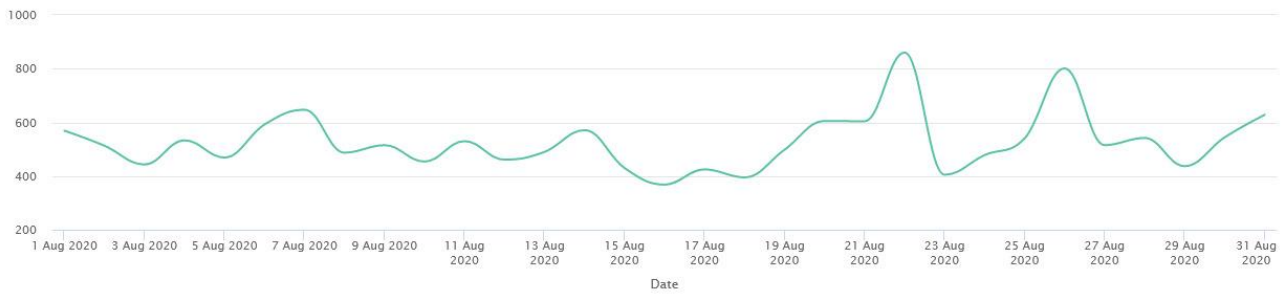
2020/08/01 - 2020/08/31

↑ **60.5**

+ 2 % compared to previous period

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

2020/08/01 - 2020/08/31



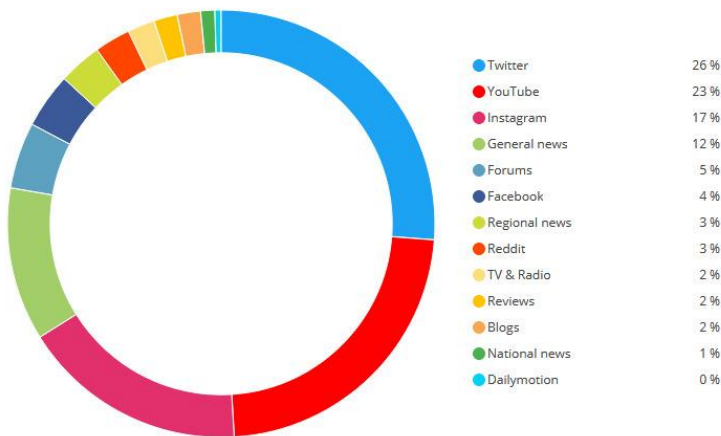
Matching mentions

16.3K

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

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

2020/08/01 - 2020/08/31

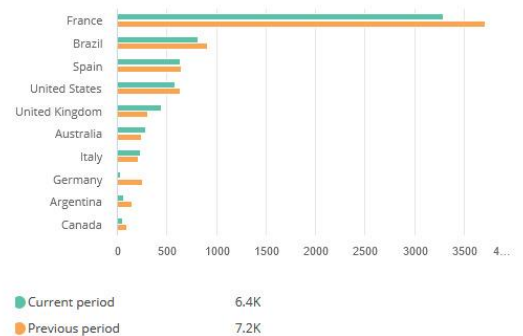


Matching mentions

15.7K

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

2020/08/01 - 2020/08/31



### Les marchés émetteurs

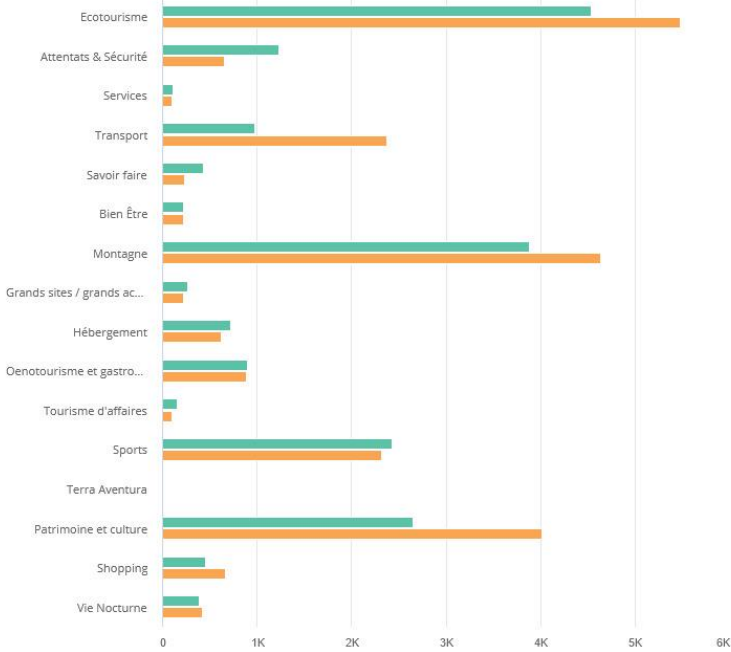
France 50% International 50%  
93 pays distincts identifiés



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

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

2020/08/01 - 2020/08/31



Matching mentions: 19.3K (Current period), 22.9K (Previous period), 35.9K (Total)

### Nuage de mots-cl...

2020/08/01 - 2020/08/31

pyrénées 2020 août new  
national 000  
pyrénées-atlantiques tour local  
covid-19 route centre point temps  
spain place europe partir basque photo ville  
2019 world calciomercato monde team pays paris

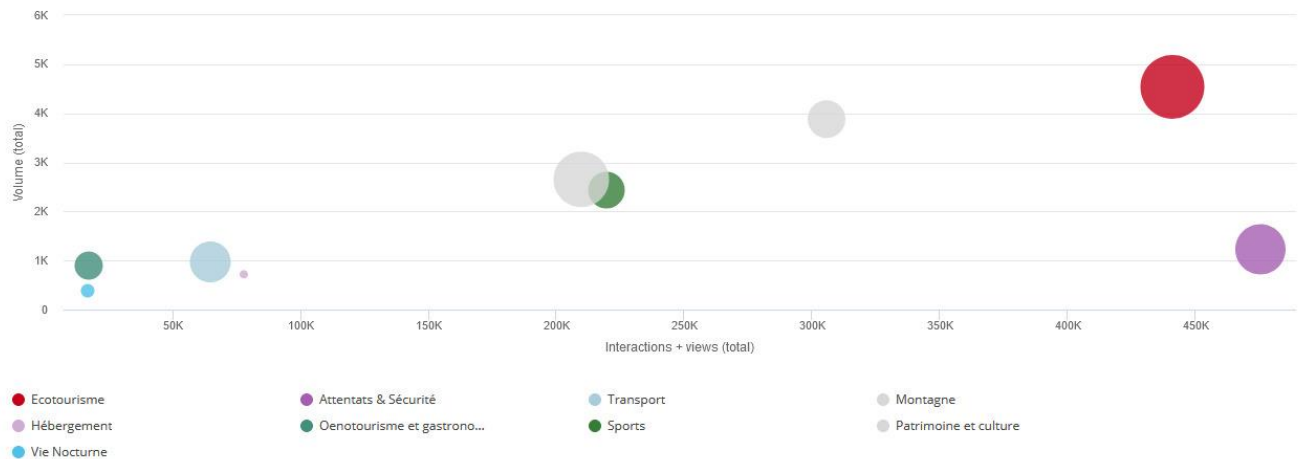
### Hahtags associés à la destinati...

2020/08/01 - 2020/08/31

#pyrenees #nature  
#montagne #mountains  
#tourismeoccitanie #france  
#landscape #explore #pyrénées  
#occitanie #hiking #travel  
#mountain #randonnée #hautespyrenees  
#pirineos #paysage #rando #naturelovers  
#photography #naturephotography #landscapephotography  
#destinationpyrenees #lake #pyreneesorientales #outdoor  
#adventure #hike #picoftheday #oau

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

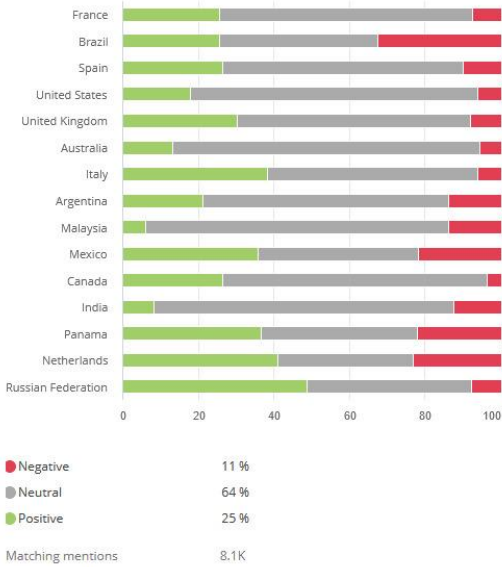
2020/08/01 - 2020/08/31



## COMMENT ? La qualification des échanges.

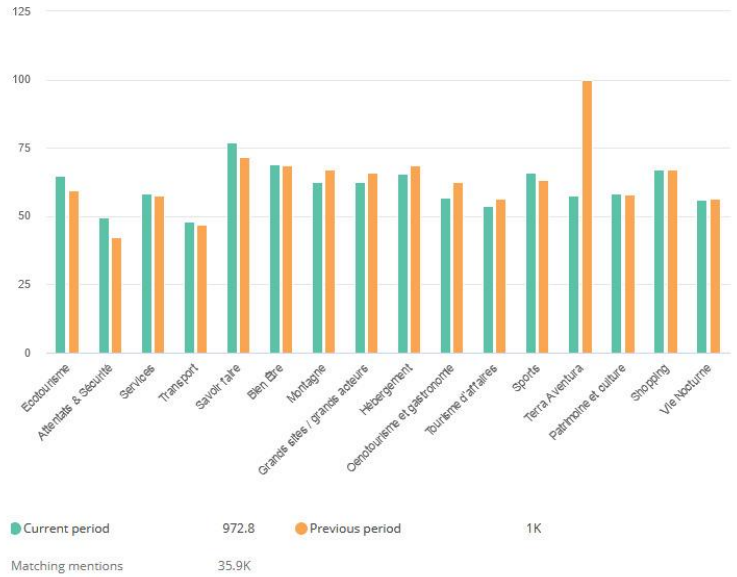
### Sentiment par pa...

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 séjour.

- « Une découverte de la montagne avec un train ! C'est splendide »
- « Week-end découverte de Pau. Grottes de Bétharam, Petit train d'Artouste. Hôtel très propre, les mesures sanitaires sont bien mises en place et respectées. Restauration excellente, Personnel très agréable et attentif à chaque demande. Chambre confortable. Idéal pour découvrir Pau et ses environs. »
- « Emplacement idéal pour découvrir les Pyrénées (rando, canyoning). Le service est au top. Attention, les lits d'appoint ne peuvent servir que pour un enfant. La restauration est simple, voire basique à certains horaires. »
- « Le personnel accueillant et poli, le petit déjeuner commun, mais le gros point noir C'est la propreté, la chambre grouillée de moutons de poussière et il y avait une forte odeur nauséabonde le matin dans la salle de bain L'hygiène »
- « Très bon emplacement pour visiter le centre-ville de Pau. Pros: Très bon emplacement pour visiter le centre-ville de Pau. »
- « Halte à Pau en revenant du train d'Artouste et avant d'aller à Toulouse pour la cité de l'espace. L'hôtel est canon, personnel au top et piscine magnifique. Les enfants ont apprécié. »



## 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.

