

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

### Pau-Pyrénées - novembre 2020

La destination Pau-Pyrénées génère des volumes d'activités assez stables sur les réseaux sociaux. Les principaux écarts (-81% pour les interactions) sont liés pour l'essentiel à des « bruits » sans rapport direct avec la destination (Brésil en majeur, Espagne en mineur). **Dans un contexte de (re)confinement, la tonalité des échanges associés est positive** (55 pts de SRS sur une échelle de 1 à 100). L'association à la pandémie n'est explicite que pour 5% des mentions, et sur des sujets/thématiques plutôt positifs.

La tonalité générale est ainsi majoritairement associée aux vacances et loisirs. Les contenus sont de différents types. **Le partage photos** reste le point fort de la destination. Instagram génère à lui seul 15% des volumes de mentions. Ce mois-ci, les sites les plus publiés et partagés sont les lacs et plans d'eau : Le Lac de Montagnon est vu par @northernelg comme « une petite merveille française qui se cache au cœur des Pyrénées (28 000 abonnés – 2 400 interactions) ou relayé à l'occasion de @desracinesetdesails le 24-nov par plus de 1 400 interactions. Les institutionnels (@bearpyreneestourisme) sont actifs en fil rouge avec en moyenne plus de 1 300 interactions / publication. **Le partage vidéo** de récits de voyages est plus actif encore. Tiny House Livingston entraîne ses 29 000 abonnés dans "un voyage au centre de la terre" (des Landes aux Pyrénées via la Vallée d'Ossau, Arette-La-Pierre-St-Martin, Grottes de Kakuetta). Plus de 6 000 interactions sont échangées sur la(les) destination(s) traversées (cf infra).

**L'actualité demeure au second plan** (pandémie y compris). Elle peut être positive comme en début de mois avec l'annonce, et les commentaires associés, du passage du Tour de France 2021.

### Nombre de mentions (en 12 langues)

2020/11/01 - 2020/11/30

↓ 13.7K

-10 % par rapport à la période précédente

### Nombre d'interactions

2020/11/01 - 2020/11/30

↓ 863.8K

-81 % par rapport à la période précédente

### Nombre de vues

2020/11/01 - 2020/11/30

↑ 5.5B

+1 % par rapport à la période précédente

### Contre-Valeur-Publicitaire

2020/11/01 - 2020/11/30

↓ 205.9K

-78 % par rapport à la période précédente

### Social Reputation Score

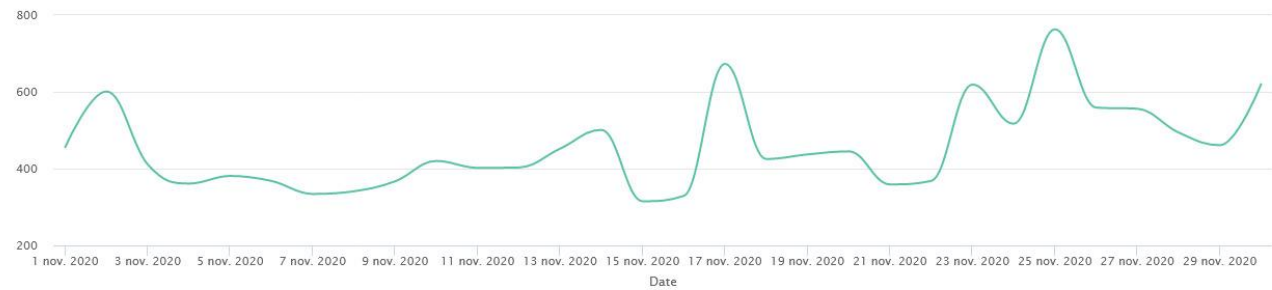
2020/11/01 - 2020/11/30

↓ 54.8

-1 % par rapport à la période précédente

### Evolution journalière du volume de mentions

2020/11/01 - 2020/11/30

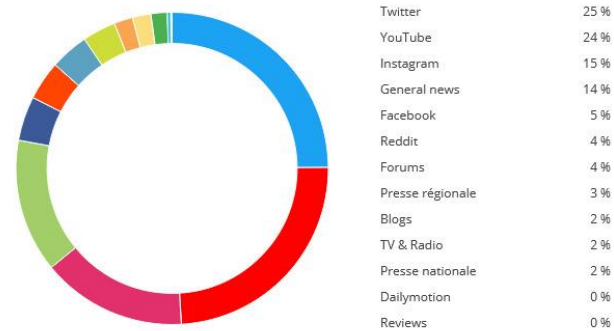


Mentions correspondantes 13.7K

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

#### Répartition des mentions selon le type de média

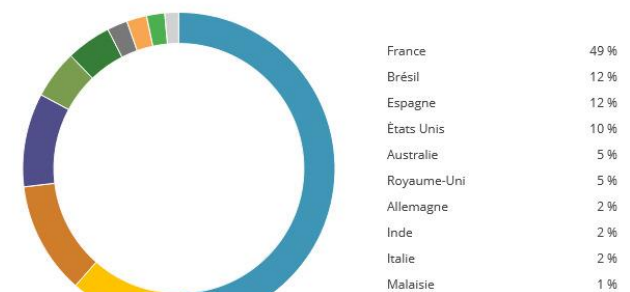
2020/11/01 - 2020/11/30



Mentions correspondantes 13K

#### Répartition et évolution des mentions selon le pays

2020/11/01 - 2020/11/30



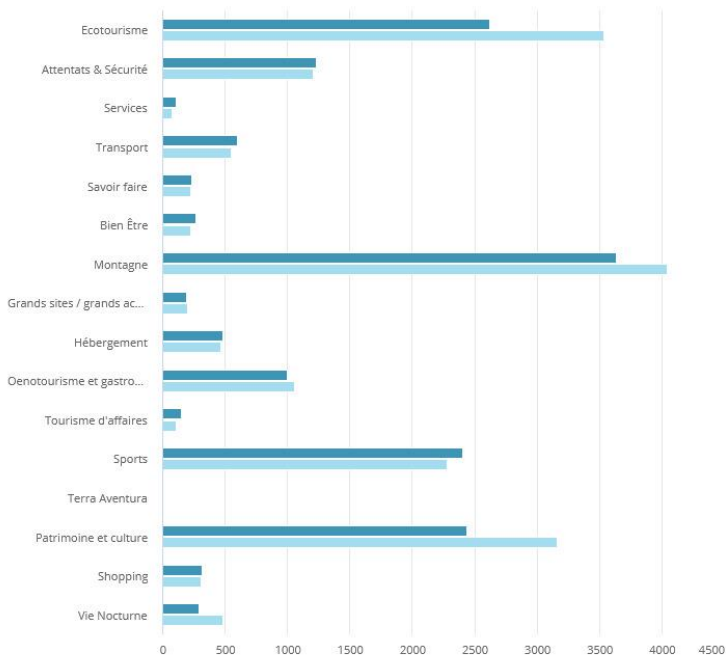
Mentions correspondantes 5.9K



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

### Parts de voix par sous-topics

2020/11/01 - 2020/11/30



Période actuelle 16K Période précédente 17.9K

Mentions correspondantes 29K

### Nuage de mots-clés

2020/11/01 - 2020/11/30

pyrénées 2020 new 2021  
 2019 local fin face spain  
 europe route point video 000  
 paris tour fica première temps année start  
 andorra covid-19 différent monde également big conditions  
 photo journée

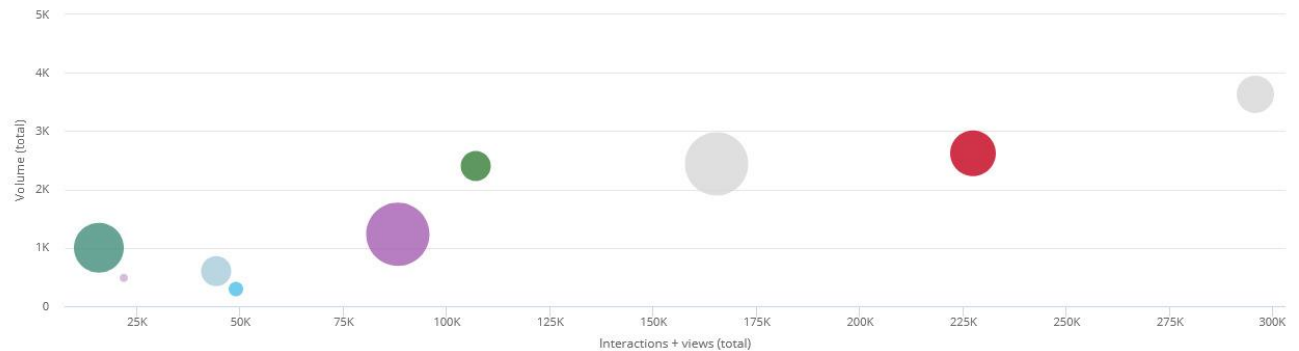
### Hahtags associés à la destination

2020/11/01 - 2020/11/30

#pyrenees #nature  
 #montagne #mountains  
 #france #landscape  
 #occitanie #pyrénées  
 #tourismeoccitanie #travel  
 #photography #mountain #hiking  
 #naturephotography #explore  
 #landscapephotography #randonnée  
 #hautespyrenees #pirineos #photooftheday

### Paysage des thématiques les plus actives

2020/11/01 - 2020/11/30



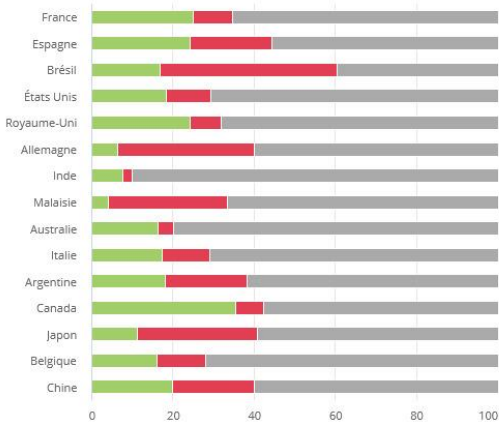
- Ecotourisme
- Hébergement
- Vie Nocturne
- Attentats & Sécurité
- Oenotourisme et gastro...
- Sports
- Transport
- Montagne
- Patrimoine et culture



## COMMENT ? La qualification des échanges.

### Sentiment par pays

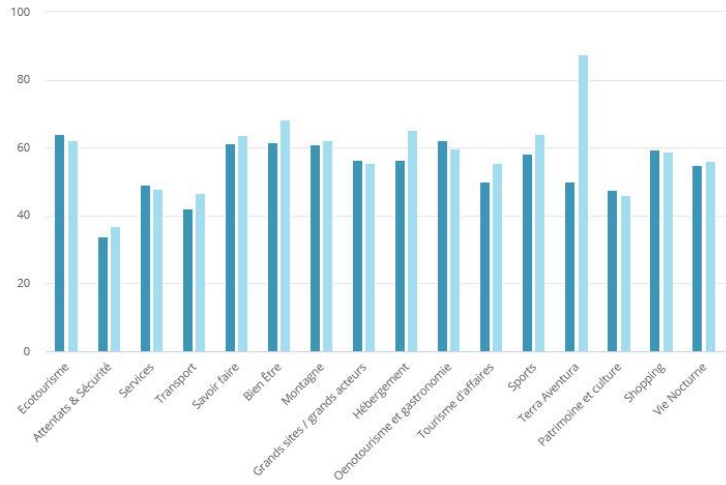
2020/11/01 - 2020/11/30



Neutre 63 %  
Négatif 15 %  
Positif 22 %  
Mentions correspondantes 5.3K

### Social Reputation Score par thématique

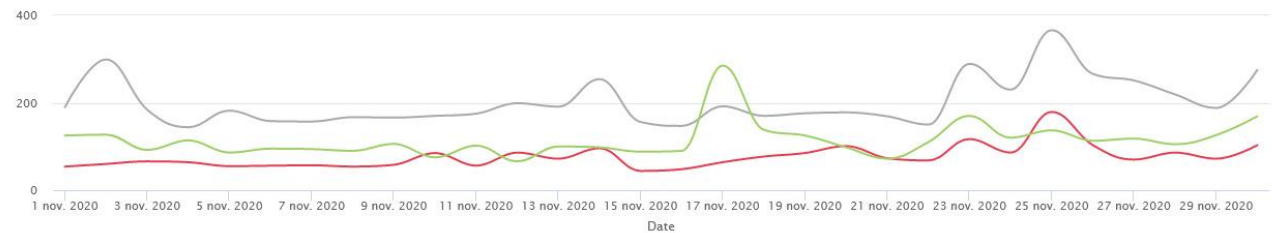
2020/11/01 - 2020/11/30



Période actuelle 867.7 Période précédente 935.6  
Mentions correspondantes 29K

### Evolution des conversations par sentiment

2020/11/01 - 2020/11/30



● Neutre 6.1K ● Négatif 2.3K ● Positif 3.4K  
Mentions correspondantes 11.8K

### Sélection de commentaires autour d'un séjour en Tiny House des Landes aux Pyrénées

**Pyrénées : voyage au centre de la terre. Voyage en Tiny House - Tiny house Livingston - 5 600 vues - 6 000 interactions -**

« Superbe, image, un grand merci au monsieur qui nettoie la plage. J'espère que c'est image de déchets feront prendre conscience que chaque achat avec emballages a une conséquence. Les grottes, superbe. Depaysement bénéfique en ce moment de confinement. Un grand merci et bon dimanche. »  
« Waow. Quelles belles images...ça me manque de voyager en France/Espagne, en montagne, à la mer et prendre la route. Merci pour le partage. Des coucou depuis la Belgique. »  
« Hé ! J'avais aussi visité les gorges de Kakuetta quand j'étais en vacances par là-bas y'a 3 ans ! Ça m'a rappelé des souvenirs =D J'ai trouvé le témoignage de l'homme de la plage très touchant, ça a dû être une rencontre assez forte. Je vous souhaite une belle route, et à un de ces jours ! =) »  
« râlala je m'évade grâce à vous ! Les gorges de kakuetta ça fait longtemps que je veux y aller !! Je reste quand même sur ma faim Je pensais en voir plus J'EN VEUX ENCORE !!! Coincé à Bordeaux pendant ce confinement, merci à vous deux de nous permettre de nous évader pendant cette période compliquée ! »  
« Une dinguerie ce voyage ! Par contre... Ça me fait vraiment mal au cœur de voir qu'il y a autant de déchets sur les plages... personnellement je diminue un maximum le plastique, et ça passe aussi bien par mes achats en magasin sur les légumes et fruits (vrac) que dans l'ameublement (je privilégie le bois, c'est toujours réconfortant dans une maison d'avoir un meuble qui a une histoire, et surtout qui a abrité une vie précieuse. »  
« coucou vous deux ! ha que cela fait plaisir de vous voir découvrir notre beau Sud-Ouest et de voir que vous avez pris plaisir... entre le littoral atlantique et les Pyrénées, il y a effectivement de quoi profiter de la nature et faire de belles rencontres festives 😊... merci pour ce joli partage ! »



## 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 Réputation 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.

