

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

### Poitiers - Futuroscope - janvier à novembre 2020

Depuis le début de l'année la destination Poitiers Futuroscope génère des volumes conséquents d'activités avec plus de 80 000 mentions et 11 millions de vues potentielles. La tonalité associée est clairement positive avec un SRS\* de 67 pts (sur une échelle de 1 à 100). **Dans un contexte de pandémie, l'activité relevée sur les réseaux sociaux identifie 3 séquences distinctes.** La première en amont du confinement est dans la lignée de 2019. Les mouvements sociaux se disputent l'espace avec les jeux proposés par le parc en amont de la réouverture. La reprise est active avec en toile de fond l'ouverture d'Objectif mars qui soutient les échanges sur les réseaux sociaux. **Avec le confinement, le volume d'échanges journaliers est en nette réduction, mais avec une connotation très positive** (#onesttousuneattraction, etc). Le déconfinement s'opère, sur les réseaux sociaux, avec le retour des jeux en ligne proposés par le parc le 19mai. Le relais est pris par les échanges autour de la réouverture du parc et de ses conditions (médias et avis clients). En juin, Poitiers fait l'actualité sur les réseaux sociaux (via les médias) à l'occasion des élections municipales. Avec la réouverture effective (le 13-juin) du Parc du Futuroscope, les avis clients et voyageurs font leur retour et redonnent à la destination Poitiers-Futuroscope une activité habituelle et toute aussi positive se prolongeant sur l'arrière-saison grâce à l'exposition (positive) liée au passage du Tour-de-France. **La dimension patrimoniale (nature & culture) semble plus active depuis la période estivale.** Avec le reconfinement, à défaut d'avis de visiteurs, l'E-réputation s'alimente de la notoriété du Parc, et de ses projets à court et moyen terme, avec **une communauté de « visiteurs » qui demeure attentive.**

### Nombre de mentions (en 12 langues)

2020/01/01 - 2020/11/30

↓ 80.1K

-23 % par rapport à la période précédente

### Nombre d'interactions

2020/01/01 - 2020/11/30

↑ 11.2M

+53 % par rapport à la période précédente

### Nombre de vues

2020/01/01 - 2020/11/30

↑ 23.4B

+23 % par rapport à la période précédente

### Contre-Valeur-Publicitaire

2020/01/01 - 2020/11/30

↑ 2.1M

+43 % par rapport à la période précédente

### Social Reputation Score

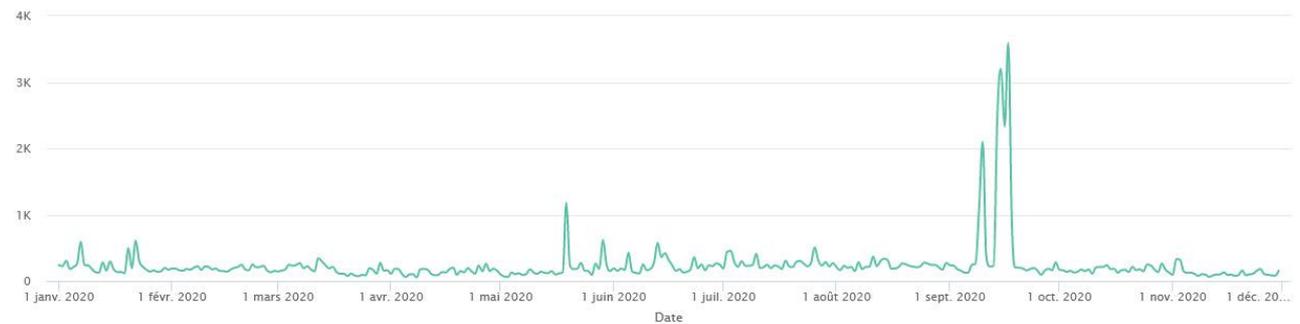
2020/01/01 - 2020/11/30

↑ 66.2

+9 % par rapport à la période précédente

## Evolution journalière du volume de mentions

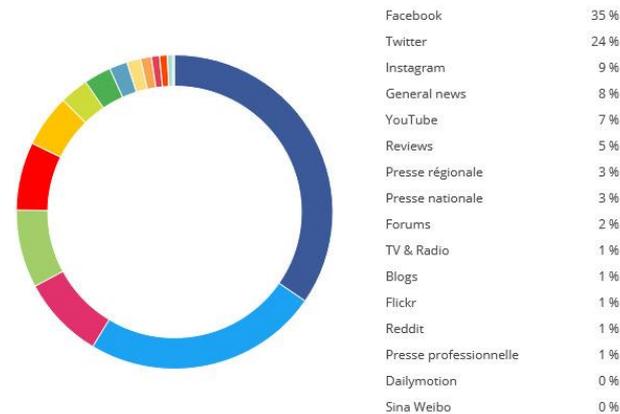
2020/01/01 - 2020/11/30



## QUI ? D'où proviennent les conversations ?

### Répartition des mentions selon le type de média

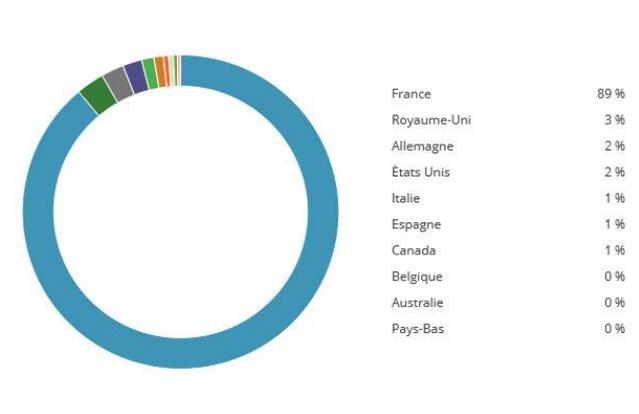
2020/01/01 - 2020/11/30



Mentions correspondantes 79.4K

### Répartition et évolution des mentions selon le pays d'origine

2020/01/01 - 2020/11/30



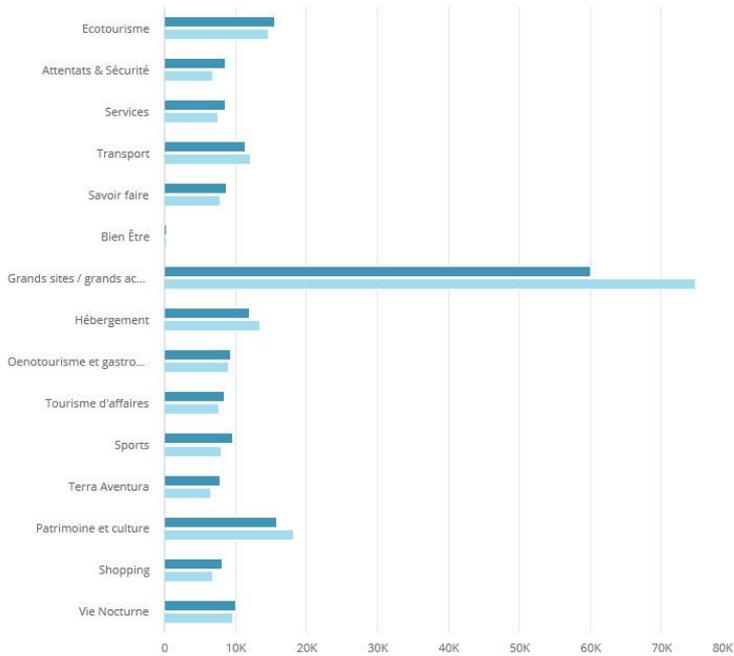
Mentions correspondantes 51.4K



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

### Parts de voix par topics

2020/01/01 - 2020/11/30



Période actuelle 194.3K Période précédente 203.6K  
Mentions correspondantes 183.5K

### Nuage de mots-clés

2020/01/01 - 2020/11/30

2020 tour vienne participe  
nouvelle bonne première  
place réponse chance paris  
temps attraction attractions site famille  
journée monde objectif plaisir sarran centre mis  
déjà fin ville déjanté châteleraut personnes année

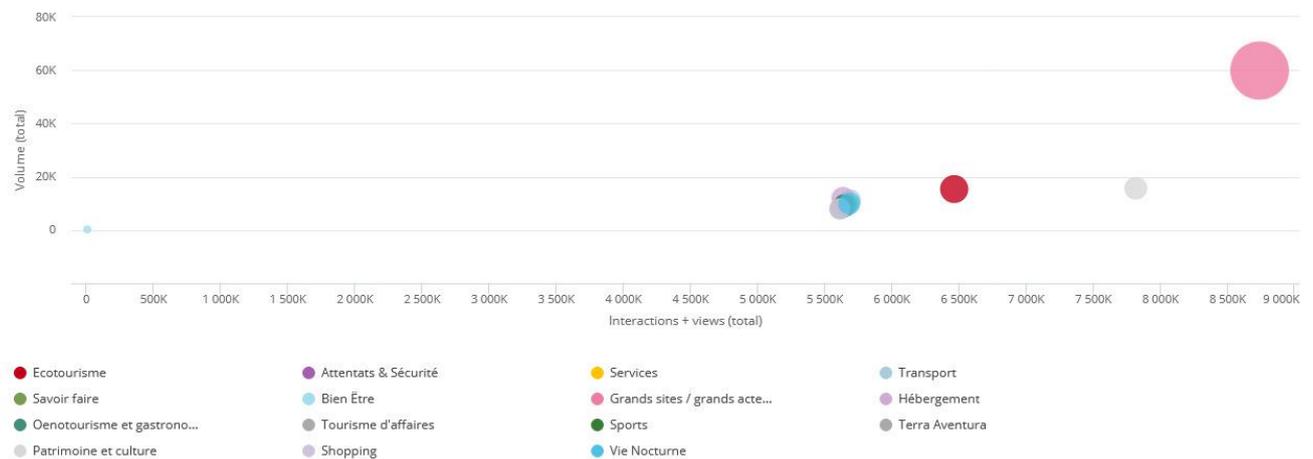
### Hahtags associés à la destination

2020/01/01 - 2020/11/30

#poitiers #futuroscope  
#france #châteleraut  
#vacances #parc #attraction  
#fun #avgeek #nouvelleaquitaine  
#famille #futur #weekend #adsb  
#spectacle #sebastienloeb #séjour #billet  
#enfant #futuropolis #promo #viennne #objectifmars  
#thomaspesquet #solarimpulse #grandpoitiers #picoftheday #tdf2020  
#larochelle #amoipoitiers

### Paysage des thématiques les plus actives

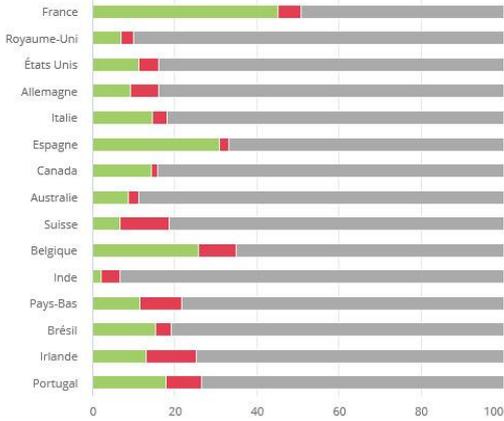
2020/01/01 - 2020/11/30



## COMMENT ? La qualification des échanges.

### Sentiment par pays

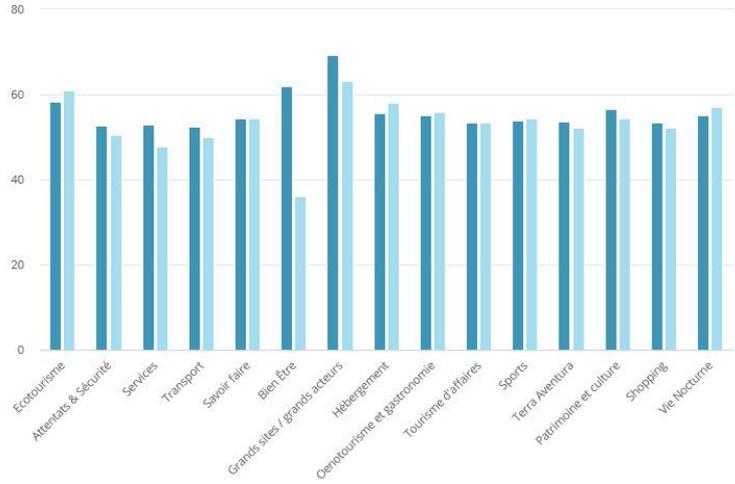
2020/01/01 - 2020/11/30



Neutre	53 %
Négaif	6 %
Positif	41 %
Mentions correspondantes	53.1K

### Social Reputation Score par thématique

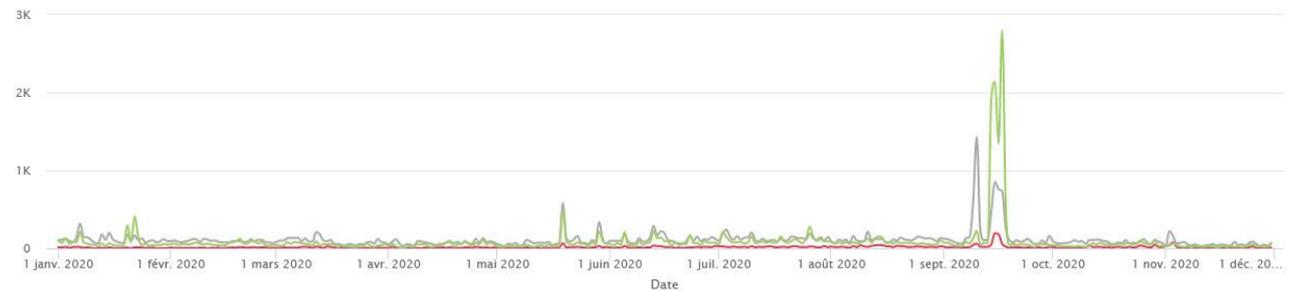
2020/01/01 - 2020/11/30



Période actuelle	839.1	Période précédente	800.8
Mentions correspondantes	183.5K		

### Evolution des conversations par sentiment

2020/01/01 - 2020/11/30



● Neutre	52 %	● Négaif	7 %	● Positif	41 %
----------	------	----------	-----	-----------	------

Mentions correspondantes 72.4K

### Sélection d'avis de voyageurs

*Sélection de visiteurs ayant passé 2 jours sur le parc... et une nuit à l'hôtel.*

« Nous avons passé 2 jours extraordinaires au futuroscope. Il faut prévoir 2 jours si vous voulez faire toutes les activités proposées...ce que nous avons fait sans être déçus d'aucune attraction. Superbe spectacle le soir. Rien à dire... A savourer sans modération. 1 enfant 9 ans. 1 enfant 14 ans. 2 adultes. »

« Pause au futuroscope sur la route des vacances Période covid... respect des règles sanitaires ! Peu de monde sur le site pour un we de début août. Le parc est très bien entretenu, avec des espaces détente... car on marche beaucoup ! Les attractions, dont certaines vieillissent face aux technologies actuelles sont toujours agréables à faire. Les plus récentes sont plus à sensation . A découvrir ! Pour les plus jeunes des espaces de jeux et attractions qui conviennent à toutes la famille ! »

« Nous avons passé 2 jours au Futuroscope, petits comme grands nous étions ravis, beaucoup d'activités et de jeux d'eau qui étaient bienvenus avec ces températures »

« Avec ma famille nous avons passé 2 jours formidable, très beau parc et beaucoup d'ombre, très agréable en cas de forte chaleur et c'était le cas pour nous. Nous avons fait toutes les attractions c'était super. Et un grand MERCI pour le personnel de l'hôtel, restaurants, à l'entrée, dans les boutiques et dans les attractions tous super sympas. »



## 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.

