

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

**Poitiers-Futuroscope - novembre 2020**

L'écho de la destination est en net repli avec le (re)confinement. Les volumes de mentions (-30%), interactions (-49%) et vues (-50%) sont en baisse. Ils traduisent plus un changement de nature des contenus qu'une perte de « notoriété » de ses différentes composantes. **Une actualité occupe l'espace les 2 et 3 nov** : l'arrestation à Poitiers de 2 hommes soupçonnés "d'apologie du terrorisme". Au-delà des publications des médias, les réseaux sociaux s'emparent du sujet avec de multiples échanges faisant à l'occasion référence à des faits historiques (beaucoup) plus anciens de type « il aurait fallu les arrêter avant ». La séquence génère plus de 350 mentions, 24 000 interactions et 50 millions de vues potentielles.

**Le Parc du Futuroscope** habituel moteur des échanges demeure très actif, mais sans le recours habituel à des opérations de promotions (de type jeu-concours) génératrices de gros volumes. Sur les réseaux sociaux, il communique tout au long du mois auprès de sa clientèle : le 9 pour l'ouverture des réservations pour 2021, ou la recherche de comédiens pour le prochain spectacle, le 11 sur « les coulisses du parc », le 20 pour un partage de recette du Chef Escalante (Atelier des Saveurs) et le 25 pour annoncer qu'il reste fermé avec "une réouverture espérée le 06-février". Les visiteurs (réels) ou les comploteurs sont actifs sur la toile (cf infra). **La visibilité de la destination s'appuie par ailleurs sur l'image**. Instagram cumule ce 10% des contenus avec une sémantique très positive ("vacances", "soleil", "magnifique", "Jeux", ...) associée aussi bien au Futuroscope qu'à Poitiers ou aux campings. On remarquera parmi les mots-clés les plus actifs : le #nature et le #poitou, avec pour l'un et l'autre des clichés publiés présentant la destination via sa flore, ses paysages, aussi bien en espace rural qu'urbain.

### Nombre de mentions (en 12 langues)

2020/11/01 - 2020/11/30

↓ 3.7K

-30 % par rapport à la période précédente

### Nombre d'interactions

2020/11/01 - 2020/11/30

↓ 592K

-49 % par rapport à la période précédente

### Nombre de vues

2020/11/01 - 2020/11/30

↓ 424.6M

-50 % par rapport à la période précédente

### Contre-Valeur-Publicitaire

2020/11/01 - 2020/11/30

↓ 106.6K

-49 % par rapport à la période précédente

### Social Reputation Score

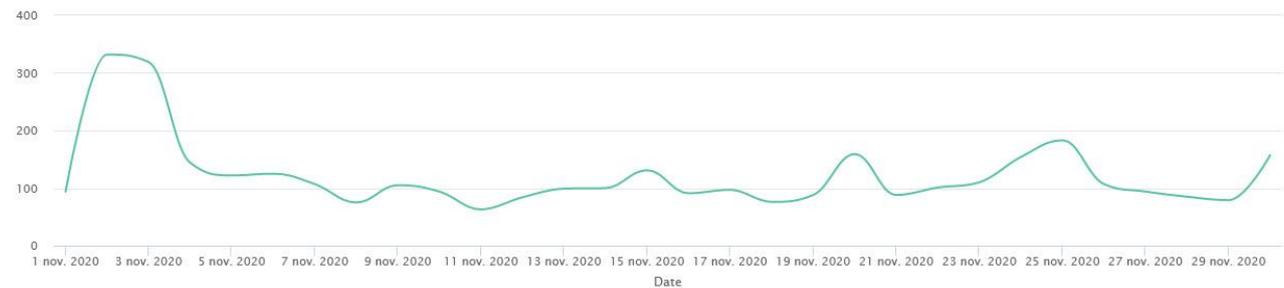
2020/11/01 - 2020/11/30

↓ 57.2

-4 % par rapport à la période précédente

## Evolution journalière du volume de mentions

2020/11/01 - 2020/11/30

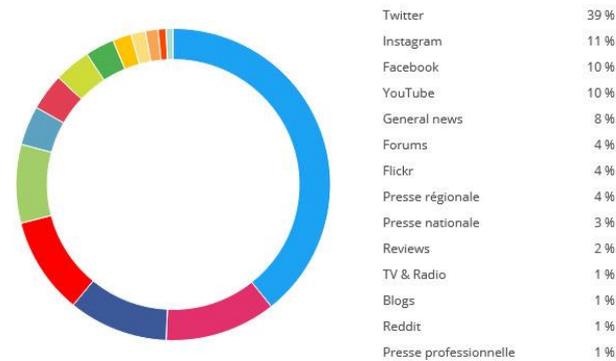


Mentions correspondantes 3.7K

## QUI ? D'où proviennent les conversations ?

### Répartition des mentions selon le type de média

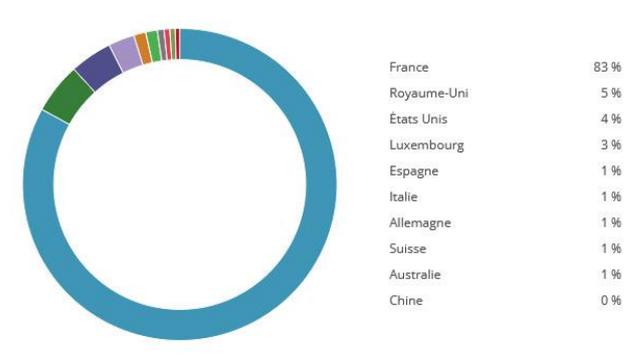
2020/11/01 - 2020/11/30



Mentions correspondantes 3.6K

### Répartition et évolution des mentions selon le pays

2020/11/01 - 2020/11/30



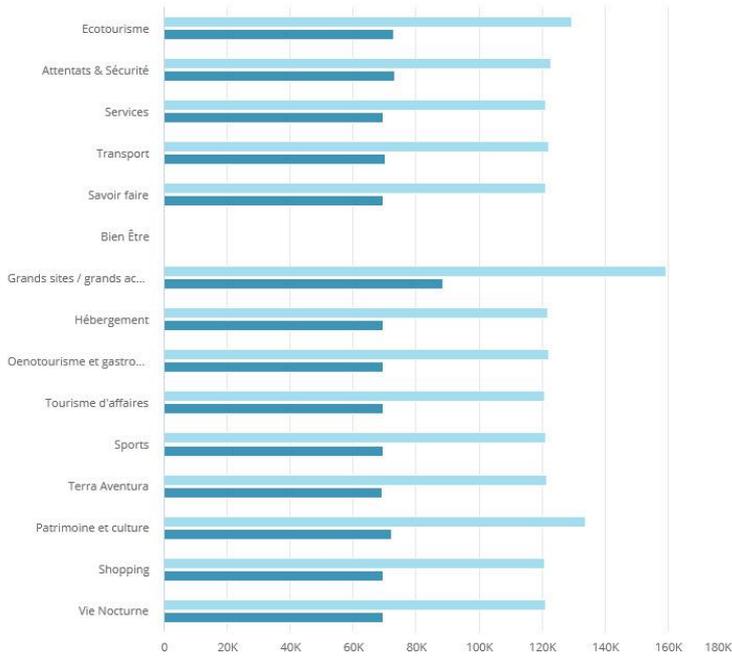
Mentions correspondantes 2.3K



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

### Parts de voix par sous-topics

2020/11/01 - 2020/11/30



Période précédente: 64 %    Période actuelle: 36 %

Mentions correspondantes: 8.9K

### Nuage de mots-clés

2020/11/01 - 2020/11/30

2020 apologie interpellés  
vienne centre afghans  
nouvelle confinement place ville  
2021 temps année fin paris déjà  
migrants personnes hôtel site châtelierault  
également ligne accueil monde service date décembre lieu  
français

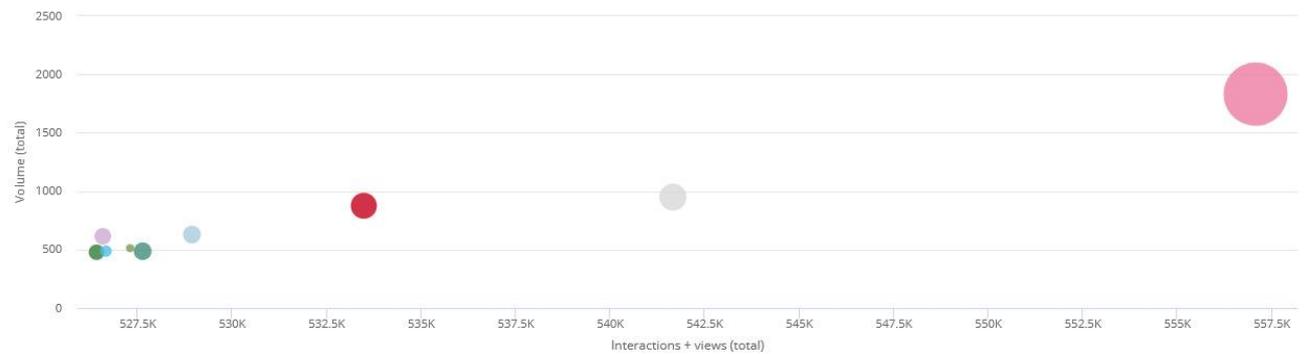
### Hahtags associés à la destination

2020/11/01 - 2020/11/30

#poitiers #futuroscope  
#france #adsb #avgeek  
#grandpoitiers #montmorillon  
#nouvelleaquitaine #amoipoitiers  
#nature #poitou #igers\_poitiers  
#châtellerault #châtellerault #vivreaupoitiers  
#photooftheday #sunset #departement86  
#instagood #igersfrance #sky #art #paysdufuturoscope  
#night #poitoucharentes #chauvigny #oiseaux #vienne86 #clouds  
#confinement

### Paysage des thématiques les plus actives

2020/11/01 - 2020/11/30



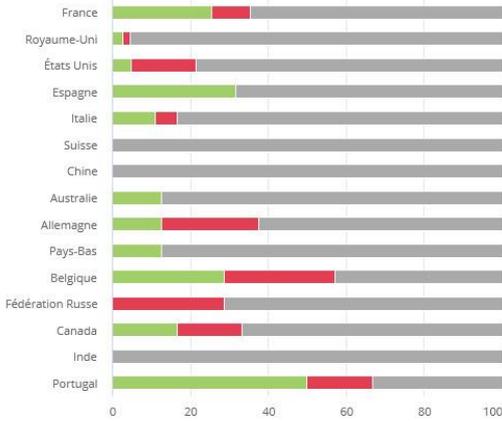
● Ecotourisme    ● Transport    ● Savoir faire    ● Grands sites / grands acte...  
● Hébergement    ● Oenotourisme et gastro...    ● Sports    ● Patrimoine et culture  
● Vie Nocturne



## COMMENT ? La qualification des échanges.

### Sentiment par pays

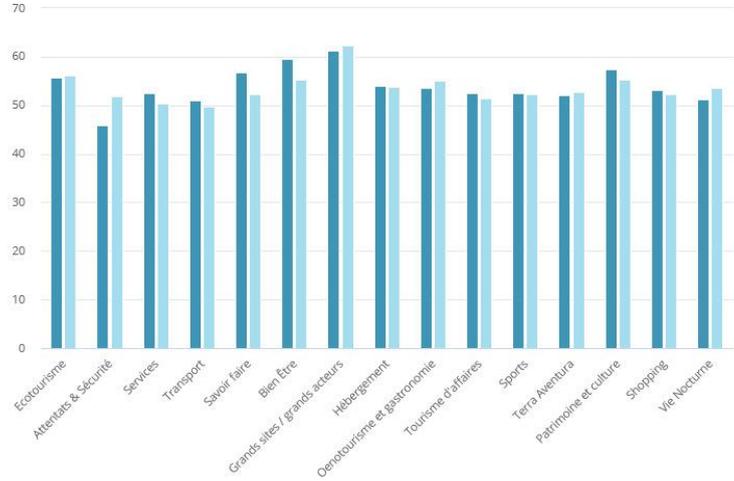
2020/11/01 - 2020/11/30



Neutre 68 %  
Négatif 10 %  
Positif 23 %  
Mentions correspondantes 1.9K

### Social Reputation Score par thématique

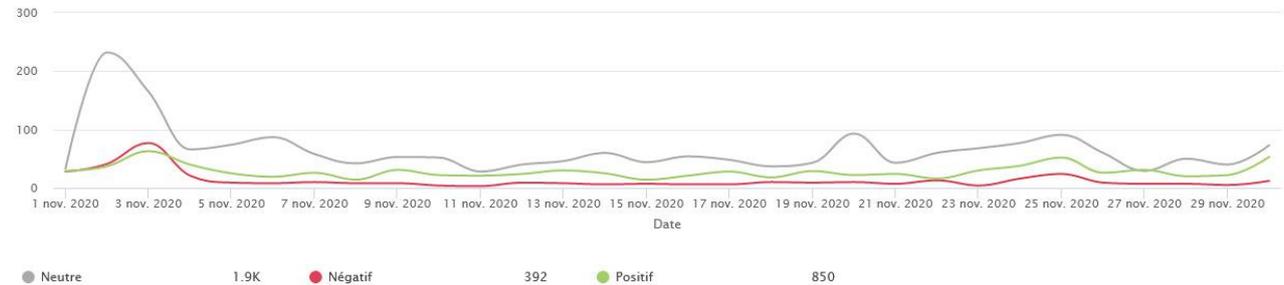
2020/11/01 - 2020/11/30



Période actuelle 809.1 Période précédente 804.2  
Mentions correspondantes 8.9K

### Evolution des conversations par sentiment

2020/11/01 - 2020/11/30



Mentions correspondantes 3.2K

### Avis de visiteurs et Avis de comploteurs : Regards croisés sur le Futuroscope.

#### En début de mois (le 1) avec le reconfinement, l'heure est au « complot » :

« Les 3 parcs (Futuroscope, Disney, Astérix) fermés jusqu'au 18-déc, le confinement déjà acté ? Nous ment-on ? », « ils ont tous les dates, pas nous ! » ou « ils nous mentent @futuroscope, ils connaîtraient les dates du 3èmeconfinement ».

A l'inverse, certains font la démarche de démonter ces 'informations » :

« si le parc est fermé, c'est qu'avant la fréquentation est trop basse, stop la désinformation. Merci (je travaille au Futuroscope) ».

Cette séquence ne se prolongera guère au-delà du 2 et sans qu'elle ne génère de gros volumes d'interactions.

#### Dans le même temps les avis de visiteurs (à posteriori) se poursuivent tout au long du mois, dans une tonalité semble-t-il plus positive que d'ordinaire.

Super parc , très propre, très accueillant . Les équipes sont top , les hôtels aussi . La restauration est très bonne. Les enfants ont adoré ces 2 jours passés là bas

Futuroscope : Super

Super journée en famille, ce parc est super, attractions au top, personnel très agréable, nous ne nous attendions pas à ça !!!!!

Futuroscope : Parfait

Excellente visite pour petits et grands Nous n'en attendions pas tant Excepté un peu d'attente aux attractions phares

Futuroscope : Pas toujours à la hauteur

Deux ou trois attractions intéressantes mais le reste reste bon enfant. Je garde un excellent souvenir de ma première visite en 1997 et j'avoue avoir été un peu déçu mais peut-être aussi que nous nous sommes habitués aux effets spéciaux depuis ce temps.



## 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.

