

WEB-RÉPUTATION ET TOURISME

Le 18 février dernier PI@net Tourisme, association regroupant l'ensemble des organisations professionnelles vendéennes du secteur touristique, organisait à La Chambre de Commerce et d'Industrie de la Vendée, un colloque intitulé « **WEB-RÉPUTATION ET TOURISME – 1 AN APRÈS – RÉSULTATS ET ÉVOLUTIONS** ».

Ce colloque était consacré à la présentation des conclusions d'un audit de Web-Réputation, mené à trois reprises entre juillet 2011 et décembre 2012 par la Société FILTERIS, auprès des 21 stations vendéennes suivantes :

- Brem-sur-Mer
- Brétignolles-sur-Mer
- Challans
- Château-D'Olonne
- Fromentine
- La Barre-de-Monts
- l'Île-d'Yeu
- Jard-sur-Mer
- La Faute-sur-Mer
- La Tranche-sur-Mer
- l'Aiguillon-sur-Mer
- Les Sables d'Olonne
- Longeville-sur-Mer
- Notre-Dame-de-Monts
- Olonne-sur-Mer
- Saint-Gilles-Croix-de-Vie
- Saint-Hilaire-de-Riez
- Saint-Jean-de-Monts
- Saint-Vincent-sur-Jard
- Talmont-Saint-Hilaire
- L'Île-de-Noirmoutier

La synthèse des analyses de Web-Réputation présentée par le président de Filteris, Jérôme Coutard, est plus qu'encourageante pour les stations à l'étude qui sont passées au crible d'une méthodologie éprouvée.

Pour chaque station, les grands paramètres étudiés ont concerné : *Buzz* (présence et visibilité) sur le Web et dans l'actualité, présence et attractivité sur les médias sociaux [Facebook, Twitter, guides touristiques en ligne, forums de discussions, blogs] et enfin, analyse de la sentimentalité (perceptions et valeurs positives et négatives). Cette étude a permis de réaliser une analyse très fine dont l'aboutissement a conduit à la création d'un indicateur de Web-Réputation unique.

APRÈS 18 MOIS D'ANALYSE, 3 GRANDS TYPES DE STATIONS SONT RESSORTIS.

- Les stations numériques d'une part (Les Sables d'Olonne et Saint-Jean-de-Monts), qui marquent leur avance en termes de présence et de visibilité sur le Web et un évident engagement sur les médias sociaux.

- Les stations pro-actives d'autre part (comme Fromentine-la Barre de Monts ou Olonne-sur-Mer) qui ont amorcé le virage numérique mais pour lesquelles des étapes d'optimisation de *Buzz* (présence et visibilité) et d'exploitation de certains réseaux sociaux doivent être optimisées.

- Enfin, les stations plus « classiques » qui viennent assez récemment de prendre leur élan numérique pour des raisons souvent liées à un manque de temps ou de ressources.

DEPUIS JUILLET 2011, LES STATIONS À L'ÉTUDE ONT AFFICHÉ 5 PERFORMANCES NOTABLES :

1. **+60%** d'augmentation moyenne du *Buzz* (visibilité et présence) sur le Web des 21 stations
2. **+26%** d'augmentation moyenne de la visibilité des stations sur le Web social (effet « Vendée Globe », la station des Sables d'Olonne a affiché une augmentation de 208%)
3. **+73%** d'augmentation moyenne du nombre de Fans Facebook des 21 stations (15000 nouveaux fans en plus depuis juillet 2011)
4. **+167%** d'augmentation moyenne du nombre d'abonnés aux comptes Twitter des 21 stations, preuve que Twitter ne peut plus être considéré comme un réseau social élitiste.
5. **+13%** d'augmentation moyenne des perceptions positives associées aux 21 stations dont certaines ont inversé l'échelle des valeurs qui leur était associée. Fromentine par exemple, initialement associée à la « médiocrité » se voit désormais accolée aux valeurs « plaisir ». « accessibilité » et « beauté », fruits d'un étroit engagement Web-social orchestré par son Office de Tourisme.

Au final, l'indicateur mis en place par Filteris affiche une augmentation moyenne de 19% de la Web-Réputation des stations depuis le début de l'audit.

Cette démarche a permis aux Offices de Tourisme de prendre conscience de la pertinence du Web et des médias sociaux pour capter, attirer et fidéliser une clientèle de plus en plus numérique.

Cet audit de Web-Réputation commandé par PL@net Tourisme, avec l'appui technique de la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Vendée, a été réalisé en partenariat avec les Pôles Touristiques « Vendée des îles » et « Vendée Côte de Lumière ».

CONTACT :

FLORENCE GAUTRON-BRILLANT,

Responsable Département Compétitivité Economique

CCI Vendée

16, rue Olivier de Clisson

CS – 10049

La Roche-sur-Yon Cedex



Vendée des îles

FILTERIS

FILTERIS est une société canadienne spécialisée en audit de Web-Réputation, stratégies et formations numériques.

WWW.FILTERIS.COM | info@filteris.com