

RENAITRE ICI

IMPACT DU CORONAVIRUS SUR LA E-REPUTATION DES DESTINATIONS D'Auvergne-Rhône-Alpes

Bilan au 18 mai 2020



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme



Description du corpus analysé

L'état des lieux du sentiment depuis le 6 Janvier 2020

La tonalité attribuée à une conversation du web social prend en compte plusieurs paramètres :

- Les mots et expressions utilisées
- Les hashtags employés
- Les émotions exprimées
- Les émoticônes utilisés
- Les photos partagées

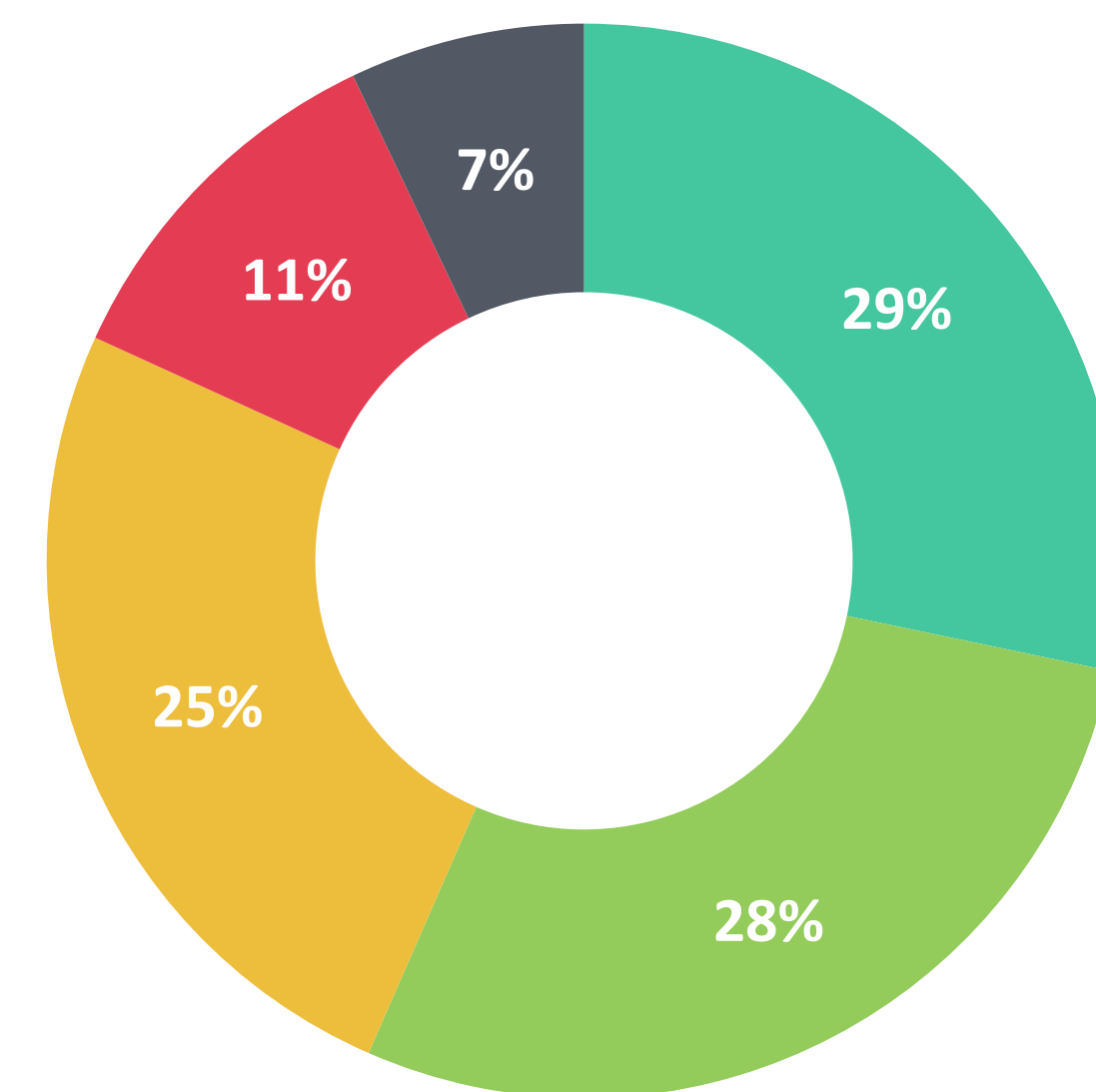
Le moteur de sentiment utilisé s'appuie sur l'intelligence artificielle. Le modèle optimise la précision en s'approchant au plus près de la notion de sentiment comme attitude humaine (opinion, point de vue) en tenant compte du sujet et du contexte dans lequel s'exprime la personne.



Un check manuel aléatoire permet de vérifier la pertinence de l'attribution à un taux de fiabilité estimée à 90%.

- **6 400 sources** du web social pour plus de **153 000 articles et posts** concernant la région dans un contexte travel/tourisme, dont plus de **17 000 liés au COVID-19**.
- Toutes les destinations du territoire sont présentes dans le sentiment analysé dans la mesure où elles sont « raccrochées » à la région ou aux 12 départements.
- **Les principales sources actives sur le sujet** incluent les médias online, blogs, forums et réseaux sociaux **actifs dans 120 pays (*)**.
- L'écoute est réalisée dans les **principales langues internationales**.

- Online News
- Social Networks
- Blogs / Forums
- Newspaper / Magazine
- TV / Radio



(*) Le chinois fait partie des langues incluses, toutefois le web crawling des médias et réseaux sociaux en Chine est limitée.



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme



La "diffusion" du COVID-19

dans la réputation de la destination

La présence du COVID-19 dans l'ensemble des conversations sociales du web concernant la destination AuRA est restée sous la barre symbolique des 10% sur les 3 dernières semaines, un niveau faible permettant à d'autres thématiques travel de nourrir l'attractivité de la grande région.

VOLUME TOTAL DE MENTIONS ASSOCIANT LE COVID-19 A LA DESTINATION

Depuis le 1^{er} janvier 2020



Un volume qui représente
5% du total France

Générant...

... 1,3M de Réactions

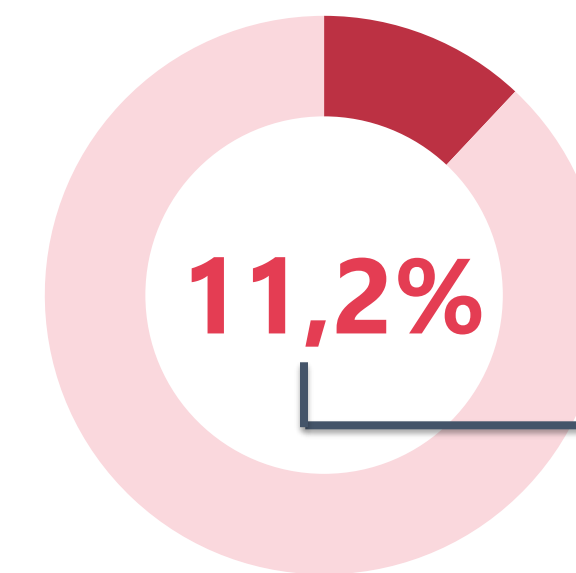
... et 392M de « Vus » potentiels



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

PART D'ATTENTION DANS LE SENTIMENT TOTAL DE LA DESTINATION

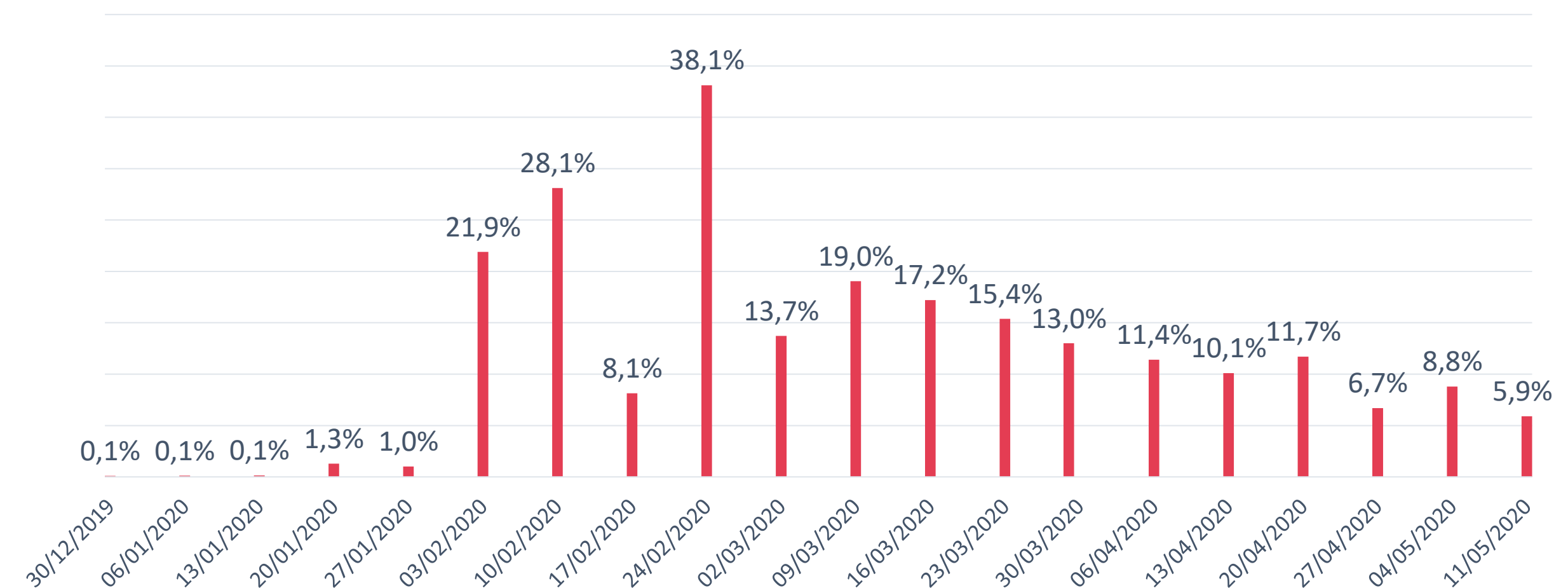
Depuis le 1^{er} janvier 2020



Présence du sujet COVID-19 dans les conversations sociales du web associées à la destination AuRA

Benchmark destination France
27,7%

Evolution de la part d'attention au COVID19 dans les conversations AuRA



BILAN AU 18 MAI

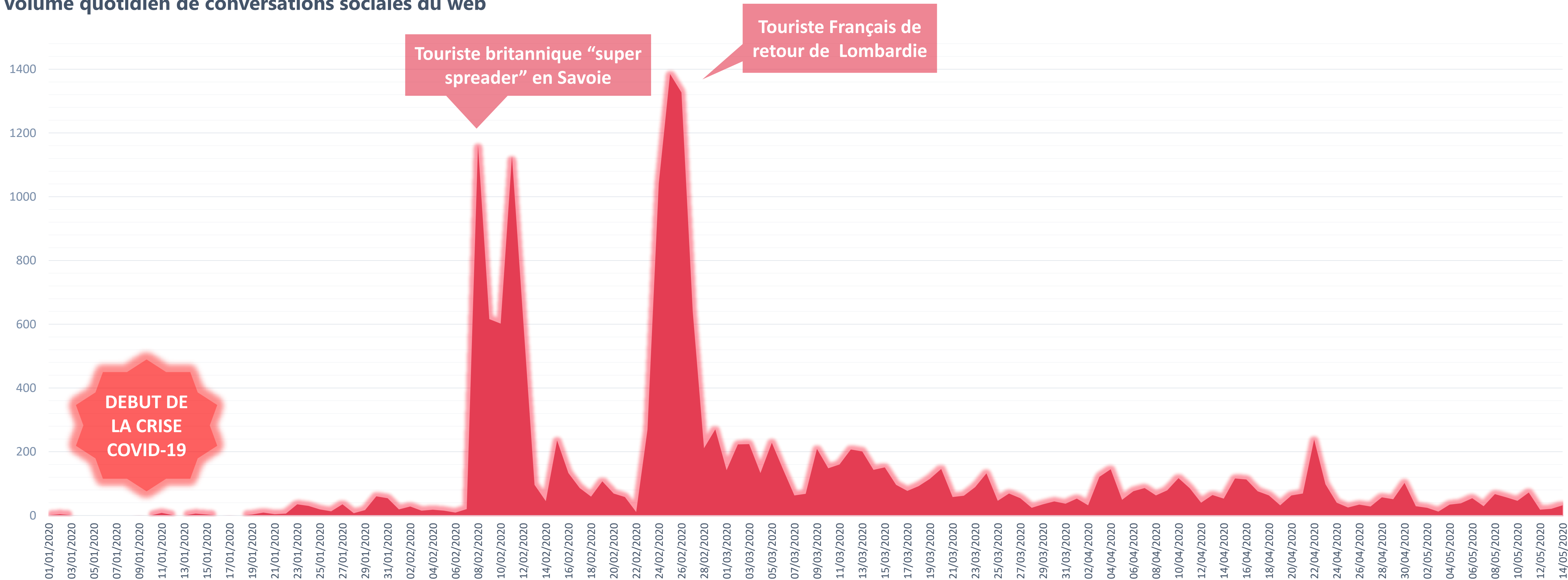


Evolution des conversations sociales du Web

Associant le COVID-19 à la Destination AuRA

La relative accalmie observée depuis début mars se poursuit. Le rythme de partages en ligne associant le sujet covid19 à la région dans un contexte travel / tourisme dépasse rarement le seuil des 100 posts par jour ces dernières semaines.

Volume quotidien de conversations sociales du web



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

BILAN AU 18 MAI



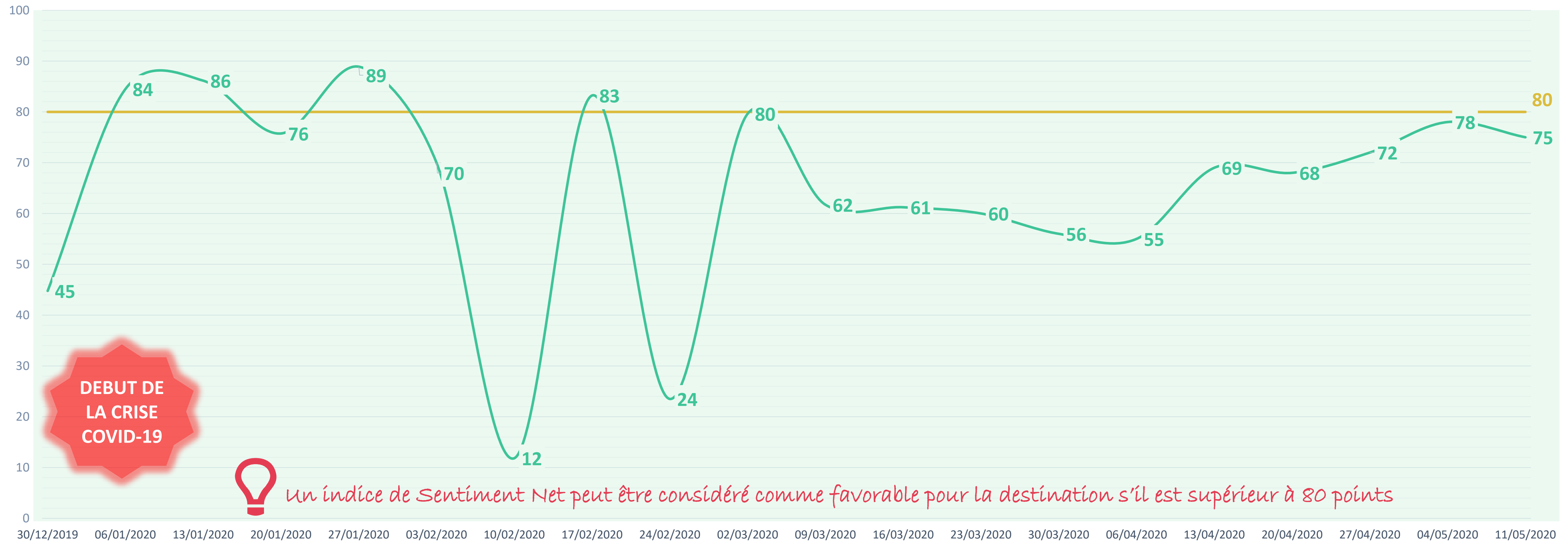
Impact sur le sentiment

Le COVID-19 a-t-il modifié le sentiment général à l'égard de la destination ?

Alors que la France ne bénéficie pas de l'effet d'annonce liée aux vacances estivales autorisées, l'indice de sentiment net de la destination AuRA a bien progressé ces 15 derniers jours. La réputation de la région AuRA s'approche de son objectif de rebond à 80 points.

Destination Net Sentiment Index (*)

— Objectif de rebond — Auvergne-Rhône-Alpes



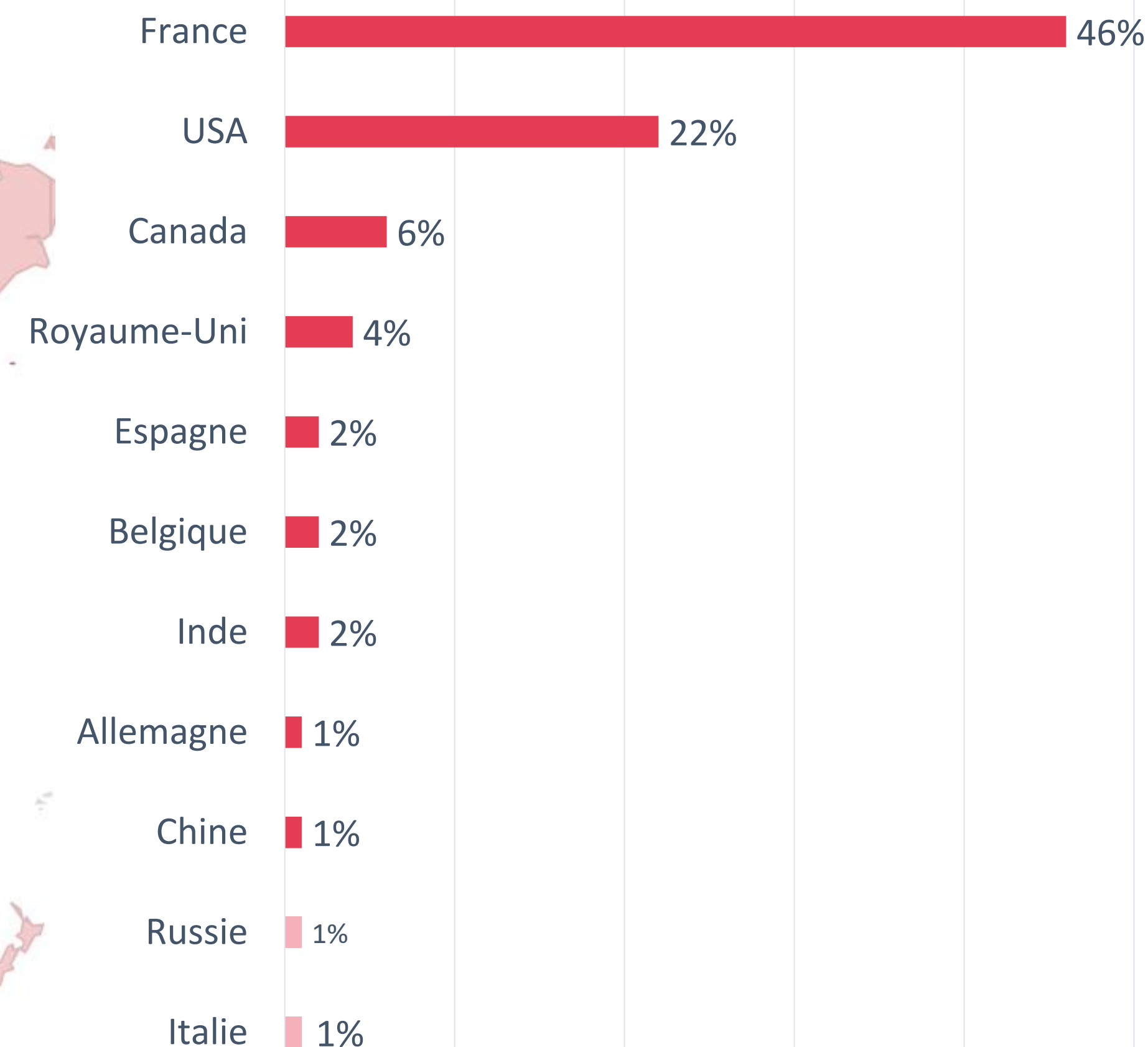
Résonnance internationale – 15 derniers jours

Marchés les plus exposés au « bruit » autour d'AuRA et du COVID-19

La résonance géographique sur les 15 derniers jours confirme la rémanence du bruit sur les marchés nord américains et britanniques, au-delà du marché domestique. Le Canada a été très exposé au bruit concernant l'étude de transmission du virus par les enfants (touriste britannique en Haute-Savoie)

MARCHES LES PLUS "ACTIFS" DANS LES CONVERSATIONS DES 15 DERNIERS JOURS

Base : Volume total des conversations



15
PREMIERS
JOURS DE
MAI

1 314



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

BILAN AU 18 MAI

