

#ET

15

les rencontres  
nationales  
du etourisme

# RENCONTRES ETOURISME

## ATELIERS

Pau – Palais Beaumont  
Les 15, 16 & 17 octobre 2019

# Etude We like Travel : Les Tendances social media et le palmarès 2019 des destinations



**Nicolas de Dianous**



**Cofondateur – We Like Travel**

[Cliquez ici pour découvrir le site Web](#)



# Réseaux Sociaux

## Ce qu'il faut retenir :

- **10% des destinations françaises ne sont pas sur Instagram.**
- **Les réseaux sociaux les plus utilisés quotidiennement sont :**



- **En 2019, 96% des destinations françaises se sont concentrées sur Facebook et Instagram.**
- **43% des publications étaient du contenu de haut niveau.**
- **Aujourd'hui la gestion de la stratégie de contenu est confiée à des personnes qualifiées.**

# Top 5 des destinations avec la meilleure performance sur les réseaux sociaux

SAVOIE MONTBLAN  
TOURISME



Auvergne  
Destination Volcans



Golfe du  
Morbihan  
Vannes  
TOURISME



Auvergne  
Rhône-Alpes  
Tourisme



LIVE  
UNITED  
ValThorens  
OFFICE DE TOURISME



# Stratégie de contenu sur Facebook

- 53% des destinations analysées ont sponsorisé certaines de leurs publications.

↳ **Objectif** : Valoriser et dynamiser l'audience et la portée des autres publications.

- Sponsoriser les publications à fort potentiel.
- 51% des destinations ont publié des contenus plus séduisants, plus adaptés et plus esthétiques.
- Les vidéos sont devenues prépondérantes.
- Poster moins souvent mais rendre le contenu plus qualitatif.
- Publier 3 ou 4 fois par semaine.

# Top 5 des destinations françaises sur Instagram

**PARIS**  
Office du Tourisme  
et des Congrès



Région  
**île de France**



LIVE  
UNITED **VT**  
**Val Thorens**  
OFFICE DE TOURISME



EXPLORE  
**NICE**  
CÔTE  
D'AZUR



# Recommandations de Stratégie de contenu

- Travailler son identité et sa ligne éditoriale, être créatif et sponsoriser ses publications.
- La vidéo verticale est devenue toute puissante.
- Engouement pour les stories, contenu rapide et de qualité à fort capital de séduction.
- L'avenir de la commercialisation passe par la conversation via Messenger.



**Seulement 1/3 des messages sur Messenger ont une réponse dans la journée de la part des Offices de Tourisme.**

## *Synthèse réalisée par*



**Laura  
BARBE**



**Pauline De  
Castro**



**Melanie  
Coutinho**

*Etudiantes de Master AGEST*

*Découvrez nos profils ici.*