

Novembre 2018



RENAÎTRE ICI

**S'appuyer sur le Social Media Insights
pour développer
l'attractivité de la montagne auprès des
jeunes**



KANTAR TNS.

RENAÎTRE ICI

01

Contexte et méthodologie



Contexte

La région Auvergne Rhône-Alpes est la principale destination de montagne, avec une forte fréquentation en hiver, très concentrée sur quelques départements, une fréquentation davantage répartie sur le territoire en été.

L'analyse de la fréquentation montre que la clientèle est très familiale : on séjourne à la montagne en tant qu'enfant avec ses parents, on y retourne en tant qu'adulte avec sa propre famille, mais entre ces deux étapes, on se tourne vers d'autres destinations, tout particulièrement pour les séjours estivaux.

Pendant l'été 2017, les 15-24 ans ne représentent plus que **8%** des touristes en montagne.

Questions : comment séduire cette clientèle de jeunes : quelles offres lui proposer ? Comment s'adresser à cette cible ?

Utilisation des réseaux sociaux

Part de la population utilisant le réseau au moins une fois par semaine – en %

■ 25% - 50% ■ 51% - 74% ■ 75% ou plus

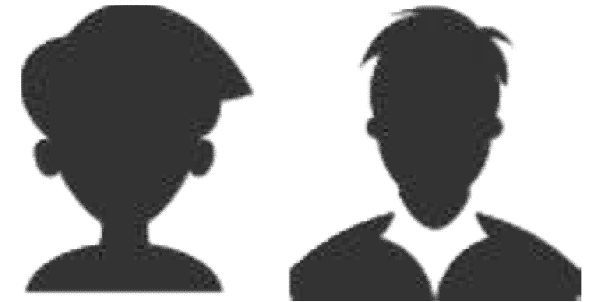
	France	16-24 ans
Facebook	69	81
YouTube	55	85
Snapchat	25	66
Instagram	23	54
Twitter	22	41
Pinterest	15	22
Dailymotion	12	15
LinkedIn	11	14
Skyrock	9	15

Un sujet source de très nombreuses publications

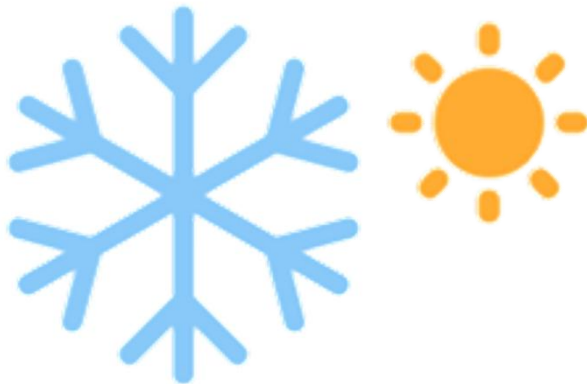
La montagne fait partie des sujets extrêmement discutés sur les réseaux sociaux par les jeunes français.



Instagram



twitter

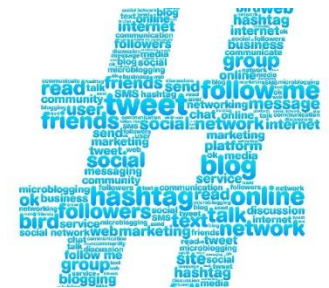


500 001
mentions
2017/2018

175 000

Auteurs uniques

Opérationnalité



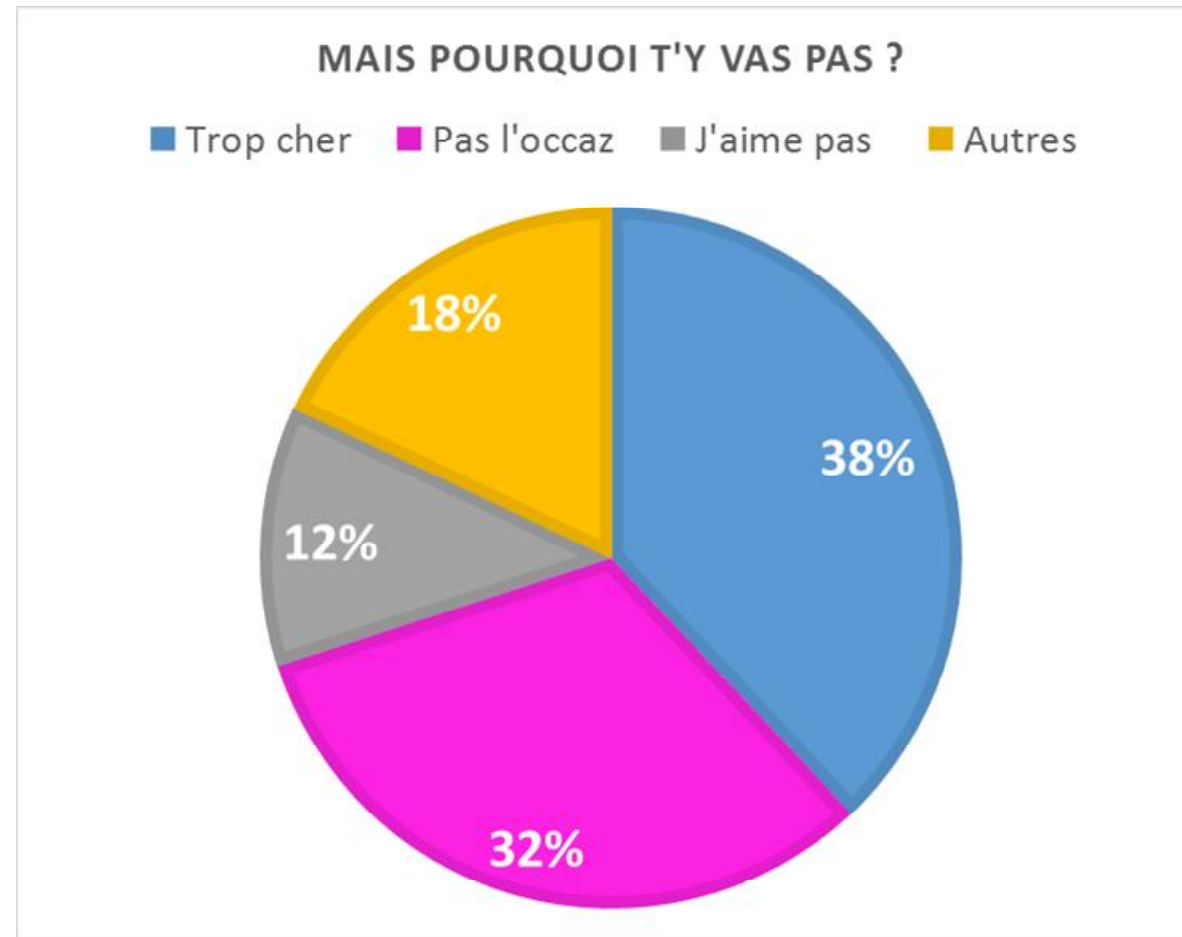
Freins à supprimer

Le ski c'est ringard ?

- Pays : France
- Cible : 15-25 ans
- Effectifs : 1 047



Poprock



Octobre 2018

Génération montagne



13-17 ANS



UCPA | SKI JORING, CHIENS & CHEVAUX

Sensations et émotions garanties avec ce programme 100 % évasion

Découverte originale du plaisir de la glisse tractée par des fidèles compagnons : le cheval en ski alpin et par un chien de traineau en ski de fond. Après l'apprentissage de la conduite du cheval aux longues rênes, place aux activités ski joring qui conviennent au plus grand nombre...

Tarif : 670 euros tout compris (hors transport)

www.ucpa-vacances.com



UFCV – Montagne et Cheval

Activité équestre sur 5 demi-journées (balades à cheval en montagne et cours en manège). Les jeunes pourront également découvrir des activités manuelles en lien avec l'environnement montagnard (ex : aquarelles, travail du bois, land art, galets peints, confection d'attrape rêves, de bracelet...), et participer à des grands jeux et des veillées

Tarif : 699 euros tout compris



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

RENAÎTRE ICI

02

Analyse détaillée

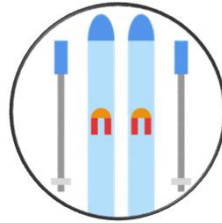


Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

Les thèmes



Événements /
soirées



Sport



Nature



Intérieur /
Cocooning



Les jeunes et la
montagne



Restaurant



Détente

Données de cadrage

D'où un premier pilier à reposer : la montagne est un lieu spécial

D'ailleurs, très rares sont les critiques...

... et toujours masquées dans un post positif.

#cher



matthieugre On fait genre mais on en a un pour deux parce que c'est trop cher...
@christophe_michalak #montblanc

flou_je Pour trois, je débarque bientôt à Paris
😋

#lenteur

@lesarcs le télésiège le plus lent de la création... parfait pour digérer après déjeuner chez Beliou 😊

#bouchons



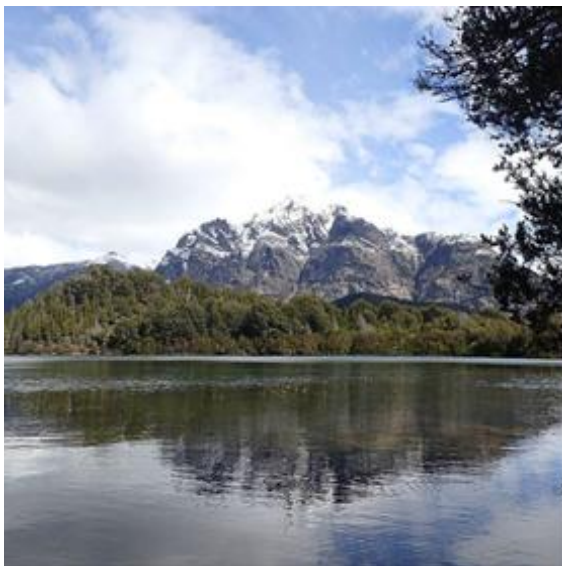
10h de route et beaucoup de bouchons...mais quel plaisir de retrouver cette vue !
#tignes #ski #neige #snow #montagne
#mountain #vacances #holiday #onestbien
#instagood!!!!

Des grandes tendances...

Deux tendances de « post » qui, bien maîtrisées, assurent l'engagement et le succès de la publication

20% des mentions été – **26% des mentions hiver**

L'hyper-contemplation



La photo se doit donc d'être belle pour créer de **l'engagement**.

Le prisme du vécu



C'est un bon moyen de personnifier les contenus et surtout d'être **inspirant**, de générer du « Pourquoi pas moi ».

Des typologies de hashtags au service de l'engagement

Des hashtags généralistes

Ils sont indispensables dans votre vocabulaire et permettent de générer du référencement parmi une population friande de photos de nature / montagne sur les réseaux sociaux

#summer

#travel

#paysage

#clouds

#montagne

#landscape

#soleil

#nature

Des hashtags géographiques

Ce sont les marqueurs de localisation, qui, tout autant que l'outil « localisation du post », assurent la notoriété et donc la préférence pour le lieu. Ne pas hésiter à en mettre plusieurs pour mettre en valeur l'ensemble du territoire concerné

#auvergnerhonealpes

#alpes

#savoie

#annecy

#auvergne

Des hashtags communautaires

Il s'agit de hashtags moins utilisés, moins connus, mais qui permettent d'engager une communauté assez spécialisée, en l'occurrence la nature / la montagne

#naturelovers

#neverstopexploring

#landscapelovers

#lifeofadventure

#Amazingview

Axes d'exploitation

Un thème qui représente un des plus gros postes d'évocation de la montagne sur les réseaux sociaux.

- Porter une attention majeure aux visuels postés, qui sont garants du buzz.
- Privilégier les grands thèmes : l'aventure, la beauté des paysages, les animaux et la météo.



Filtres Eté – Trop chaud...



La détente

La montagne se réfère avant tout au fait de couper par rapport au quotidien
38% des mentions été – **15% des mentions hiver**

Jeunes adultes vs. ados



Là encore, un sujet bien plus repris par les jeunes alors que les plus jeunes s'orientent sur le ludique.

👤 Pourquoi se prendre la tête alors qu'on a qu'une vie ☐☐ #chill #sun #annecylake #annecy #yaute #hautesavoie #mountains #lovemylife #spring #savoie montblanc #simplylife #smile



Suivre

conduire avec une vue sur la montagne et les lacs sur un fond électro c'est tarpin apaisant

07:04 - 14 juil. 2018

6 J'aime



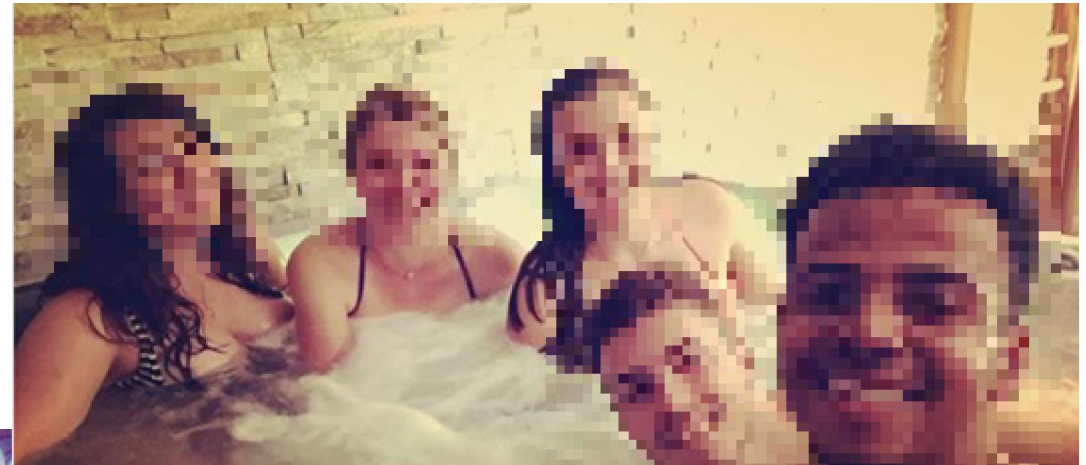
6



Profiter, se détendre : oui, mais à plusieurs

Une dimension collective et générationnelle à prendre en compte : la montagne chez les jeunes se vit à plusieurs personnes de sa génération, que ce soit dans la détente ou dans les activités

- En famille
- En couple
- Entre amis



Petit moment détente entre anim'
#colo #animateur #exenevex #hautesavoie
#love #instamoment #instalove #jacuzzi
#détente ❤️



Le temps était bon, le ciel était
bleu ☀️ ⚡️ #sun #coupdesoleil #life #kiffe #chill
#whysoserious #meribel #throwback
#familytime

T'avais deux amis qui sont aussi
des amoureux? 🌈 🌈
non je les ai laissé
à Paris hahaa 😂

Principaux emojis utilisés
sur les publications



Axes d'exploitation

EN TERMES D'OFFRE

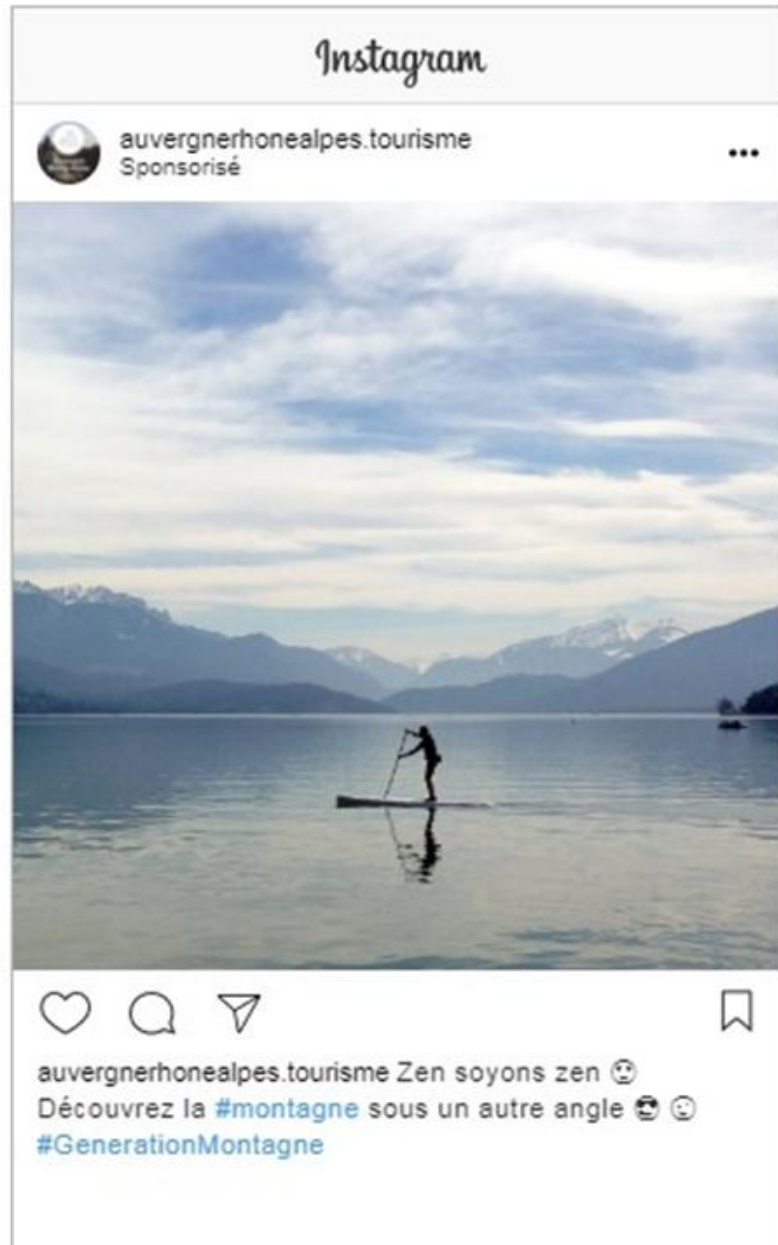
- Une offre « fun », « détente » et « entre amis » est à privilégier (ex : les sports d'eau)

EN TERMES DE COMMUNICATION

- **Pour toucher les jeunes adultes** : continuer à faire de la montagne un lieu à part, exceptionnel
- **Pour toucher les adolescents** : opter pour des communications conviviales, à plusieurs

EN TERMES D'OFFRE PRIX

- Jouer sur l'effet d'entraînement collectif en proposant des offres « groupes d'amis » en mettant en avant des lieux d'hébergement / d'activités adaptées ,
- Nouvelles auberges de jeunesse.



- **Impressions : 480 859**
- **Coût par résultat : 0,02 €**
- **Interactions avec la publication : 56 259**



Rocky pop aux Houches

Mountain Hostel à Oz-en-Oisans



1861 à Châtel

Les nouvelles auberges de jeunesse

= ambiance, décoration, prix...

2 nouvelles ouvertures en décembre 2018

- The People hostel – 364 lits – Deux-Alpes
- HO 36 à la Plagne



Le sport



13% des mentions été
37% des mentions hiver

Jeunes adultes vs. ados



Un sujet repris par la totalité des jeunes, qu'ils soient adultes / actifs ou adolescents. Un contenu qui diverge cependant sur le type de sport pratiqué :

- un contenu plus « évasion » chez les jeunes adultes
- plus « ludique » chez les plus jeunes

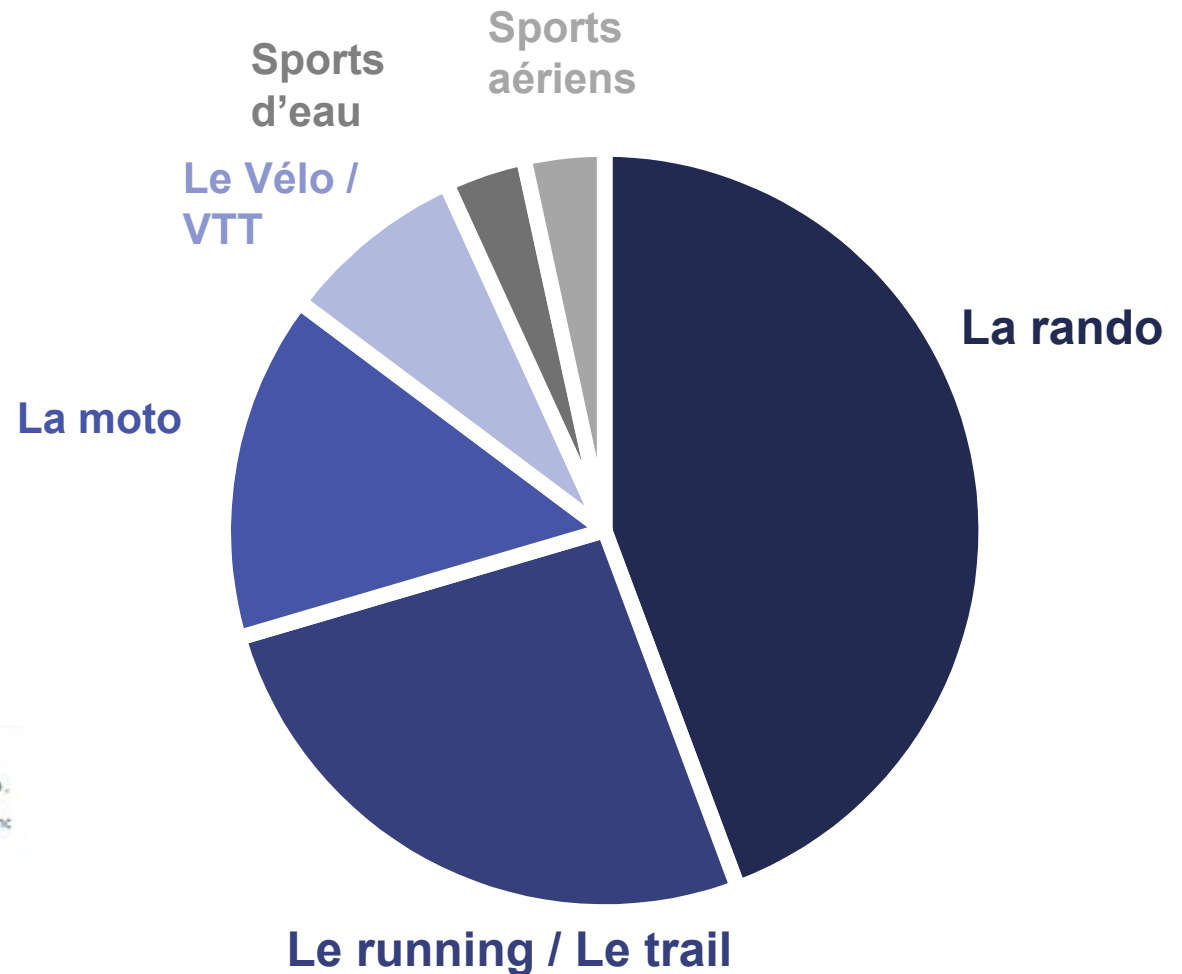
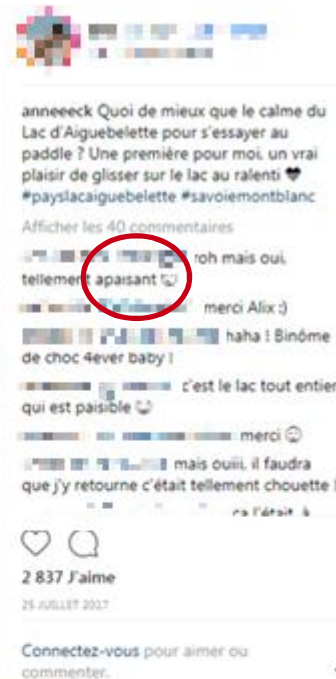


- Impressions : **178 685**
- Coût par résultat : **0,03 €**
- Interactions avec la publication : **26 476**

Le sport l'été



Une diversité de sport – spécifique ou non à la montagne – est pratiquée dans cet environnement





Les leaders



Les suiveurs





Des typologies de hashtags au service de l'engagement

Des hashtags descriptifs

Le contexte : le lieu et l'activité pratiquée. Donner autant de détails que possible.

#savoieumontblanc

#hiking

#randonnée

#chamonix

#montblanc

#summer

#trail

#nature

Des hashtags émotionnels

Le sport est vecteur d'émotion que les socionauts ont à cœur de partager

#happyrunner

#nevergiveup

#fun

#bonheur

#love

#instagood

#beautiful

Des hashtags communautaires

Ils visent à se regrouper selon le sport pratiqué

#motivation

#instarunfrance

#tbc (ndlr : top body challenge)

#cyclinglife

#teamfit

#skipassion

Le sport l'hiver



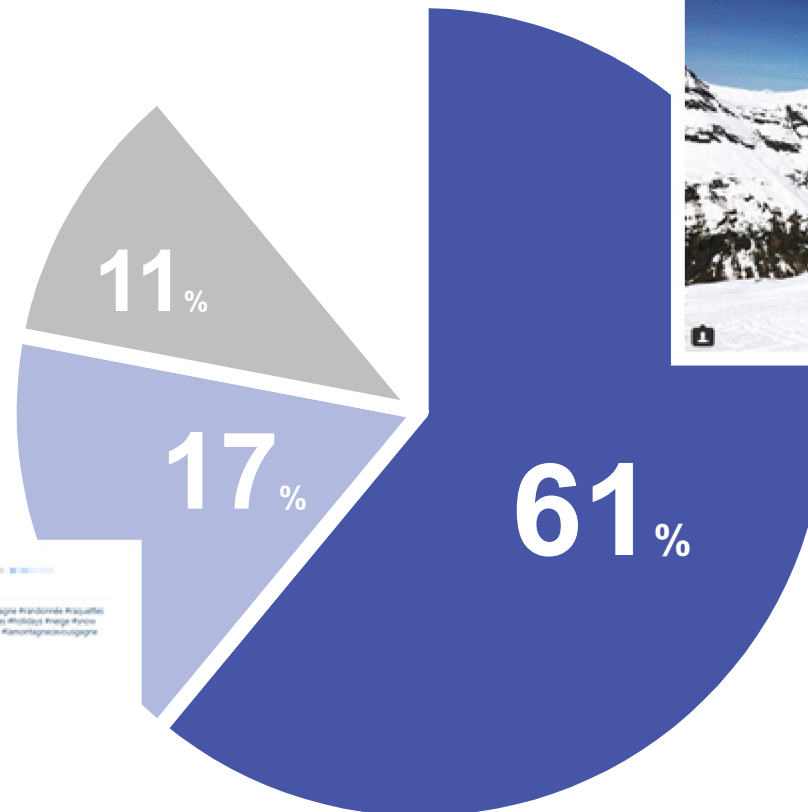
Un contenu dominé par les sports de glisse



Les sports motorisés
#moto #motoneige



La randonnée
#rando #raquettes #hiking



Les sports de glisse
#ski #skiing
#snowboard
#monoski
#snowblade
#speedriding





Axes d'exploitation

En hiver, les sports sont largement dominés par les sports de neige, le ski et le snowboard en tout premier lieu.

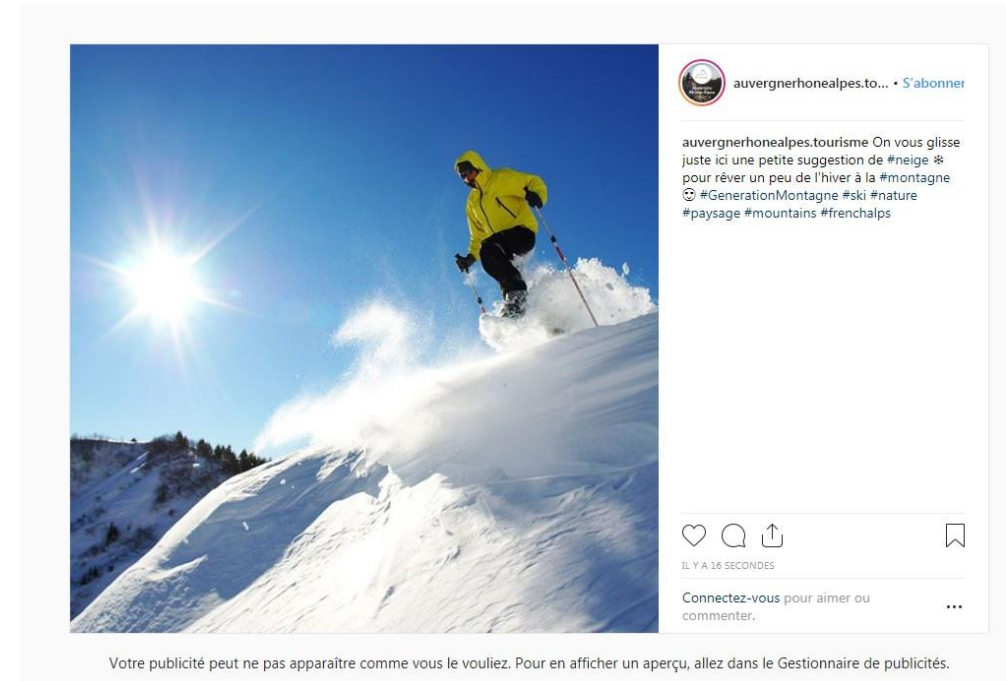
EN TERMES D'OFFRE

Aller vers le ludique pour séduire les jeunes

- Le développement de snowparks est un point très intéressant...
- A démocratiser pour des publics moins experts, via des créneaux réservés à des skieurs d'un moins bon niveau

EN TERMES DE COMMUNICATION

- Se focaliser sur le fun, le ludique pour tout le monde
- Décliner votre communication sous l'angle « collectif » Ajouter un petit côté « évasion » / « inspiration » chez les jeunes adultes.



RENAÎTRE ICI

03

Conclusion



Conclusion



Les Adolescents : à fond sur le ludique

Pour eux, l'objectif est de **s'occuper et s'amuser**, et c'est ce qu'ils montrent dans leurs posts.

L'accent est donc à mettre sur l'offre et sa popularisation / facilité d'accès :

- **Offre sportive et activités de plein air** : un appétit pour des activités originales et funs
- **Offres culturelles et festives** : développer une offre de complément, accessible et à bas prix pour les « occuper » et leur faire découvrir des moments qu'ils n'ont pas encore l'occasion de vivre dans leur quotidien,

Les Jeunes adultes : la montagne comme lieu pour couper... mais pas trop



La montagne représente surtout pour eux un bon moyen de se **reposer, se détendre, s'évader, rêver**... il faut donc encore plus conserver le côté exceptionnel du lieu en tête.

En termes **d'activités** les attentes sont assez traditionnelles (randonnée, vélo...) et doivent surtout permettre de sortir du quotidien.

Attention cependant, leur expérience doit être jalonnée de petits rappels à **leur style de vie**, notamment à l'heure de l'apéritif.