



Atelier numérique 2023 :

Quels réseaux sociaux pour
nos structures touristiques en 2024 ?

PRESENTATION DE L'ATELIER



Julie Lobstein

Chargée de projet e-tourisme
Office de Tourisme Auvergne Pays d'Issoire

Et vous ?

 Tour d'horizon des principaux réseaux sociaux

 Quelques chiffres

 On investit sur quelle plateforme en 2024 ?



FACEBOOK



Audience

- 2023 en France : **40 millions d'utilisateurs actifs mensuels**
- âge moyen 25-34 ans
- 24 % des utilisateurs ont plus de 55 ans
- 52% femmes et 48% hommes



Objectifs

- Construire une communauté et la fidéliser ;
- Déployer un canal de vente en ligne supplémentaire ;
- Générer du trafic sur votre site ;
- Mettre en avant vos produits et développer vos ventes en ligne ;
- Mettre en place des campagnes marketing ciblées et attractives avec la publicité.



INSTAGRAM



Audience

- 2023 en France : **36 millions d'utilisateurs actifs mensuels**
- 35% des utilisateurs actifs sur Instagram entre 13 et 24 ans.
- 53% femmes et 47% hommes.
- **90% des utilisateurs suivent des marques**



Objectifs

- Mettre en valeur votre activité
- Toucher un public jeune
- Faire connaître ses produits
- Se rapprocher de sa communauté
- Faire du marketing d'influence



Secteurs dominants

- Mode
- Alimentaire
- **Tourisme**



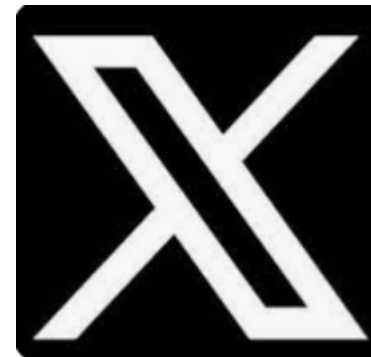


X (ex. Twitter)



Audience

- 2023 en France : **32 millions d'utilisateurs actifs mensuels**
- 50% des utilisateurs ont entre 25 et 49 ans.
- 66% sont des hommes, et 34% sont des femmes.
- Surtout adapté au mobile
- Messages brefs et instantanées pour faire réagir



Objectifs

- Faire sa veille et contrôler sa e-réputation.
- Partager du contenu, de l'actualité et montrer son expertise.
- Se rapprocher et interagir avec sa communauté.
- Améliorer sa visibilité et profiter de la viralité du réseau.
- Humaniser son entreprise



LINKEDIN



Audience

- 2023 en France : **25 millions d'utilisateurs actifs mensuels**
- 100% dédié aux professionnels
- en pleine progression : 43% d'utilisateurs de plus que l'année dernière
- 60% des utilisateurs en France ont entre 25 et 34 ans.
- 48% femmes et 52% hommes



Objectifs

- Faire de la prospection et développer son réseau
- Promouvoir son activité et montrer son expertise
- Augmenter la visibilité de son entreprise
- Partager la vie de l'entreprise et mettre en avant son équipe
- Faire de la veille et échanger
- Recruter





TIKTOK



Audience

- 2023 en France : **15 millions d'utilisateurs actifs mensuels**
- les français passent en moyenne 1h30 par jour sur la plateforme
- 47% des utilisateurs français ont entre 13 et 24 ans.
- 53% femmes et 47% hommes.



Objectifs

- Proposer des challenges pertinents pour votre entreprise à votre communauté
- Se rapprocher de votre clientèle jeune
- Créer et partager du contenu viral
- Profiter du fort taux d'engagement
- Proposer des contenus créatifs et humoristique
- Humaniser votre entreprise

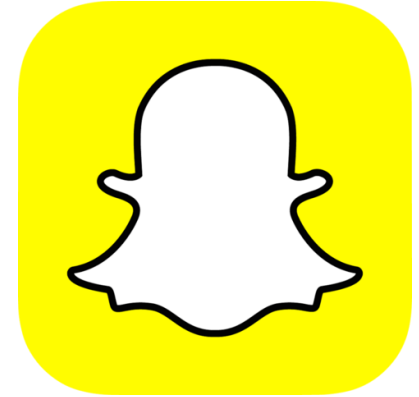


SNAPCHAT



Audience

- 44% des utilisateurs de l'application ont moins de 24 ans
- 32% sont âgés de 18 à 24 ans.
- 52% femmes, 48% hommes.



Objectifs

- Vous rapprocher de votre communauté.
- Toucher une cible jeune.
- Créer et partager du contenu viral.
- Proposer des contenus créatifs.
- Mettre en avant vos produits.
- Montrer votre expertise.



Pinterest



Audience

- 2023 en France : **12,3 millions d'utilisateurs actifs mensuels**
- 75% femmes 25% hommes
- 85% des utilisateurs hebdomadaires de la plateforme ont déjà acheté quelque chose en fonction des pins des marques vues sur Pinterest.



Objectifs

- Amener du trafic sur votre site web et améliorer votre référencement
- Donner de la visibilité et mettre en avant vos produits avec des visuels de qualité.
- Toucher une cible particulièrement féminine.
- Profiter de la durée de rétention très forte.
- Vendre grâce aux nombreuses fonctionnalités e-commerce.



YOUTUBE



Audience

- 2023 en France : **52,1 millions d'utilisateurs actifs mensuels**
- réseau social le plus visité en France et le second dans le monde.
- Chaque jour, les internautes passent en moyenne 46 minutes sur la plateforme
- 9 personnes sur 10 déclarent découvrir de nouvelles marques grâce à YouTube.
- YouTube regroupe tous types d'utilisateurs
- 18-24 ans représentent, en France 37% des utilisateurs
- 41% de femmes et 59% d'hommes.

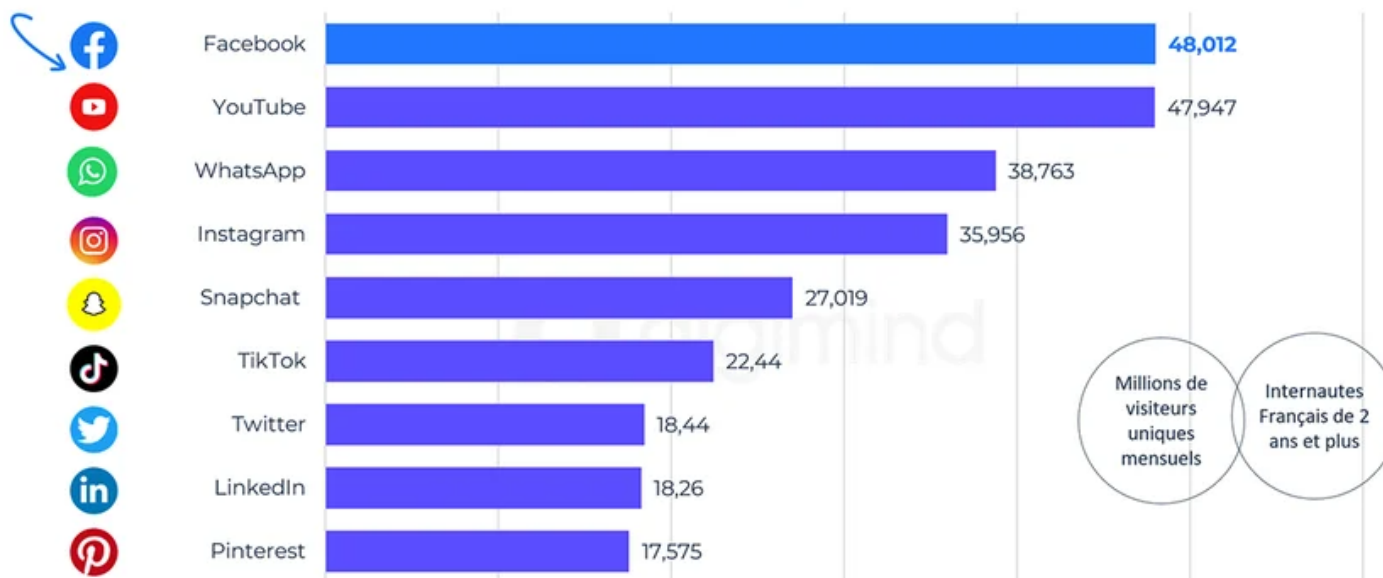


Objectifs

- Fonder et fédérer une communauté.
- Gagner en notoriété et en viralité.
- Valoriser votre référencement et amener du trafic.
- Montrer vos produits en vidéo et en action.
- Se rapprocher du consommateur grâce à la vidéo.
- Trouver de nouveaux clients



Réseaux sociaux et messageries les plus visités chaque mois en France (millions VU). 2023



Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global Février 2023- Top marques France - 2 ans et plus -



#Datamind www.digimind.com

Visiteurs uniques mensuels sur les médias sociaux en France en 2023 (Mediametrie).... Voir plus dans le [Datamind](#)

QUIZZ RESEAUX SOCIAUX



1 of 7

Quel réseau social est le mieux adapté pour promouvoir des contenus visuels tels que des images et vidéos ?



Facebook



X



Instagram



LinkedIn





2 of 7

Sur quel réseau social est-il préférable de cibler un public professionnel et B2B (business to business) ?



TikTok



LinkedIn



Pinterest



X





3 of 7

Quel réseau est particulièrement populaire parmi les jeunes et les adolescents ?



Snapchat



Facebook



LinkedIn



Reddit





4 of 7

Sur quel réseau social les vidéos en direct (live streaming) sont-elles largement utilisées pour l'engagement de l'audience ?



Instagram



YouTube



Pinterest



TikTok





5 of 7

Quel réseau social est reconnu pour sa communauté active de gamers et de créateurs de contenu lié aux jeux vidéo ?



Facebook



X



Twitch



Tumblr





6 of 7

Sur quel réseau social l'interaction via des stories est-elle très répandue ?



Instagram



X



LinkedIn



Pinterest



○ 7 of 7
Où pouvez-vous trouver principalement des discussions et des contenus sous forme de fils d'actualités chronologiques ?



Facebook



Instagram



LinkedIn



X



Bon alors, que fait-on en 2024 ?

-  **Moins mais mieux : Questionner votre présence sur les plateformes**
-  **Maintenir, augmenter la cadence ou supprimer des comptes**
-  **Se mettre (et se soutenir) en réseaux**
-  **Miser sur les bases de données** (*Apidae alimente tous les sites touristiques institutionnels dans la région AURA*)
-  **Travailler votre présence web** (*qualité des contenus, liens référents, avis...*)

MERCI POUR VOTRE ATTENTION



*Retrouvez toutes les présentations des ateliers
numériques sur [l'espace pro de l'OT](#)*