



BILAN DIGITAL
MINI-TRANSAT LA BOULANGÈRE 2019

STATISTIQUES GÉNÉRALES



15.725 fans | + **5.387** fans par rapport à l'édition 2017 (+ **52,10%**)



2.543 followers | + **874** followers par rapport à l'édition 2017 (+**52,36%**)



4.840 abonnés | + **3.412** abonnés par rapport à l'édition 2017 (+**239,6%**)



881 abonnés | + **599** abonnés par rapport à l'édition 2017 (+**212,41%**)

FOCUS FACEBOOK



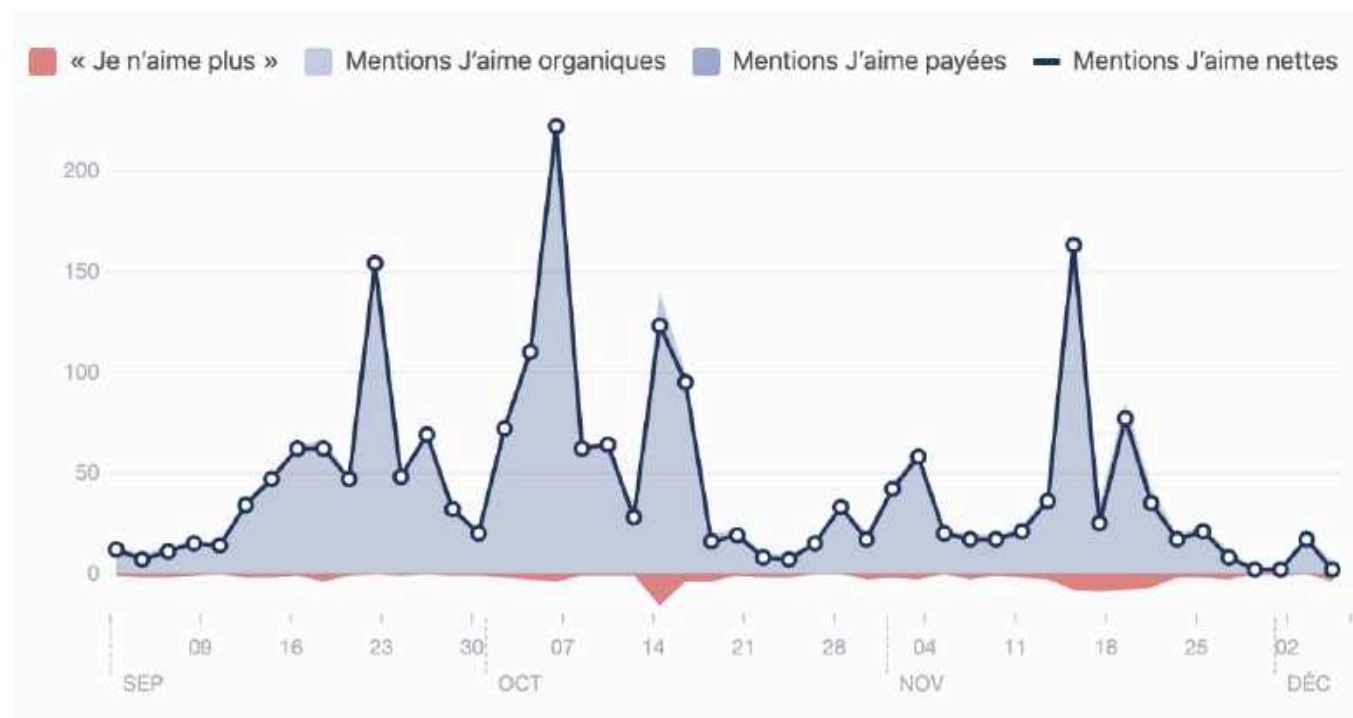
STATISTIQUES GÉNÉRALES

- 15.725 fans (+ 52,10%)
- Personnes atteintes : 4,248M
- Impressions : 5,237M
- Likes : 162 224 | Commentaires : 12 831 | Partages : 11 771
- 556 publications | Taux d'engagement : 9,7%

FOCUS FACEBOOK

CROISSANCE SUR LA PÉRIODE DE COURSE

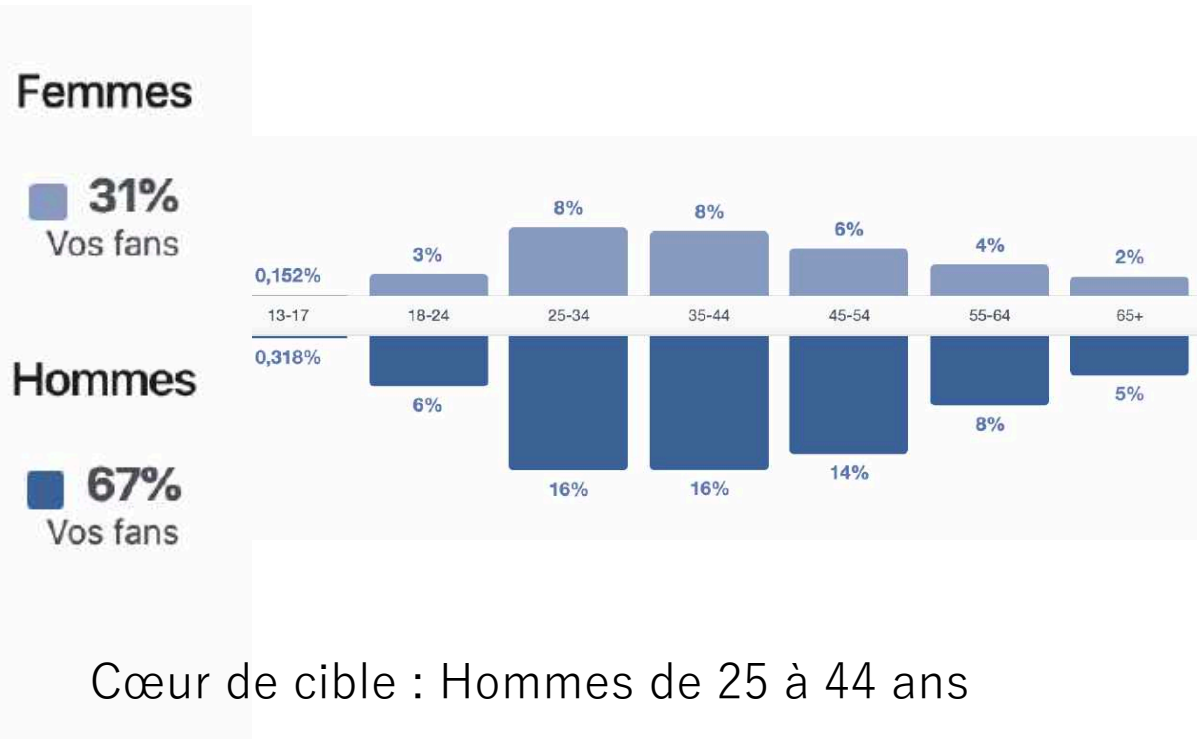
- 4 715 nouveaux fans
- 245 « Je n'aime plus »
- **Gain net de 4 590**
(sur la période du 01/09 au 03/12)



FOCUS FACEBOOK

L'AUDIENCE

Âge et sexe



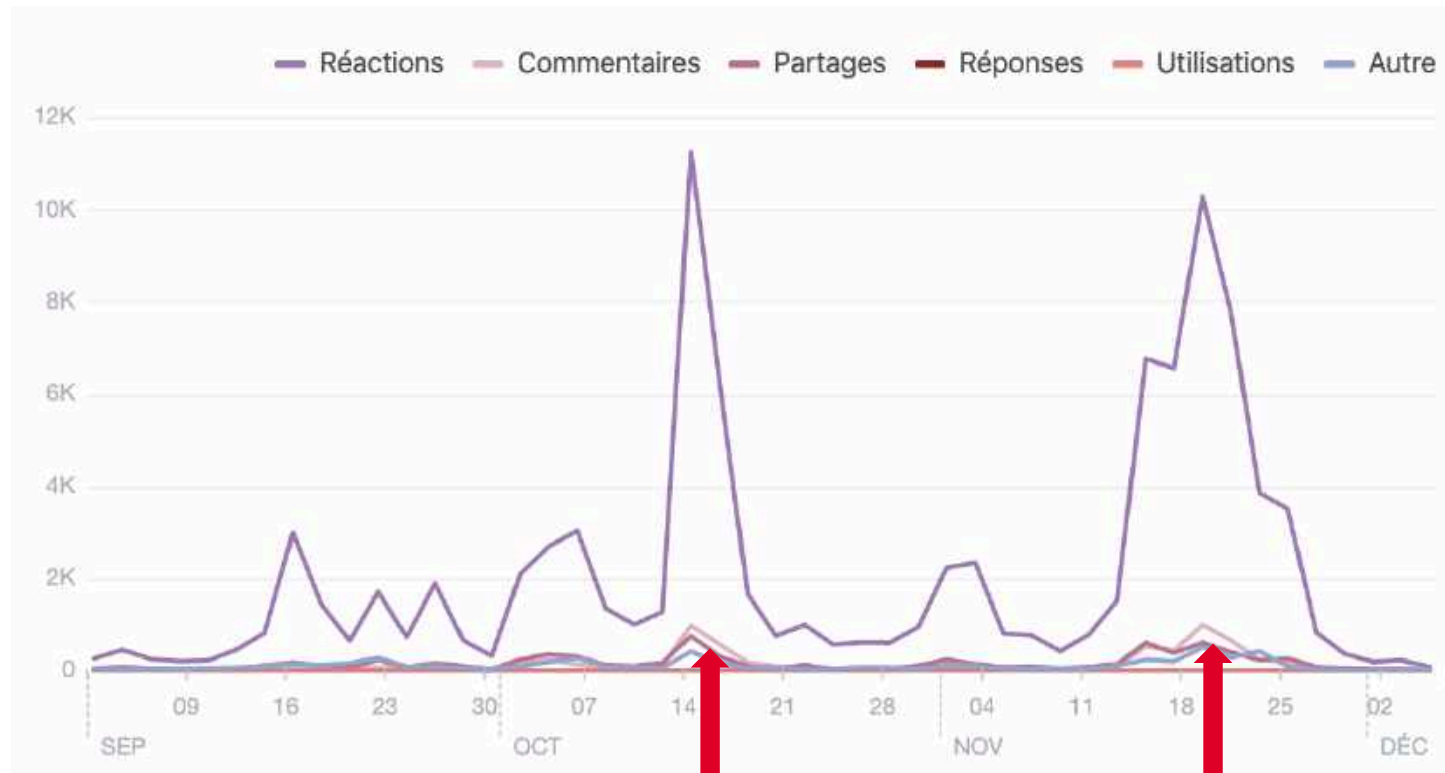
Pays d'origine et langue parlée

Pays	Vos abonnés
France	9 418
Italie	1 770
Espagne	1 001
Allemagne	479
Belgique	372
Suisse	339
États-Unis	309

Langue	Vos abonnés
Français (France)	10 306
Italien	1 765
Anglais (US)	1 031
Anglais (UK)	796
Espagnol	551
Espagnol (Espagne)	550
Allemand	522

FOCUS FACEBOOK

L'ENGAGEMENT SUR LES PUBLICATIONS



Arrivées Etape 1

Arrivées Etape 2

Pics d'engagement lors des périodes d'arrivées

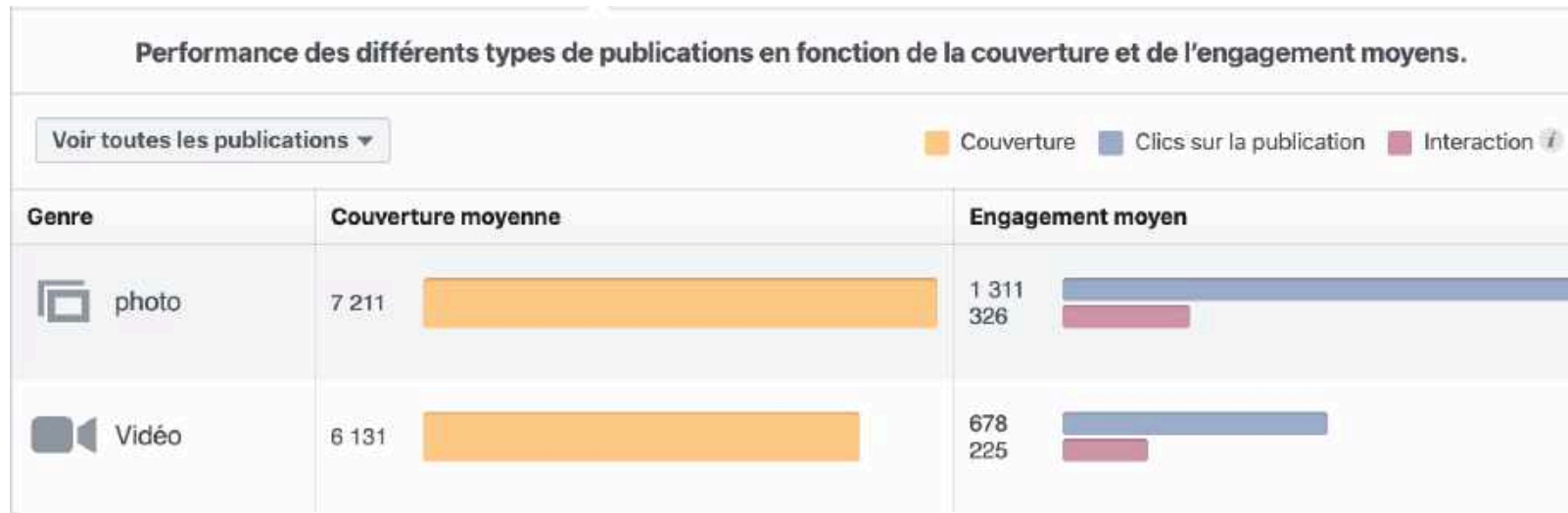
Likes : 162 224

Commentaires : 12 831

Partages : 11 771

FOCUS FACEBOOK






L'ENGAGEMENT SUR LES PUBLICATIONS



Engagement plus fort sur les contenus photos qui déclenchent aussi plus de clics.

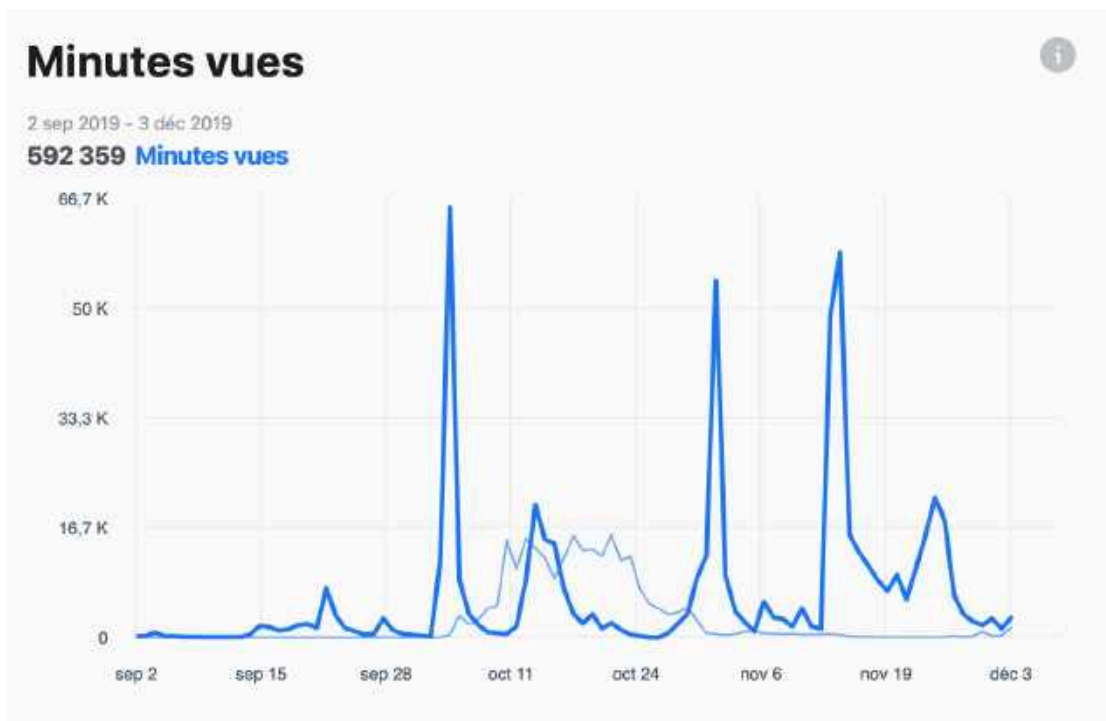
FOCUS FACEBOOK

LES VIDÉOS LES PLUS VUES

Vidéo	Date d'ajout	Minutes vues ↓	Vues de vidéo d'1...	Vues de vidéos de 3...	Interactions
 <p>[FR]... MI...</p>	05/10/2019 10:37 Mini Transat La...	48,1 K	6,6 K	37,5 K	2,9 K
 <p>Passage...</p>	14/11/2019 17:33 Mini Transat La...	46,2 K	8,8 K	44,6 K	3,4 K
 <p>[VIDÉOS D... Mini...</p>	25/11/2019 21:09 Mini Transat La...	44,2 K	6,9 K	35,6 K	2,2 K
 <p>Passage de... Mini...</p>	15/11/2019 16:57 Mini Transat La...	31,4 K	4,7 K	29,9 K	2,4 K
 <p>FR Suite des... Mini...</p>	02/11/2019 13:12 Mini Transat La...	25,9 K	2,9 K	18,7 K	933

FOCUS FACEBOOK

LES VIDÉOS



Sur la période du 2 septembre au 3 décembre, les vidéos ont été vues durant 592 359 minutes soit près de 10 000 heures.

FOCUS FACEBOOK

LES VIDÉOS

Comparatif avec la Transat Jacques Vabre 2019

MINI-TRANSAT LA BOULANGÈRE							
							Audience : 15K
Classement	Vues	Reach	Likes	Commentaires	Partages	Nom	Date
1	44K	77,6K	981	162	328	LIVE - Passage de ligne Jambou Le Marin	14-nov
2	37K	74K	842	187	306	LIVE - Départ étape 1	05-oct
3	31K	66K	508	20	234	Etape 2 inboard	25-nov
4	29K	61,2K	714	186	284	LIVE - Passage de ligne Beccaria Le Marin	15-nov
5	23K	42,5K	456	149	139	LIVE - Départ étape 2	02-nov
6	22K	28,3K	479	91	105	LIVE - Réaction ponton Beccaria Le Marin	15-nov
7	18K	21,8K	394	81	89	LIVE - Suite départ pontons Las Palmas	02-nov
8	17K	36K	525	101	143	LIVE - Sortie du Bassin des Chalutiers	05-oct
9	15K	28,9K	431	8	123	Etape 1 inbord	31-oct
10	13K	24,8	391	7	82	Etape 1 inbord 2	07-nov

TRANSAT JACQUES-VABRE						
						Audience : 54K
Classement	Vues	Likes	Commentaires	Partages	Nom	Date
1	55K	727	38	489	Au-delà des mots	13-nov
2	49K	1,3K	289	851	LIVE - Départ	27-oct
3	48K	1,1K	37	708	Clip départ	27-oct
4	42K	829	53	369	ONBOARD - Apivia film Charal flying past	02-nov
5	26K	500	16	176	ONBOARD - Malizia II trying to make up the miles	03-nov
6	25K	426	49	106	ONBOARD - Update Hugo Boss	04-nov
7	23K	825	149	230	LIVE - Arrivée 1er Multi50	08-nov
8	22K	641	36	182	double Apivia (portugais)	03-nov
9	16K	284	69	83	LIVE - Arrivé Troussel / Le Cam	11-nov
10	15K	774	118	127	LIVE - Arrivée Apivia	10-nov
10	15K	819	80	70	LIVE - Arrivée Banque Pop	10-nov
10	15K	341	93	65	LIVE - Arrivée 20ème Class40	19-nov

Malgré une communauté 3,5x moins importante, les vidéos de la page Facebook Mini-Transat La Boulangère affichent un nombre de vues et un engagement important. Pour preuve, la première vidéo a été vue près de 44K avec 981 likes et 162 commentaires.

BILAN FACEBOOK

- La communauté Facebook de la Mini-Transat La Boulangère croissante de plus de 50% est une communauté très engagée avec un taux exceptionnel frôlant les 10%. Ce taux monte jusqu'à 47% pour le passage de ligne d'Ambrogio Beccaria lors de la 2nde étape
- Présence d'une très grande communauté non-francophone qui s'explique par le nombre important de skippers étrangers. Cela rend indispensable l'utilisation de l'anglais au moins pour toutes les publications les concernant
- Les « Live » engagent fortement (à nuancer par le temps moyen passé au visionnage qui est moins élevé que sur les PAD)
- Le bilan statistique est dans sa globalité excellent, en particulier pour les contenus photos et les vidéos (cf tableau comparatif Transat Jacques Vabre)

FOCUS TWITTER

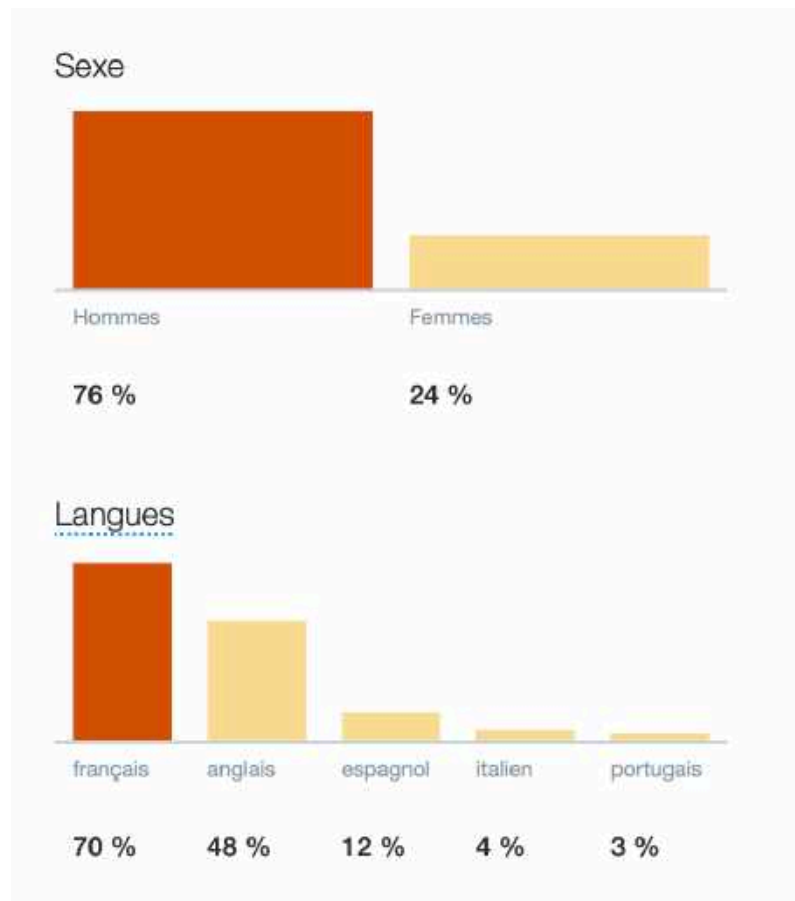


STATISTIQUES GÉNÉRALES

- 2.543 followers (+52,36%)
- 443 tweets (1078 en 2017)
- 953K impressions (1 million en 2017)
- 1.226 mentions | 5,4K J'aime | 1,1K Retweets
- 5,7K ouvertures de liens (63/jour en moyenne)

FOCUS TWITTER

L'AUDIENCE



Intérêts

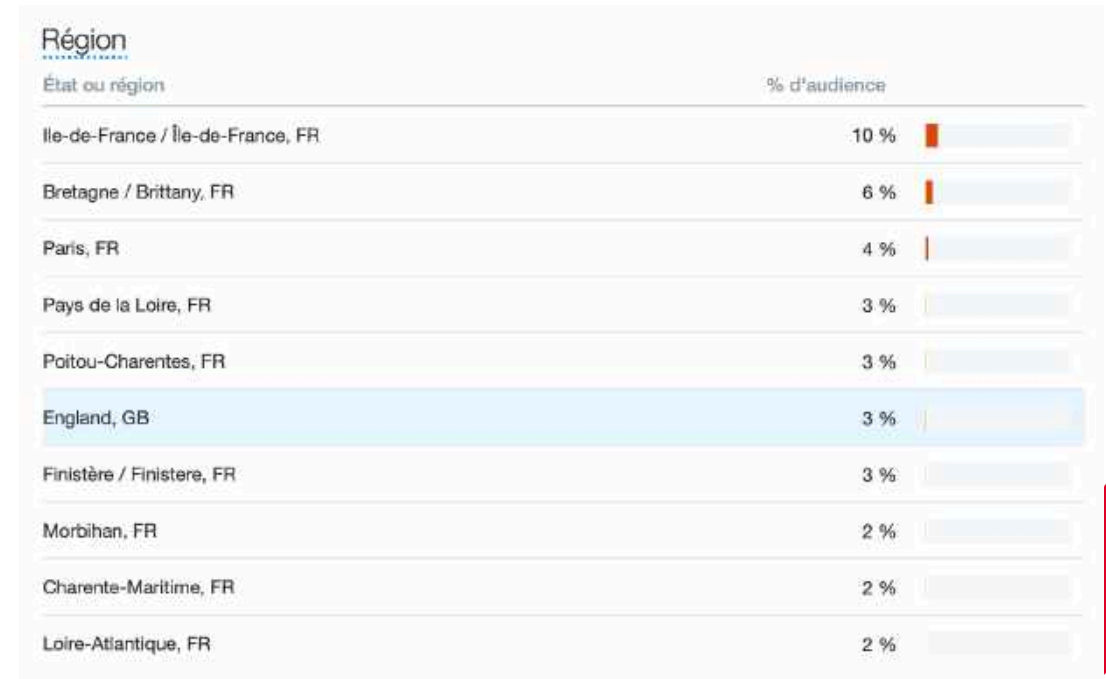
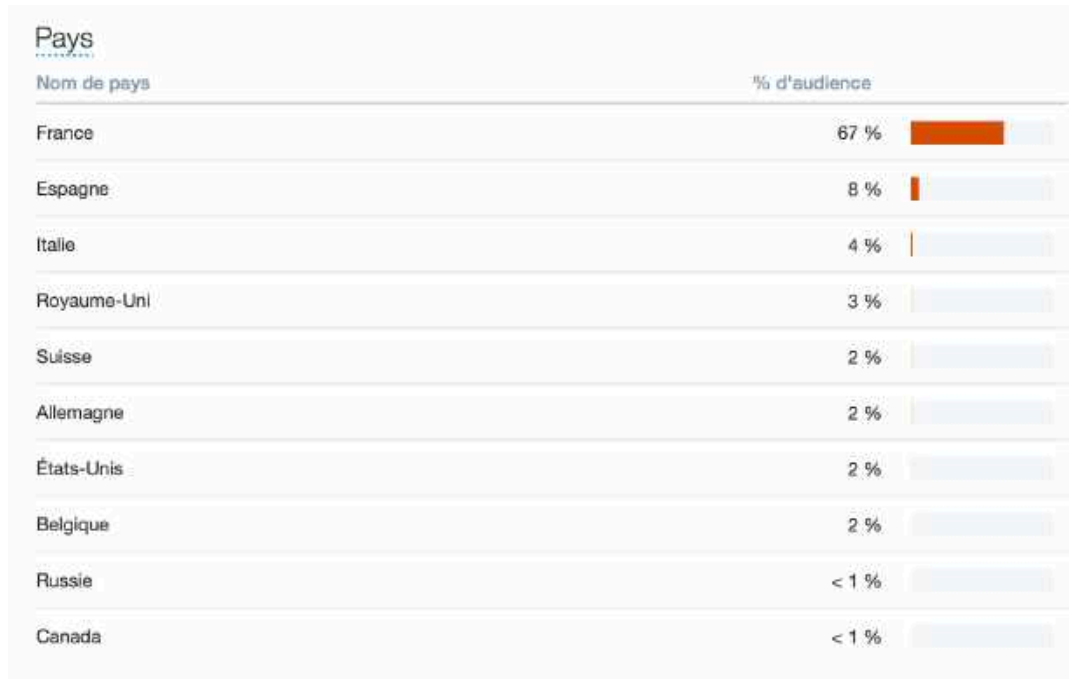
Nom d'intérêt	% d'audience
Actualités scientifiques	99 %
Chiens	99 %
Météo	97 %
Technologie	97 %
Actualités technologiques	95 %
Festivals et concerts de musique	94 %
Espace et astronomie	92 %
Actualités sportives	92 %
Comédie (Loisirs et intérêts)	90 %
Foot	84 %

- **76 %** d'hommes
- Premier centre d'intérêt des abonnés :
Les actualités scientifiques

FOCUS TWITTER

L'AUDIENCE

Pays et région d'origine



➤ Données démographiques : **Ile-de-France / Bretagne / Paris**

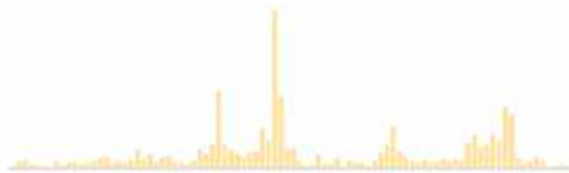
FOCUS TWITTER



- **1.226 mentions**
- **5,4K J'aime**
- **1,1K Retweets**

J'aime

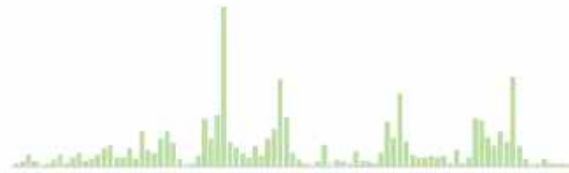
5.4K



En moyenne, vous avez gagné **60 j'aime** par jour.

Retweets

1.1K



En moyenne, vous avez gagné **12 Retweets** par jour.

Clics sur le lien

5.7K



En moyenne, vous avez gagné **64 clics sur le lien** par jour.

FOCUS TWITTER

Meilleurs tweets



Impressions	10545
Engagements totaux	264
J'aime	73
Clics sur le lien	73
Retweets	35
Ouvertures des détails	33
Engagements avec le média	30
Clics sur le profil	12
Clics sur les hashtags	8



Impressions	9206
Engagements totaux	227
Clics sur le lien	109
Engagements avec le média	37
Clics sur le profil	25
J'aime	20
Ouvertures des détails	20
Retweets	15
Clics sur les hashtags	1

FOCUS TWITTER

Meilleurs tweets



Mini-Transat La Boulangère
@MiniTransat2019

🇫🇷 **TOP DÉPART DE LA MINI-TRANSAT LA BOULANGÈRE CE WEEK-END ! 🇨🇵**

🏁 Départ soit samedi en fin de journée, soit dimanche sur le même créneau horaire

📅 La date définitive du départ devrait être connue demain à la mi-journée.

L'article ➡ <http://bit.ly/DépartMTLB>

[#MiniTransatLaBoulangère](https://twitter.com/MiniTransatLaBoulangère)
pic.twitter.com/EHi0cAOCpN

Impressions	8486
Engagements totaux	147
J'aime	36
Clics sur le lien	30
Engagements avec le média	25
Ouvertures des détails	21
Retweets	18
Clics sur le profil	12
Clics sur les hashtags	4



Mini-Transat La Boulangère
@MiniTransat2019

📷 Retour en images sur l'arrivée de François Jambou, premier arrivé au Marin en Martinique !


📷 A retrospective through photos of François Jambou's finish in Le Marin in Martinique, where he was the first to arrive!

© Christophe Breschi

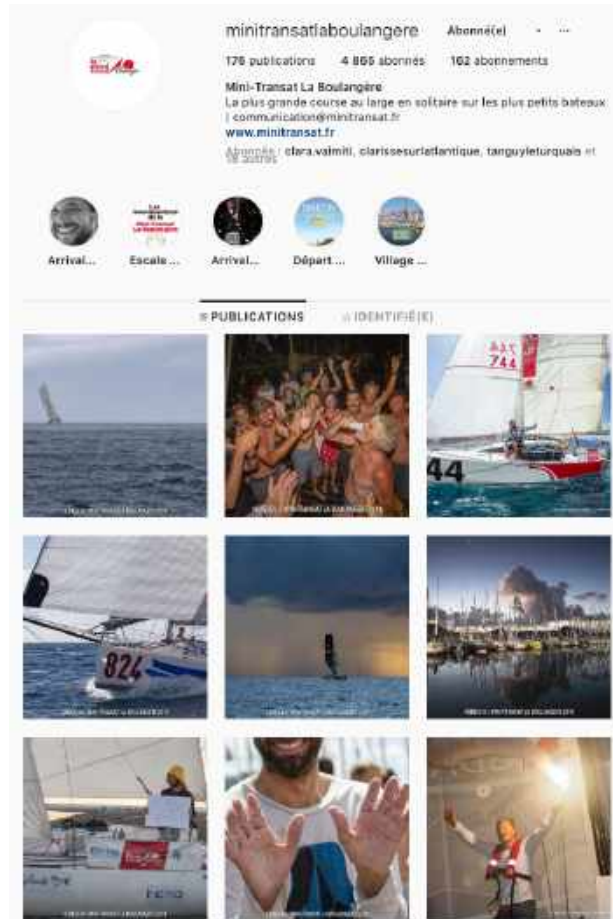
[#MiniTransatLaBoulangère](https://twitter.com/MiniTransatLaBoulangère)
pic.twitter.com/YdS1GwzjCg

Impressions	8067
Engagements totaux	350
Engagements avec le média	200
J'aime	44
Clics sur le lien	39
Clics sur le profil	24
Ouvertures des détails	22
Retweets	18
Clics sur les hashtags	2
Réponses	1

BILAN TWITTER

- Twitter a été utilisé comme réseau d'information et de relais
 - Une large place a été accordée aux communiqués de presse, aux news, aux pointages et aux flash arrivées
 - Volonté éditoriale de ne pas y publier de vidéos
 - Contenus repris essentiellement par des professionnels (skippers, journalistes...), mais réseau quelque peu délaissé par les marins de la Mini-Transat La Boulangère
- 

FOCUS INSTAGRAM

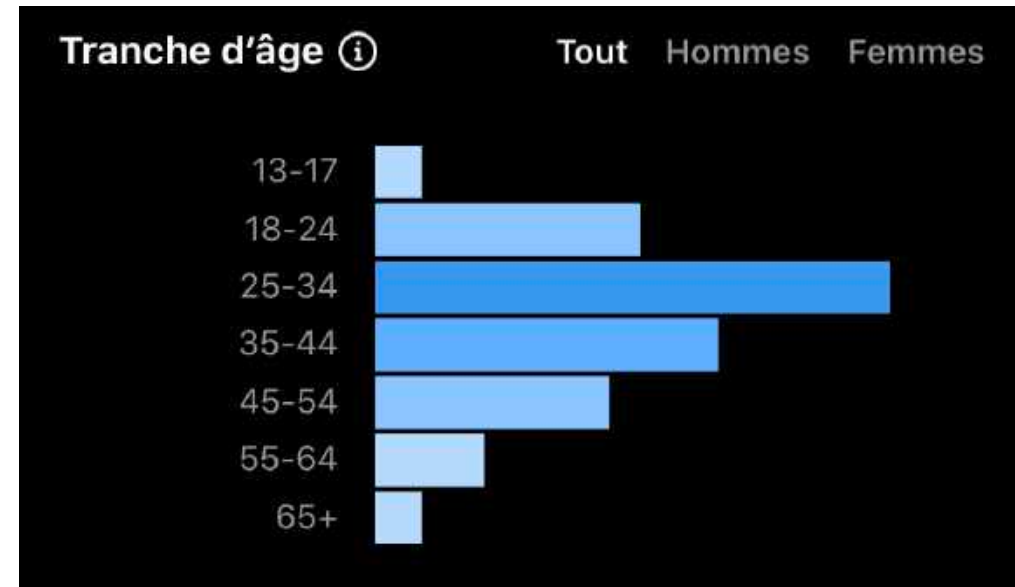
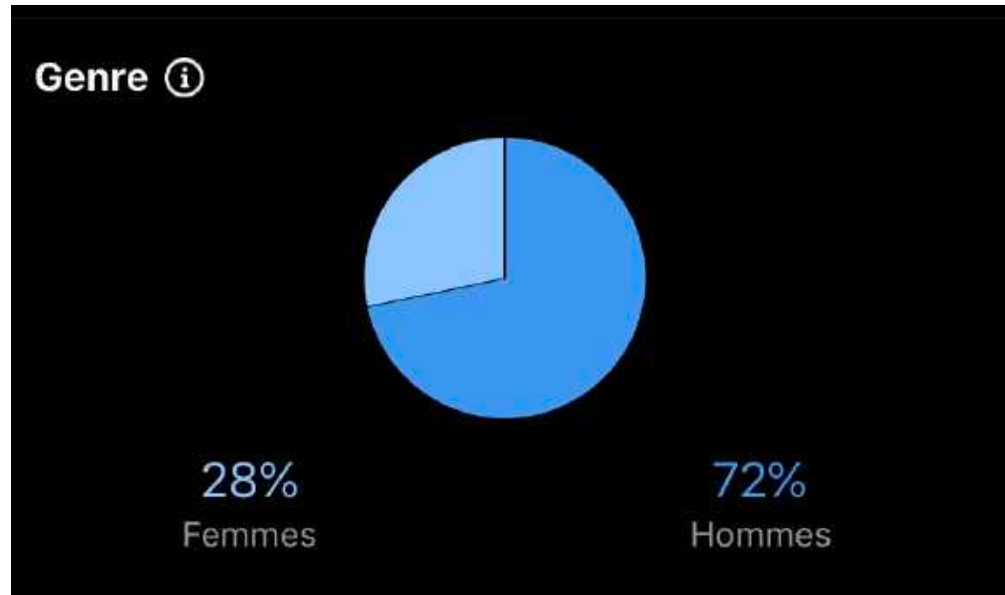


STATISTIQUES GÉNÉRALES

- 4.840 abonnés (+239,6%)
- 98 publications (dont 1 vidéo)
- 25.939 likes soit une moyenne de 265 likes par publication
- 48 skippers représentés
- 323 stories

FOCUS INSTAGRAM

L'AUDIENCE

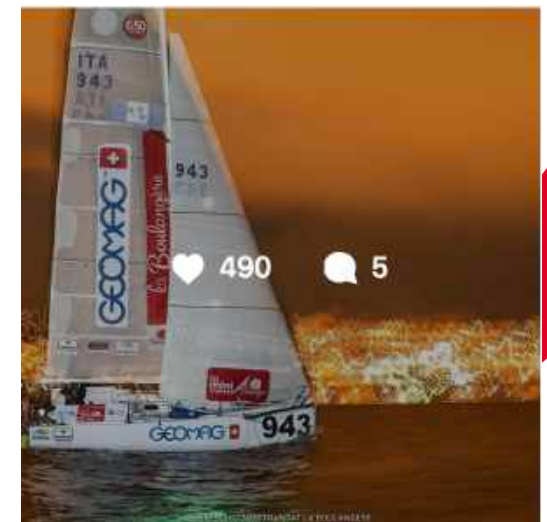


➤ La cible : **Les hommes entre 25 et 34 ans**

FOCUS INSTAGRAM

LES MEILLEURES PUBLICATIONS

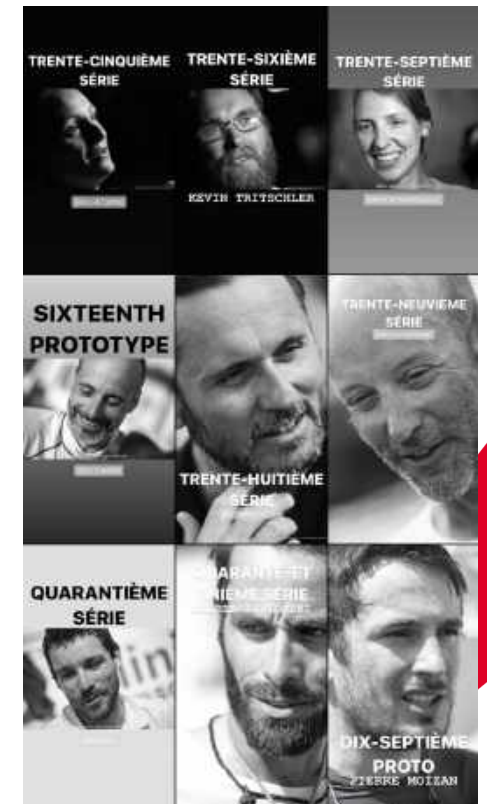
- Utilisation de photos uniquement prises par les photographes officiels de la Mini-Transat La Boulangère (Christophe Breschi & 4 autres photographes)
- Une volonté éditoriale esthétique axée autour des plus belles images ainsi que des moments humains forts
- Utilisation massive de hashtags afin de créer du trafic sur les publications et sur le profil



FOCUS INSTAGRAM

LES STORIES

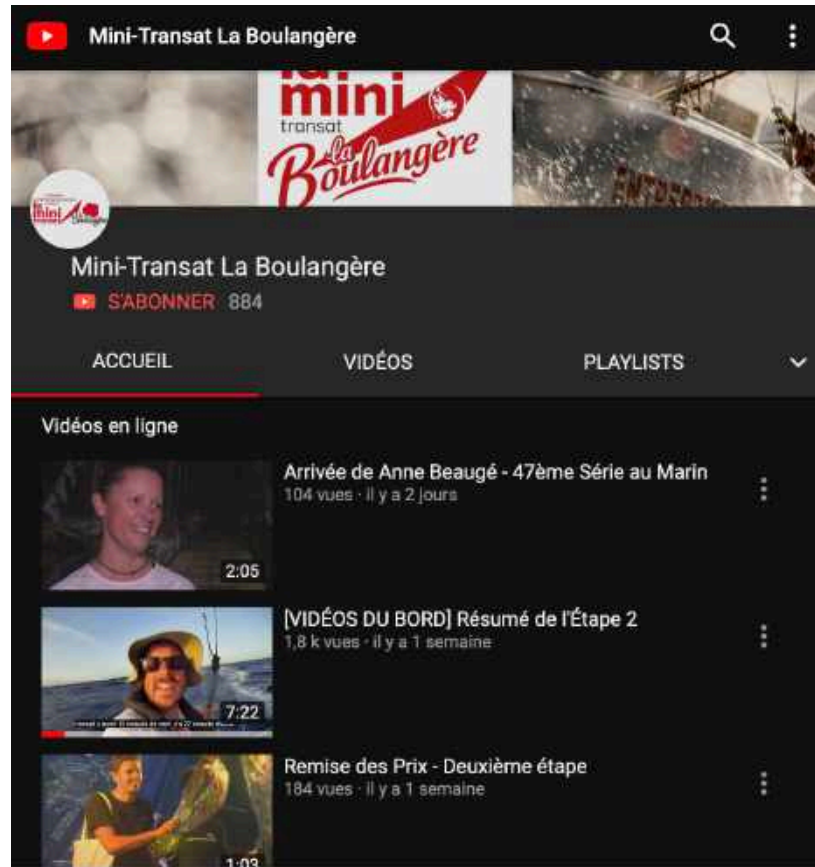
- 323 stories
- Vues en moyenne par 1019 personnes
- 3 types de stories :
 - Les pointages pendant les étapes
 - Les classements aux arrivées de chaque étape
 - Les coulisses de la Mini-Transat



BILAN INSTAGRAM

- De loin la plateforme avec la plus forte croissance (+239,6%)
- Volonté éditoriale et esthétique : partage des moments forts et des plus belles photos de l'équipe de photographes. Un choix naturel pour un réseau axé sur l'image
- Les skippers présents sur la plateforme sont très actifs et reprennent les contenus qui les concernent (pointage, photos et classement)

FOCUS Youtube



STATISTIQUES GÉNÉRALES

- 881 abonnés (+212,41%)
- 110 vidéos publiées (28 vidéos de plus qu'en 2017)
- 71 682 vues cumulées (+9% par rapport à 2017)
- 3 014,1 heures de visionnage

FOCUS Youtube

L'AUDIENCE



Sexe

Vues : 90 derniers jours



[EN SAVOIR PLUS](#)

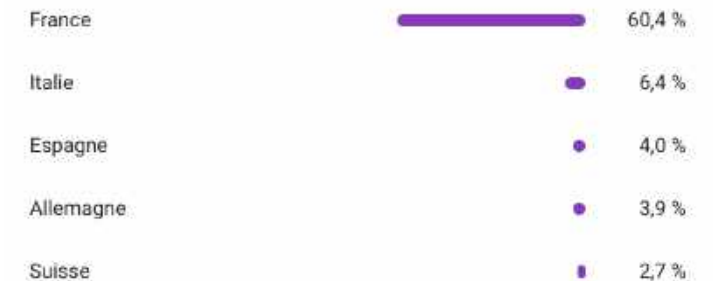
Âge

Vues : 90 derniers jours



Top des pays

Vues : 90 derniers jours



FOCUS Youtube

ORIGINES ET HABITUDES DE L'AUDIENCE

Durée de visionnage des abonnés

Durée de visionnage - 2 sept. - 3 déc. 2019



[EN SAVOIR PLUS](#)

Source de trafic : externe

Vues - 90 derniers jours

Proportion de votre trafic total : 33,2 %



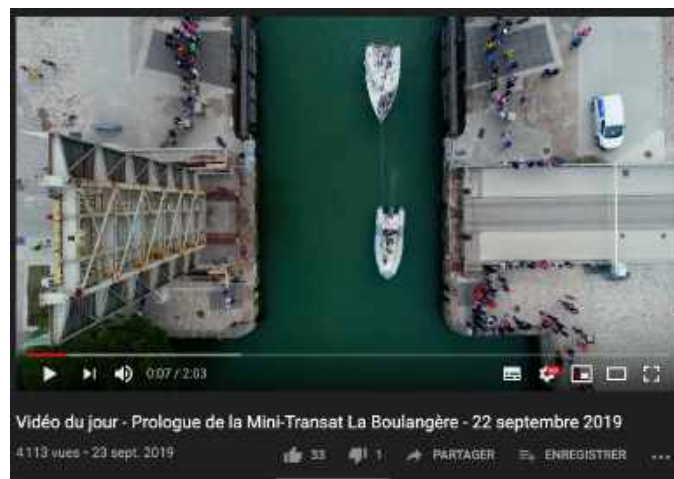
Types de sources de trafic

Vues - 90 derniers jours



FOCUS Youtube


LES VIDÉOS LES PLUS VUES



Bilan Youtube

- Une audience en belle croissance
- Pas de tranche d'âge dominante
- Près de 90% des vues proviennent de personnes non abonnées
- Grande quantité de trafic en provenance des médias (Le Télégramme et Ouest-France) qui reprennent les contenus de la course

Bilan GLOBAL

- Croissance de l'ensemble des réseaux sociaux de la Mini-Transat La Boulangère
 - Une ligne éditoriale claire avec des infos variées selon les réseaux sociaux a permis de toucher un public large
 - Les contenus photos et vidéos ont très bien fonctionné, notamment les « Live » et les PAD des images embarquées
 - Le traitement digital de toutes les arrivées a été fortement apprécié
- 



EFFETS
MER
Paris
Lorient
Stratégie & communication

Contact :
Fabienne Morin
fmorin@effetsmer.com
06 87 25 83 15

La Rochelle
Las Palmas de Gran Canaria
Le Morin
la mini
transat
la Boulangère