

BILAN DIGITAL / NIJI 40

Avril 2024



SOMMAIRE

RÉSEAUX SOCIAUX

Evolution des communautés, reach, engagements, top posts

SITE INTERNET

Stats, pages vues, top articles

FOCUS VIDÉO

Stats live et Youtube

MÉDIATISATION

À RETENIR & BILAN FONCTIONNEL

CONTEXTE

Transatlantique en équipage en Class40, la Niji 40 s'est tenue en 4 lieu du 27 mars au 26 avril : Kernevel, Belle-Île, Marie-Galante... Et l'Atlantique comme terrain de jeu !

La course a été relayée sur les comptes Ultim Sailing, avec des communautés déjà constituée et intéressée par la course au large. Les réseaux activés sont Facebook, Twitter, Instagram, Linkedin et Youtube (plutôt comme player que comme RS). Le site internet a été réalisé par l'agence Niji, sponsor titre de l'évènement, sur squarespace.

Dates de l'analyse : 27 mars au 30 avril



RÉSEAUX SOCIAUX

NOMBRES DE CONTENUS



96

publications



177

publications



34

Publications

126

Stories



26

publications

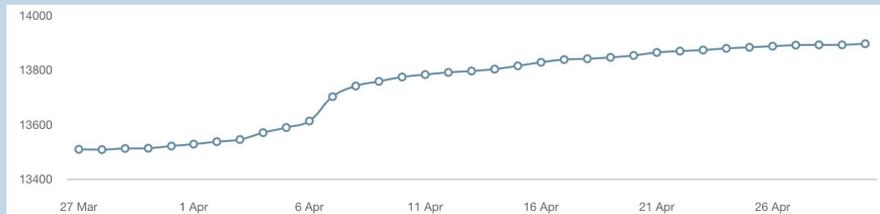
35

Réels

Dont 16 collab avec
@niji_aime_la_voile

Mention systématique du naming de la course et tags des comptes Niji, soit **près de 500 apparitions**

EVOLUTION DES COMMUNAUTÉS



+ **387 abonnés**

Avec un pic au moment
du départ du 7 avril



+ **140 abonnés**

EVOLUTION DES COMMUNAUTÉS



Données indisponibles
(payant)



+ **550 abonnés**

REACH



521K

Impressions
(185K comptes uniques)



65,6K

impressions
Avec un pic au moment du départ et à
l'approche des arrivées

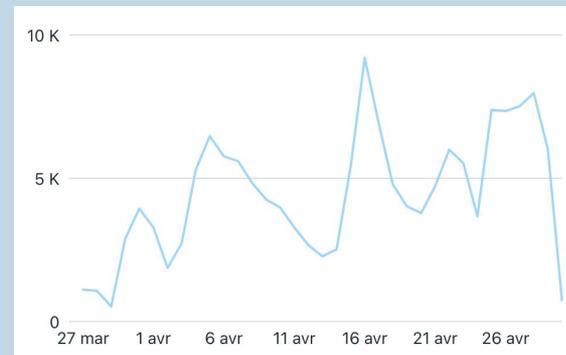
REACH



123K

Impressions

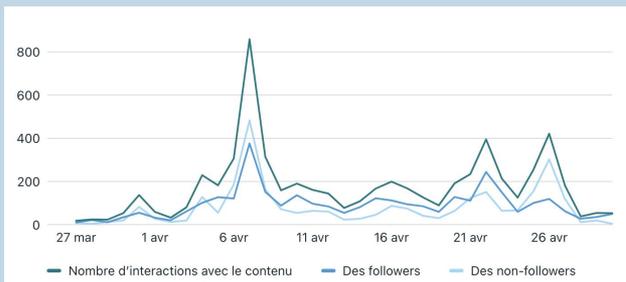
Avec un pic au moment du départ et à l'approche des arrivées



60K

Comptes touchés (= 60K personnes)

ENGAGEMENT



6,1K réactions

Le nombre de J'aime ou de réactions, d'enregistrements, de commentaires, de partages et de réponses sur votre contenu

3,2% de taux d'engagement*



10,3K réactions

**15,3%
de taux d'engagement***

ENGAGEMENT



2,5K réactions

2,8%
de taux d'engagement



9,9K réactions

Le nombre de J'aime ou de réactions, enregistrements, commentaires, partages et réponses obtenus par votre contenu

16,5% de taux d'engagement

ENGAGEMENT / ANALYSE

Le taux d'engagement est une donnée assez propre à chaque réseau :

- Sur Twitter, le taux est plutôt bon rapporté à la moyenne des taux enregistrés sur d'autres comptes
- Le taux est très bon sur LinkedIn ou Instagram, où il va au delà des 15%
- Il est en revanche assez bas sur Facebook où l'absence de publicité sur le début de la course n'a pas permis de palier au démarrage tardif de l'animation des comptes.

TOP POSTS



IMPRESSIONS

	🌃 BON DÉPART pour les 13 bateaux ...	📄	7 avr. 2024 13:35
 			
	Belle-Île-en-Mer, Marie-Galante sur un air de ...	📷	6 avr. 2024 21:26
 			
	Buffet d'écume au nord, pain noir au sud : la Niji...	📷	15 avr. 2024 18:13
 			
	🇫🇷 Niji 40 : Le Parcours !...	📄	27 mars 2024 17:40
 			
	S'habitue-t-on à la vie penchée ? On aimerait le...	📄	11 avr. 2024 15:44
 			

ENGAGEMENTS

	Belle-Île-en-Mer, Marie-Galante sur un air de ...	📷	6 avr. 2024 21:26
 			
	Légendaire podium de la première Niji 40 de ...	🔗	25 avr. 2024 15:43
 			
	🌃 BON DÉPART pour les 13 bateaux ...	📄	7 avr. 2024 13:35
 			
	Un rêve de gosse ? 🌈...	📷	7 avr. 2024 18:43
 			
	Dog days are over ? 🐶...	📷	16 avr. 2024 19:43
 			

TOP POSTS



IMPRESSIONS

	Légitime podium de la prem...  ultim_sailing	Boost indisponible	...	Jeudi 25 avril 15:43
	Embarquez à bord du @assocl...  ultim_sailing	Boost indisponible	...	Jeudi 4 avril 18:34
	Dog days are over ? Après les pointes de ...  ultim_sailing	Booster	...	Mardi 16 avril 19:41
	Buffet d'écume au nord, pain noir au sud ...  ultim_sailing	Booster	...	Lundi 15 avril 18:13
	🇫🇷 Record des 24h battus* ! 🏆...  ultim_sailing	Boost indisponible	...	Mardi 16 avril 10:17

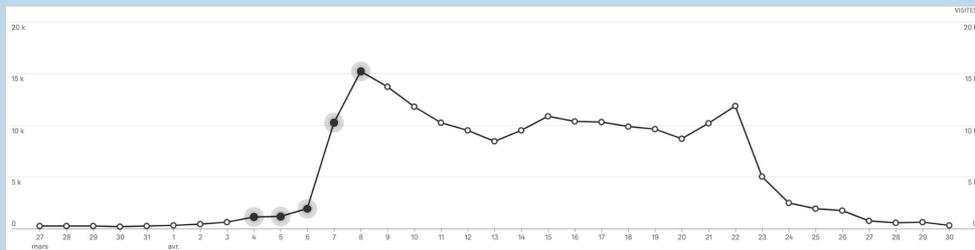
ENGAGEMENTS

	Embarquez à bord du @assocl...  ultim_sailing	Boost indisponible	...	Jeudi 4 avril 18:34
	Au terme d'un duel acharné, le...  ultim_sailing	Boost indisponible	...	Lundi 22 avril 11:38
	🇫🇷 Record des 24h battus* ! 🏆...  ultim_sailing	Boost indisponible	...	Mardi 16 avril 10:17
	Dog days are over ? Après les pointes de ...  ultim_sailing	Booster	...	Mardi 16 avril 19:41
	Buffet d'écume au nord, pain noir au sud ...  ultim_sailing	Booster	...	Lundi 15 avril 18:13



SITE WEB

SITE INTERNET / CHIFFRES



191K visites

Avec un pic au moment du
départ du 7 avril

44K visiteurs uniques

403K pages vues

SITE INTERNET / PAGES LES PLUS VUES

Cartographie  /cartographie	212 336	00:04:47	72,39 %	67,47 %
Accueil  /	67 539	00:00:36	12,66 %	17,26 %
Actualités & Médias  /actualites-et-medias	27 063	00:00:48	20,92 %	17,57 %
Les équipages  /skippers	9 791	00:01:06	38,1 %	23,91 %
Multimédias  /nouvelle-page-1	9 059	00:01:01	31,41 %	19,87 %
Parcours  /parcours	5 521	00:00:46	22,45 %	22,7 %
Présentation  /presentation	4 043	00:00:52	21,96 %	21,94 %
Programme  /programme	3 353	00:01:53	56,02 %	46,02 %

212K pages vues
 Sur la cartographie
 =
 Contenu le plus consulté

SITE INTERNET / ARTICLES LES + LUS

FLASH ARRIVÉE

22 avr.

Xavier Macaire, Pierre Leboucher et Carlos Manera Pascual, premiers sur la ligne d'arrivée à bord de Groupe SNEF

C'est dans le cœur de la nuit noire tropicale, à 03 heure 06 minutes 28 secondes en heure locale (09 heure 06 minutes 28 secondes, heure Paris), ce lundi 22 avril 2024, que l'équipage du Class40 Groupe SNEF a franchi en première position la ligne d'arrivée de la Niji40, course transatlantique exclusivement réservée aux Class40. Le skipper Xavier Macaire et ses deux coéquipiers, Pierre Leboucher et Carlos Manera Pascual, d'une solide constance aux avant-postes, ont réalisé les 3 514.82 milles du parcours théorique (route directe) entre Belle-Île-en-Mer et Marie-Galante en Guadeloupe, via Santa Maria aux Açores à laisser à tribord, en 14 jours 20 heures 06 minutes 28 secondes à 9,87 nœuds de moyenne. L'équipage franco-espagnol a sur le fond (en réalité) parcouru 4 066.40 milles nautiques à 11.42 nœuds.

1 116 vues

433* MILLES POUR UN RECORD

16 avr.

Ce matin, les chiffres des balises de positionnement de la flotte de la Niji40 sont tombés. Ils confirment que les premiers concurrents, progressant dans le sud-ouest des Açores, ont bel et bien affolé les compteurs. En tête, les marins d'Acrobica - Alberto Riva, Jean Marre et Benjamin Schwartz - s'offrent même le luxe de battre le record absolu de vitesse en l'espace de 24 heures, entre le 14 et 15 avril (22h).

DES SCOWS RAPIDES COMME DES ANCIENS IMOCA

1 049 vues

CHANGEMENT DE COMMANDEMENT !

17 avr.

Fin le contournement de la zone fermée de basse pression active qui les a copieusement secoués pendant 48 heures au sud des Açores ! Depuis hier à la mi-journée, les concurrents de la Niji40 ont, de fait, retrouvé des conditions plus « vivables ». S'ils ne boudent pas leur plaisir de composer avec des conditions plus maniables, sur un terrain de jeu plus plat et avec des températures plus clémentes, les uns et les autres restent cependant concentrés. Et pour cause, si le vent a mollie, il est aussi devenu très instable, à la fois en force et en direction. La situation promet de rester délicate jusqu'à vendredi matin, journée lors de laquelle ils vont devoir négocier le passage d'une petite dépression tropicale avant d'attaquer enfin un grand tout schuss jusqu'à l'arrivée à Marie-Galante. Mais l'autre fait important de cette journée

1 023 vues

L'ACROBATICA EXPRESS EST LANCÉ...

16 avr.

Hier, en fin de journée, profitant du vent encore soutenu sur une mer assagie, Alberto Riva, Jean-Marre et Benjamin Schwartz se sont lancés à la chasse au record de vitesse sur 24 heures.

« Vous vous tenez comme dans une Fiat Panda dans un ravin. Ici, les cailloux sont de vagues de 5 à 6 mètres, et vous projettent à trois cloisons de distance.

958 vues



FOCUS VIDÉOS

FOCUS VIDÉO / LIVE DÉPART



3,5K vues

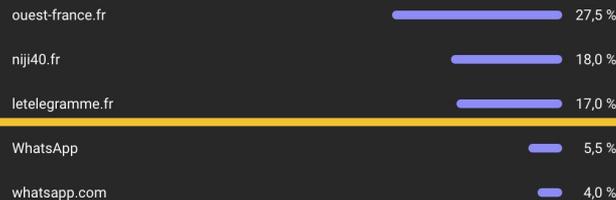
12 min 16 secondes
de vues moyennes

Sites ou applications externes

Vues - Depuis la publication

Proportion de votre trafic total :

49,2 %



⚠ Ne pas négliger les players sur les sites de médias ou en home du site*

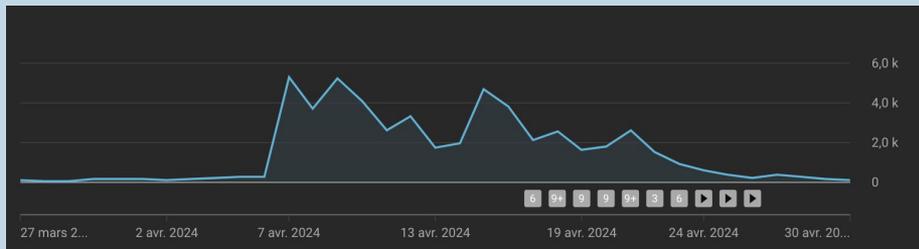
* Une home dédiée au départ avec le player full screen a été demandé et activée quelques heures autour du départ

FOCUS VIDÉO / LIVE DÉPART



Importance du replay sur le live Facebook

FOCUS VIDÉO / YOUTUBE



53,7K vues de vidéos

Avec un décollage la veille du départ

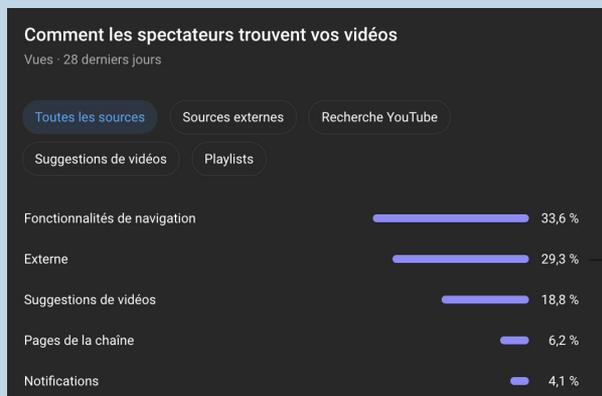
2,7K heures de visionnages

Soit l'équivalent de 112 jours de contenus vus

-66 abonnés

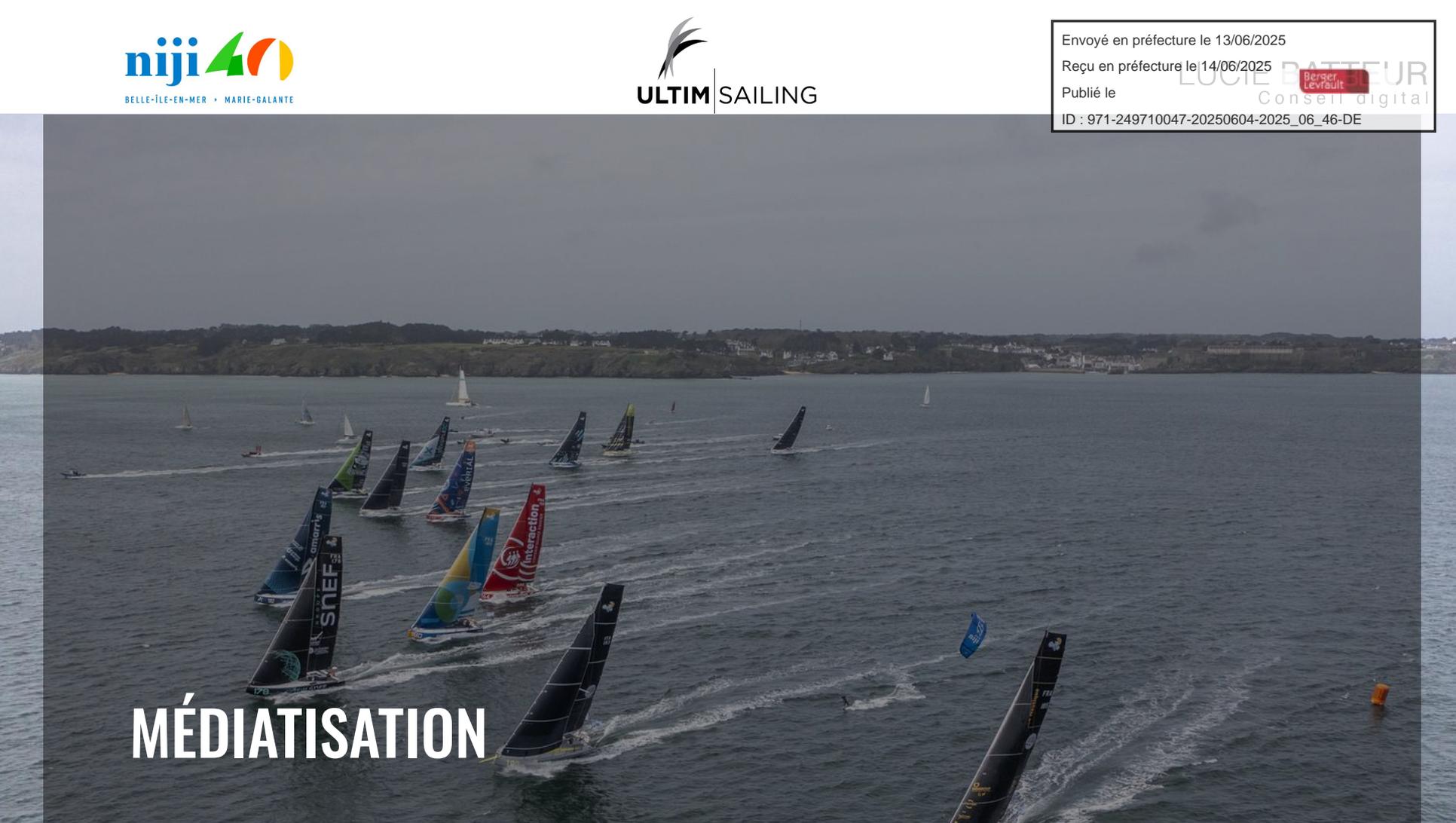
Explication : publications de l'ensemble des vidéos du bord

FOCUS VIDÉO / YOUTUBE



geovoile.com	2471	70,1 %
Google Search	255	7,2 %
ultimsailing.com	192	5,5 %
letelegramme.fr	135	3,8 %
YouTube	128	3,6 %
Facebook	44	1,3 %
whatsapp.com	36	1,0 %
X	23	0,7 %
Facebook Messenger	20	0,6 %
niji40.fr	18	0,5 %

Sur Youtube, beaucoup de vidéos vues via la cartographie
Peu de vidéos vues sur le site Niji40.fr avec un manque de valorisation du player / page mulmédia



MÉDIATISATION

MÉDIATISATION

Médiatisation mise en place tardivement en raison des blocages du compte publicitaire.

OBJECTIFS DES PUBLICITÉS

- Vues de vidéos
- Interactions (j'aime, commentaire...)
- Visite du profil Instagram
- Réponse à des événements (= informer localement des animations)

163€
dépensés pour
33,2K
personnes atteintes





À RETENIR

À RETENIR

Près de
500 apparitions de Niji
dans les contenus réseaux sociaux

Vue + de
822K fois
Nombre d'impressions
incluant les vidéos Youtube

Importance de la
Vidéo
Qui figure dans les top posts réseaux
sociaux et beaux résultats Youtube
à mieux valoriser dans les parties multimédia
des sites internet

BILAN FONCTIONNEL

- Site internet finalisé au dernier moment, support non adapté à l'événementiel :
 - Home hyper figée en mobile
 - Peu d'automatisation de remontée des contenus (force à pusher les contenus à plusieurs endroits manuellement, multiplie les risques de faute ou de trous dans raquette)
 - Peu de valorisation des vidéos ou des sons
 - Malgré tout une grande disponibilité de Audrey
- Problèmes sur le compte publicitaire (appartenant encore Addvivo). Démarches chronophages effectuées tout au long de la course pour réussir à faire quelques pub à la fin
- Live sur les réseaux sociaux uniquement : question à se poser au vu les statistiques. Nécessite de faire un vrai travail sur les crosspostages et le relai aux médias car nos communautés seules ne sont pas assez puissantes.
- Travail en mi-temps sur la course : moins de temps pour exploiter les contenus reçus du bord en trends et travailler la viralité

BILAN FONCTIONNEL

- Absence de back-up CM :
 - Dommage de ne pas avoir eu de back up au départ pour multiplier les supports d'expression (pas de story ou tweet avec des images live du départ car gestion du live à terre prio)
 - 10h sans aucun contenu sur les réseaux sociaux lors du voyage vers Marie-Galante à J-3 des arrivées
 - Décalage horaire = l'audience principalement française n'avait que peu d'informations avant 12h (valable pour les RS et la rédaction)

MERCI

contact@jeandunord.fr
www.jeandunord.fr