



*Figure 1 : influenceur voyage*

# **Les influenceurs de voyages**

## **Un atout pour le tourisme**

**Tourism Intelligence Agency (TIA)**

**2018**

**Clélia du Marchie, Maya Zamofing et Dina Chahid Ruiz**

## Résumé

C'est une nouvelle manière de faire du marketing. Ce sont des personnes influentes, avec un grand nombre de followers sur les réseaux sociaux qui postent des photos, vidéos sur les réseaux sociaux en donnant leurs avis sur des destinations et d'autres domaines spécifiques. Ce qui a un grand impact sur les attitudes, décisions et comportements des followers. C'est donc pour ces raisons que l'industrie du tourisme s'y intéresse. Car ils ont une grande influence sur les followers et ils ont un contact direct avec eux. Au cours de ce travail, nous nous sommes concentrés sur les diverses expériences et méthodes en lien avec les influenceurs voyageurs. En effet, nous avons commencé par nous renseigner sur le sujet de manière générale et donc au niveau mondial, puis plus particulièrement sur les cas en Suisse. Le tourisme suisse commence à se développer sur les tactiques marketing par le biais des influenceurs. Diverses campagnes de promotions réalisées dans la région, ont porté leurs fruits et ces phénomènes devraient évoluer de manière positive dans les prochains mois. Pour terminer, nous avons analysé les conseils qu'un office du tourisme pourrait recevoir afin de choisir le parfait influenceur voyage pour présenter ses points touristiques.

## Introduction

Les influenceurs sont des leaders d'influences très prisés dans le marketing des entreprises car les publicités « traditionnelles » ne fonctionnent plus autant bien qu'avant, surtout chez les jeunes. Ces leaders d'influences ont un grand impact sur les attitudes, décisions et comportements de leurs followers et c'est tout naturellement que l'industrie du tourisme s'intéresse à eux.

Les influenceurs les plus suivis sont payés pour réaliser des clichés ou vidéos en identifiant un hôtel, une compagnie de transport ou tout autre infrastructure touristique. Ils sont également rémunérés en commissions lorsque leurs lecteurs réservent un voyage ou un service hôtelier. Cet argent ne leur permet en général pas de vivre de cette activité mais il permet au moins de financer leurs voyages.

Pour Nicolas de Dianous, directeur associé de We Like Travel, les influenceurs apportent une plus-value exceptionnelle pour les marques. Ils produisent un flux impressionnant de contenus de qualité contre une rémunération bon marché.

Les retombées économiques sont d'autant plus grandes que la vitesse et l'ampleur du partage sur le net sont considérables. L'interaction avec les followers est aussi ce qui fait le succès des blogs d'influenceurs. C'est en effet ce que ceux-ci recherchent en allant sur les blogs de voyage. On recherche l'authenticité d'un lieu avec les expériences que d'autres y ont vécu.

Dans le secteur du tourisme, nombre de chaînes hôtelières et d'offices de tourisme utilisent le phénomène des influenceurs depuis déjà quelques années. Le salon du tourisme (ITB) de Berlin organise depuis 2 ans des rencontres entre blogueurs et agents du tourisme afin de faciliter les échanges. Une start-up (Snap Traveller) a même été fondée sur le même principe de mise en relation entre hôtelier et influenceurs.

Le revers de la médaille est que certains sites touristiques sont victimes de leur succès. En effet les touristes qui arrivent en masse détruisent en partie les lieux ou les rendent moins idylliques. C'est le cas de Maya Bay, la baie thaïlandaise rendue célèbre par le film « la plage » qui a été visitée par d'innombrables touristes et influenceurs. Cette plage accueillait près de 5000 visiteurs par jour et est maintenant fermée au public pour une durée indéterminée. Cela devrait permettre à l'écosystème de retrouver une situation normale.

## L'impact des influenceurs de voyage en Suisse

Vevey Suisse Tourisme, a réuni une trentaine d'influenceurs à la Riviera. Des influenceurs venant de 21 pays différents. Le but était de renforcer la visibilité du pays sur les réseaux sociaux en particulier Instagram. Selon eux, ses influenceurs sont entourés d'une communauté de followers importantes et sont très influents sur les tendances du moment. Ils ont des contacts directs avec les clients finaux et c'est très profitable.

En Suisse, de nombreux lieux sont devenus connus grâce à des influenceurs, stars en tout genre. Ses lieux paisibles autrefois sont aujourd'hui des lieux prisés où il faut absolument aller. Certains lieux ont été envahis par les touristes. Les jeunes aujourd'hui veulent reproduire les photos Instagram de leur idole.



C'est ce qui s'est passé par exemple à la cabane d'alpage d'Aescher en Appenzell :

Depuis que Roger Federer et Ashton Kutcher ont publié des photos dans ce lieu et qu'il apparut dans le National Geographic comme étant une des 225 plus belles places au monde, le tourisme a explosé et le petit restaurant est aujourd'hui surchargé.

Figure 2 : cabane d'Aescher en Appenzell

Le Val Verzasca a aussi connu un nombre de touristes très élevé à cause d'une vidéo tournée par des influenceurs et postée sur les réseaux sociaux. La vidéo décrit cet endroit comme les Maldives à une heure de Milan. Cette vidéo a été vue plus de 2,5 millions de fois. Ce qui a posé des problèmes à la population tessinoise car de nombreux embouteillages sont apparus, les touristes se parquaient n'importe où par manque de place et laissaient leurs déchets.



Figure 3: Val Verzasca

## 5 conseils à suivre pour trouver un bon influenceur voyage

En se mettant à la tête de l'organisme en charge de la promotion touristique du Canton du Valais, nous avons listé diverses astuces et conseils à prendre en compte. Ces derniers permettront de définir au mieux un influenceur voyage qui sera en mesure de refléter l'image du Valais, dans le monde.

1. Déterminer le type de tourisme que l'endroit propose
  - 1.1. Connaître la gamme de publique à attirer

Avant de rechercher un influenceur, la destination qui souhaite être promue, doit se définir de manière claire et concise. En effet, il faut être au clair sur quel type de tourisme, on souhaite paraître par le biais de l'influenceur. Etre vigilant de choisir un leader d'influence qui est en concordance avec le type de vacances ou de beautés naturelles que le lieu peut montrer. Il est impératif de ne pas choisir une

personne qui a pour habitude de présenter des grandes villes telles que New York, Hong Kong ou Londres et de stimuler le tourisme valaisan.

#### 2. Choisir ce que l'on souhaite montrer par le biais de l'influenceur

Ensuite, il faut garder en tête que le temps est compté pour un blogueur. Il ne va pas séjourner aussi longtemps qu'un touriste lambda et donc va devoir montrer le plus possible en un moindre temps. C'est la raison pour laquelle, il est nécessaire d'être explicite et définir les lieux potentiellement attractifs pour l'audience. Il est aussi important de transmettre des éléments emblématiques et identitaires de la Suisse.

En second lieu, il est également conseillé de montrer les lieux qui ont une signification pour certaines populations. En effet, la Suisse est souvent représentée dans les films Bollywood et donc les indiens viennent chez nous pour voir ces lieux de tournages tel que Lucerne, Gstaad ou Genève.

#### 3. Regarder son réseau, sa popularité et son audience

Après avoir déterminer avec certitudes, quels sont éléments liés au Canton du Valais, il est bien de se concentrer sur l'influenceur en lui-même. Premièrement, il faut se concentrer sur les blogueurs qui sont en lien avec les activités du Valais. On va rechercher une personne qui pratique des sports d'hivers, qui fais des randonnées, qui peut apprécier les termes et le bien-être, mais surtout qui aime les montagnes.

#### 4. La crédibilité de l'influenceur

Pour qu'une campagne sur les réseaux sociaux se déroule de la meilleure manière possible, il est important que l'influenceur paraisse crédible auprès de l'audience. En effet, pour donner envie de voyager en Valais, il est impératif de ressentir « l'amour » que le blogueur a pu éprouver pour la destination. Montrer et transmettre cette passion ainsi que cette envie d'aller visiter le lieu. Dans cette même optique, il faut également faire attention que l'influenceur n'en fasse pas trop et décrédibilise la visite en Valais.

#### 5. Le budget imposé par le blogueur

Le phénomène des influenceurs voyages se développe de manière rapide, ils ont de plus de plus de suiveurs sur leur blog ainsi que sur les réseaux sociaux. Les contractes se multiplient et donc imposent toujours plus en plus d'argent pour réaliser des campagnes de promotions de destinations. Adapter un budget qui rend la démarche rentable et sécurise un résultat direct.



Figure 4 : voyages

## Sources

Stenger, P. (02.03.2018). Influenceur voyage, les coulisses d'un nouveau métier. Récupéré sur <https://www.capital.fr/lifestyle/et-si-vous-voyagiez-gratuitement-grace-a-instagram-1275153>

La liberté. (03.10.2018). La baie rendue célèbre par le film, « la Plage » reste fermée. Récupéré sur <https://www.laliberte.ch/news-agence/detail/la-baie-rendue-celebre-par-le-film-la-plage-reste-fermee/457581>

Tourmag. (30.10.2014). Les blogueurs voyage, des « influenceurs » convoités par le tourisme. Récupéré sur [https://www.tourmag.com/Les-blogueurs-voyage-des-influenceurs-convoites-par-le-tourisme\\_a70179.html](https://www.tourmag.com/Les-blogueurs-voyage-des-influenceurs-convoites-par-le-tourisme_a70179.html)

Htr.ch. (23.08.2018). Suisse Tourisme organise une conférence pour les influenceurs. Récupéré sur <https://www.htr.ch/edition-francaise/article/suisse-tourisme-organise-une-conference-pour-les-influencers-21609.html>

Fraich' Touch. (2018). Trouver un travel blogueur pour la communication. Récupéré sur <https://fraichtouch.com/travel-blogueurs/>

Béda, C. (28.08.2018). Des influenceurs du monde entier découvrent le canton. Récupéré sur <https://www.24heures.ch/vald-regions/riviera-chablais/influenceurs-monde-entier-decouvrent-canton/story/25401964>

Ischi, L. (24.08.2018). Avis aux intéressés : le plus beau restaurant du monde cherche un gérant. Récupéré sur <http://www.femina.ch/loisirs/suisse/avis-aux-interesses-plus-beau-restaurant-monde-cherche-gerant-aescher-montagne-helvetique-auberge-alpine-abandon-afflux-touristes-visiteurs>

Rappaz, B. (09.08.2018). Des sites touristiques pris d'assaut. Récupéré sur [https://www.swissinfo.ch/fre/economie/tourisme-de-masse\\_des-sites-touristiques-pris-d-assaut/44385540](https://www.swissinfo.ch/fre/economie/tourisme-de-masse_des-sites-touristiques-pris-d-assaut/44385540)

Della Pietra, N. (22.07.2017). Victime de son succès sur Facebook, le Val Verzasca noyé sous les touristes. Récupérer sur <https://www.rts.ch/info/regions/autres-cantons/8789849-victime-de-son-succes-sur-facebook-le-val-verzasca-noye-sous-les-touristes.html>

## Figures :

1 : <https://images.leblogdelamechante.fr/images/2013/01/voyages-768x465.jpg>

2 : [https://cdn.loisirs.ch/media/cache/default\\_admin\\_big/default/0001/48/47225\\_default\\_admin\\_big.jpg](https://cdn.loisirs.ch/media/cache/default_admin_big/default/0001/48/47225_default_admin_big.jpg)

3 : <https://viaggiare.moondo.info/wp-content/uploads/sites/4/2018/06/val-verzasca.jpg>

4 : <https://blog.bourse-des-vols.com/wp-content/uploads/2015/08/billet-avion-pas-cher-voyages.jpg.jpg>