

## Listes des références

- AFP, (2014), *Le monde du tourisme mise de plus en plus sur les blogueurs*, Récupéré sur <http://www.leparisien.fr/high-tech/le-monde-du-tourisme-mise-de-plus-en-plus-sur-les-blogueurs-08-03-2014-3654807.php#xtref=https%3A%2F%2Fwww.google.ch%2F>
- Banyai, M., & Havitz, M. (2013). Analyzing Travel Blogs Using a Realist Evaluation Approach. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 22:2, 229 – 241.
- Camprubi, R., Guia, J., & Comas, J. (2012). *Current Issues in Tourism - The new role of tourists in destination image formation*, Faculty of Tourism, University of Girona, Spain.
- Decaudin, J-M., Digout, J., Fueyo, C & Lamari, G. (2011). *La crédibilité des blogs comme médias publicitaires, 10ème Journée de recherche sur le e-marketing AFM*. La Sorbonne, Paris.
- Lee, Y., & Gretzel, U. (2014). Cross-cultural differences in social identity formation through travel blogging. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31:37-54, 2014.
- ODW. (2013). *Les relations blogueurs en France en 2013 – Etude sur les relations entre les marques et les blogueurs en France*. Récupéré sur <http://frenchweb.fr/infographie-en-france-34-des-blogueurs-sont-insatisfaits-des-marques-qui-les-approchent/122049>.
- Prolux S. (2009), La confiance: ce qui fait le lien au temps de l'incertitude informationnelle, in Lobet-Maris, C., Lucas, R. (Ed.), *Variations sur la confiance: concepts et enjeux au sein des théories de la gouvernance* (p.114). Bruxelles : Peter Lang.
- Schmallegger, D., & Carson, D. (2008). Blogs in tourism: Changing approaches to information exchange. *Journal of Vacation Marketing*, 14:99.
- Touros. (2012). *Le Blog, un outil de communication touristique*. Récupéré sur <http://www.touros.ch/fr-ch/blog/blog-tourisme.aspx?action=detail&id=3515>
- Wang, H-Y. (2012). Investigating the determinants of travel blogs influencing readers intention to travel. *The Service Industries Journal*, 32:2, :231-255.