En quoi les réseaux sociaux sont utiles pour la communication dans le secteur du tourisme ?

Bibliothèque publique d'information – notre réponse *actualisée* **le 30/07/2021.**



© Image par reenablack via Pixabay

« Les professionnels du ***tourisme*** *s'emparent des* ***réseaux sociaux*** *pour en faire des atouts de leur politique de* ***communication****. Partant de l'idée que les candidats au voyage font confiance à ceux qui les ont précédés et sont prêts à rejoindre la communauté, l'industrie du* ***tourisme*** *investit les*

plateformes d'échanges de photographies, de récits et de vidéos pour mieux connaitre et fidéliser leurs clients. »
Les réseaux sociaux : outils du marketing viral en tourisme par Jean-Claude Morand, *Réseaux sociaux et identités numériques,* n°141, 2011.
En quoi les réseaux sociaux sont-ils bénéfiques pour la communication des acteurs du tourisme ?

Les réseaux sociaux bénéfiques pour le tourisme

Discours sur les réseaux sociaux et expérience touristique : une nouvelle donne pour les gestionnaires de sites patrimoniaux et acteurs touristiques par Christine Salomone et Hamed Haddouche, Presses de l'Université du Québec, 2021.
Résumé :
Cet article vise à comprendre comment les **usages du numérique** et le recours aux **réseaux sociaux** peuvent constituer un **nouvel outil de communication** pour les gestionnaires de sites patrimoniaux et les acteurs du **tourisme**. Nous avons examiné les stratégies des acteurs et des professionnels du **tourisme**, nous penchant sur leurs usages, leurs pratiques et la manière dont ils envisagent les relations à établir avec les « touristes-consommateurs ».

Comment les réseaux sociaux influencent-ils le tourisme de luxe ?, Anonyme, *Forbes*, 2019.
Extrait :
*«En 2020, 39 % du **tourisme** de luxe mondial mettra davantage l'accent sur les **réseaux sociaux**. »*

Que nous disent les réseaux sociaux sur les dernières tendances de voyage ? par Clotilde Costil, Quotidien du tourisme, 2019.
Extrait :

*« Les **réseaux sociaux** constituent une mine d'informations cruciale pour les professionnels du **tourisme**. Bien qu'ils ne rassemblent pas tous les échantillons de la population touristique, ils permettent, comme l'a fait la plateforme Traackr, de prendre le pouls des dernières tendances en matière de **tourisme**. »*

Guide numérique et mise en scène du territoire, entre médiation patrimoniale et stratégie de communication touristique par Jessica de Bideran et Patrick Fraysse, *Études de communication*, n°45, p.77-96, 2015.

Résumé :

Depuis plusieurs années la question de la rentabilité du patrimoine se pose pour les pouvoirs publics. Son attractivité **touristique** lui confère dès lors une place dans l'analyse des politiques culturelles qui fait la part belle aux raisonnements économiques. Or le patrimoine se voit aujourd'hui mis en scène par diverses **applications numériques** qui participent au développement des territoires en valorisant une histoire locale.

Études de cas

Souillac. Marie Barrière : « Le tourisme sur les réseaux sociaux », par J.C Christol, La Dépêche, 2020.

Extrait :

*« Pour aller plus loin dans notre communication sur les **réseaux sociaux**, nous avons décidé d'une campagne de communication globale pour développer la notoriété de la destination « Vallée de la Dordogne » et surtout susciter l'envie de consommer l'**offre touristique**. »*

L'innovation dans le tourisme : culture numérique et nouveaux modes de vie de Brice Duthion et Cyrille Mandou, De Boeck Supérieur, 2016.

Résumé :

Une synthèse des grandes étapes de l'innovation dans le **tourisme** de son invention à nos jours, avec des études de cas.

Quelle stratégie adopter ?

Réseaux sociaux : quelles bonnes pratiques pour les pros du tourisme ? sur le blog tourisme institutionnel en 2018.
Extrait :
*« Les **réseaux sociaux** ont révolutionné les habitudes de consommation dans tous les secteurs d'activité. Le **tourisme**, par un fort impact visuel et un capital sympathie universel, est l'un des plus engageants. Au vu des 42 millions d'internautes [1] à parcourir la toile quotidiennement dans l'hexagone, les **réseaux sociaux** ont de beaux (et longs) jours devant eux. »*

Tourisme 2.0 : Construire sa stratégie Social Média par Samir Sirat, 2015.
Résumé :
Panoramas des **outils 2.0**, enjeux dans le **tourisme**, définition et animation d'une stratégie social-média.

Tourisme : quelles stratégies sur les réseaux sociaux ? sur le site Comarketing, 2016.
Extrait :
*« Une récente étude vient d'analyser les **comptes sociaux** de près de 70 acteurs du **tourisme**. Si la concurrence fait rage y compris sur les **réseaux** dans ce secteur, les marques y adoptent des stratégies différentes et n'ont pas toutes les mêmes objectifs… »*

Infographie travel et Big Data par Arnaud Tamisier en 2016.
Extrait :
*« Les 6 grandes leçons de l'étude **travel et Big Data** réalisée par Sprinklr en collaboration avec Just Amazing. »*

Pour aller plus loin

Quels métiers pour la communication numérique des organisations touristiques ? par Nathalie Alexandre-Bourhis, Said Khalla et Chantal Rouvrais-Charron, *Management & Avenir*, n°60, p.195-211, 2013.

Résumé :
Cette étude vise à dessiner les contours des métiers présents et futurs qui sont liés à la **communication numérique**. Après avoir décrit le contexte spécifique du secteur **touristique**, particulièrement touché par l'**évolution des NTIC,** l'article présente les résultats d'une étude qualitative réalisée auprès de trente et un professionnels du secteur (directeurs d'organisation touristique privée ou publique et chargés de communication).

Sur un sujet proche

Comment le tourisme d'affaires peut-il se réinventer face aux nouvelles technologies ?