



28. TFA TourismusForum Alpenregionen
19. - 21. März 2018
Films Laax Falera (CH)



epaper | archiv | htr-news | magazin

jobs | immobilien | hotelmarktplatz

inserieren | abonnieren | kontakt

home hotellerie tourisme gastronomie politik - wirtschaft people - events kurz notiert



actualité

21.02.2018

Les Instagrammers aiment les visages et les plaisirs de la vie



Les selfies ou les photos de personnes sont très populaires sur Instagram (52% des destinations étudiées). (Image: facebook.com/DiavolezzaLagalb)

Les photos des visiteurs publiées sur Instagram coïncident-elles avec le positionnements des stations valaisannes? Anouk Allemand s'est penchée sur la question dans le cadre de son EMBA en innovation touristique. Selon elle, les thèmes de la gastronomie et des «plaisirs de la vie» sont sous-représentés.

Les visiteurs qui postent des images de leurs vacances sur Instagram rendent-ils réellement service aux destinations? Leurs images correspondent-elles à celles diffusées par les destinations? Anouk Allemand s'est penchée sur cette thématique dans le cadre d'un EMBA en innovation touristique à l'Institut de Tourisme de la HES-SO Valais. Une partie de ses résultats sont publiés par l'Observatoire valaisan du tourisme.

En Suisse, Instagram est le second réseau social le plus utilisé par les organisations touristiques, après Facebook et devant YouTube et Twitter, rappelle la chercheuse. Et pour cause: 48% des utilisateurs d'Instagram utiliseraient la plateforme pour découvrir et choisir leur future destination de voyage. Instagram compte 400 millions d'utilisateurs actifs chaque jour et plus de 95 millions de photos et vidéos y sont postées quotidiennement. Autant dire que le potentiel est énorme.

Crans-Montana, Verbier et Loèche-les-Bains sous la loupe

Anouk Allemand a choisi les destinations de Crans-Montana, Verbier et Loèche-les-Bains pour sa recherche. Les stations de Val Thorens et de Morgins-Châtel ont été utilisées à titre comparatif. S'il existe «globalement» une cohérence entre le positionnement des destinations et les photos postées sur Instagram par les hôtes, la nuance reste de mise.

La chercheuse remarque que les hôtes privilégient les photos de personnes, surtout les selfies, au total 52% du contenu des destinations sondées. Les destinations mettent en revanche davantage l'accent sur les paysages (53%), un peu moins sur les personnes (29%). A l'exception de Loèche pour qui la représentativité des bains thermaux est très forte, les clients immortalisent majoritairement la pratique du ski. Dans les destinations, l'échantillon est plus faible en ce concerne les photos de ski et de sport de glisse.

Les destinations oublient les «plaisirs de la vie»

Autre observation: les Instagrammers aiment photographier ce que la chercheuse appelle les «plaisirs de la vie», soit les activités liées à la gastronomie et à la fête. Ce type de contenu représente jusqu'à 33% à Crans-Montana. Cependant cette thématique est très peu présente chez les destinations (7%).

L'aspect gastronomique démontre un certain décalage. Les Instagrammers préfèrent photographier des repas ou des apéritifs que des produits seuls. Du côté des destinations, elles disposent toutes sur leur site Internet d'une

en français

actualités

» les plus actuels » les plus lus

- 23.02. Boas fait renaître l'Ermitage
- 22.02. 2017, année de reprise et des ...
- 22.02. LEHL aura bientôt sa mini s...
- 21.02. Les Instagrammers aiment les v...
- 20.02. Des files d'attente réduites à...

ne manquez rien

htr.news

Enregistrez-vous gratuitement ici à notre service journalier d'actualités **plus** »

aktuelle Ausgabe der htr

- » epaper
- » abo
- » archiv
- » mediadaten

Die htr erscheint neu 14-täglich.



rubrique «gastronomie», et pourtant ne publient que peu de photos à ce sujet sur Instagram.

En conclusion, Anouk Allemand estime encore que le potentiel d'Instagram n'est pas encore complètement exploité par les destinations. «L'étude fait état d'un manque d'activité sur Instagram de la part des communautés et des destinations. D'un point de vue institutionnel, l'activité plus régulière du compte peut renforcer le positionnement de la destination tout en favorisant un meilleur engagement de sa communauté», écrit-elle. (htr/lb)



Gefällt mir 0

0 Kommentare

Sortieren nach **Älteste**



Kommentar hinzufügen ...

Facebook-Plug-in für Kommentare

werbung

Leading Front Office to Excellence 2018
 Der neue Front Office Management Lehrgang von hotellerieuisse
 Start: 10. April 2018 – Jetzt anmelden!



hoteljob.ch - Stelleninserate

hoteljob.ch

hoteljob.ch das Stellenportal für die Hotellerie, Gastronomie und den Tourismus mit monatlich über 410'000 Seitenzugriffen.

Aktuelle Jobs auf hoteljob.ch:

- Mitarbeiter Empfang und Kundenbetreuung
Medizinisches Zentrum (w/m) 100 %
Ostschweiz
- DirektorIn Ref. 3011
Zürich
- Chef de Service (m/w) mit Erfahrung in Schweizer Resorthotels für unser Gourmetrestaurant Guarda Val
Graubünden
- Chef de Rang (m/w)
Graubünden
- RÉCEPTIONIST-IN
Luzern

htr immobilienbörse

immobilien

Die Online-Plattform für Hotel- und Restaurantimmobilien

hotelmarktplatz.ch - Lieferantenplattform

hotelmarktplatz.ch

hotelmarktplatz.ch die intelligente Einkaufsplattform für Hotellerie und Gastronomie.



twitter feed



- hotelrevue** VOR 1 STUNDE
 Orascom will mit Verkauf von Anteilen Schulden reduzieren: <https://t.co/o0rM5otubO>
<https://t.co/4lkOEAgZsJ>
- hotelrevue** VOR MEHR ALS 1 TAG
 Abgang in der Geschäftsleitung von @nidwalden
 #Tourismus <https://t.co/QLvnAxcvO>
<https://t.co/vTYOJD0Ky4>
- hotelrevue** VOR MEHR ALS 1 TAG
 RTR-Journalist wird Chef der Biosfera Val Müstair:
<https://t.co/xGearyOPZW> <https://t.co/i3wNhk4SGq>
- hotelrevue** VOR MEHR ALS 1 TAG