

MARKETING D'INFLUENCE DANS LE SECTEUR DU TOURISME - COVID-19

50 influenceurs français interrogés dans le secteur du Travel/Lifestyle

Etat des lieux de la situation en 2020

Emergence de formats créatifs et divertissants :



Les **lives** Instagram



Les **Reels** sur Instagram



Les **Challenges** sur TikTok

Développement de nouvelles plateformes et médias :



L'application **TikTok**



L'application **Twitch**



Les **podcasts**



Focus sur les activités des influenceurs



60%

des influenceurs interrogés ont poursuivi leurs collaborations avec les marques en 2020

Les acteurs touristiques ont continué de faire appel aux influenceurs pour faire de la promotion en ligne



Instagram est toujours la plateforme de prédilection des influenceurs et de leurs communautés (**90%**)

44% des influenceurs ont continué de voyager en partenariat avec des acteurs touristiques sur les réseaux sociaux

Top 3 des destinations



53%
France



26%
U.E



21%
Hors U.E

Réinventer le tourisme de demain

100%

des influenceurs sont prêts à changer leurs habitudes de voyages pour un tourisme plus solidaire, éthique et plus responsable



Prise de conscience **écologique**



Faire des **voyages plus éthiques**



Privilégier les **destinations proches & faciles d'accès**



Limiter leur **empreinte carbone**

Les nouvelles attentes des communautés



Un grand **besoin d'évasion, de rêver**



Besoin de **cohérence** dans les voyages, plus de **rencontres humaines**



Fort intérêt pour le **slow tourisme**



Plus de voyages **écoresponsables**



Plus de responsabilité de la part des influenceurs sur les **conditions sanitaires**



Un contenu plus **spontané et authentique**, être **transparent**