



Agence  
de Développement  
Touristique



# Réunion blogueurs, influenceurs Création de contenus

16/01/2024 - Loire Tourisme



# Ordre du jour

- 1. Tour de table**
- 2. Bilan des actions blogueurs & influenceurs 2023**
- 3. Focus sur les campagnes digitales 2023**
- 4. Contenus vidéos et photos réalisés en 2023**
- 5. Contacts et actions prévues en 2024**



# 1. Tour de table

## 2. Bilan des actions blogueurs & influenceurs 2023

### Du 19 au 20 avril 2023 - Accueil influenceuse Outdoor – “Foutrak”

Dans le cadre de notre collaboration avec les organisateurs de la **Mad Jacques**, Loire tourisme a accueilli dans les Monts du Pilat Laura Sotto, une influenceuse spécialisée rando, trail et Outdoor. Elle anime deux comptes Instagram @Foutrak ( 57 000 abonnés sur Instagram ) et @50nuancesdetrek ( 18 700 abonnés Instagram). Cet accueil a donné lieu à un article sur son blog.

L'article complet :

[www.foutrak.com/week-end-randonnee-en-chambre-dhotes-dans-le-pilat/](http://www.foutrak.com/week-end-randonnee-en-chambre-dhotes-dans-le-pilat/)

Week-end randonnée en chambre d'hôtes dans le Pilat

@foutrak 21 Avr 2023 0 zero comment



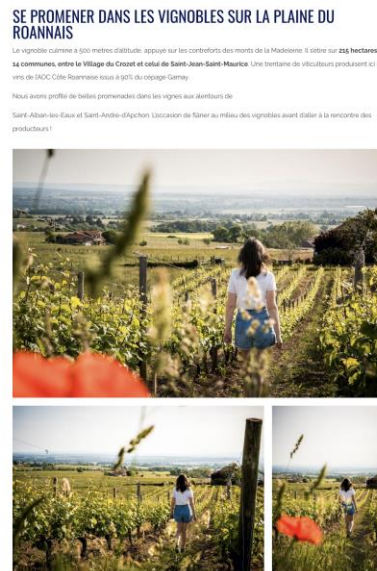


## 2. Bilan des actions blogueurs & influenceurs 2023

### Fin mai 2023 – Accueil de Marie et Anne - Perspectives de Voyage

Fin mai 2023, Loire Tourisme a accueilli Marie et Anne de [Perspectives de Voyage](#). Mise en avant du Roannais et notamment les Villages de Caractère de la Côte Roannaise, le Château de la Roche, les Ateliers des Grands Cèdres à Cordelle...

- Réalisation d'un article complet : <https://perspectives-de-voyage.com/que-faire-dans-la-loire-cote-roannaise>
- Publications sur les Réseaux sociaux Facebook et Instagram : stories, post et vidéos
- Achat de photos



## 2. Bilan des actions blogueurs & influenceurs 2023

### Mai 2023 - Accueil d'un couple de blogueurs néerlandais - We are Travellers NL

En collaboration avec Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, pour promouvoir notre destination Loire auprès de la clientèle néerlandaise, Loire Tourisme a accueilli un couple d'influenceurs néerlandais [www.wearetravellers.nl](http://www.wearetravellers.nl) les 14 et 15 mai 2023 dans le Pilat.

Leur objectif principal, mettre en avant le dôme géodésique (insolite) du camping le Cottet à Saint-Appolinard et les bonnes adresses et les plus beaux sites du Pilat.

L'article : [www.wearetravellers.nl/europa/frankrijk/auvergne-rhone-alpes/](http://www.wearetravellers.nl/europa/frankrijk/auvergne-rhone-alpes/)

#### Bilan Influence NL

##### STORIES



Impressions	2516
Partâmes	2457
Swipe ups	-
Clits	-
Replies	-

17 mai 2023



Impressions	3455
Partâmes	3255
Swipe ups	-
Clits	-
Replies	-

18 mai 2023



Impressions	2697
Partâmes	2609
Swipe ups	-
Clits	-
Replies	-

19 mai 2023



Impressions	2497
Partâmes	2417
Swipe ups	-
Clits	-
Replies	-

19 mai 2023

#### Bilan Influence NL

##### We are travellers

- Blog [WeAreTravellers.nl](http://WeAreTravellers.nl) : 300K visiteurs uniques par mois
- Style : Voyage, écriture & photographie
- Instagram [@wearetravellersnl](https://www.instagram.com/wearetravellersnl) : 29K followers, 365+ post par an
- Facebook : 55,500 suiveurs

##### Démographie compte Instagram



## 2. Bilan des actions blogueurs & influenceurs 2023

### Juin 2023 – Accueil du réalisateur/youtubeur Benjamin Martinie – Tolt

**Du 19 au 23 juin 2023**, en collaboration avec **Saint-Etienne Hors-Cadre, Loire Tourisme** a accueilli Benjamin Martinie, réalisateur/YouTubeur spécialisé dans le voyage bas carbone. Après avoir beaucoup pris l'avion pour casser les idées reçues sur des destinations peu touristiques comme l'Iran ou l'Algérie, il décide de ne plus prendre et promouvoir ce mode de transport incompatible avec nos objectifs climatiques. Depuis ces dernières années, il fait la promotion des voyages en train, en transport en commun en limitant le plus possible l'usage de la voiture. Lors de cet accueil, Benjamin et son collègue Alexis cadreur ont découvert Saint-Etienne et ses environs : boutiques, artisans, les Gorges de la Loire, Sainte-Croix-en-Jarez, Marols, Montarcher... Une vidéo long format est attendue sur ce début d'année 2024 + vidéos thématiques.



## 2. Bilan des actions blogueurs & influenceurs 2023

### Novembre 2023 – Jamy parle de la Loire

Influenceur aux 4 millions de followers sur toutes les plateformes des réseaux sociaux, Jamy a choisi la Loire pour parler du slowtourisme [YouTube](#) [Epicurieux](#)  
Projet porté par ADN Tourisme puis AURA Tourisme  
Très belle mise en avant en compagnie de [Tolt](#) son invité du moment.

Mise en valeur du voyage sans voiture. Gorges de la Loire depuis le Plateau de la Danse du côté de Saint-Victor-sur-Loire en passant par le Barrage de Grangent, Saint-Galmier et l'Atelier du souffleur de verre avec Pierre Marion.

Résultat, plus de 400 000 vues cumulées sur les différentes plateformes en quelques jours. Un véritable buzz...

l'émission via YouTube en version longue, c'est par [là](#) ou la version dédiée au Gorges de la Loire sur instagram, [ici](#)

<https://pro.loiretourisme.com/jamy-parle-de-la-loire/>





## 2. Bilan des actions blogueurs & influenceurs 2023

### 2023 – Prairy

Prairy application et un média. Mise en avant d'un tourisme de proximité et des microaventures / Développement important. Un média de référence pour valoriser le tourisme local avec 60 000 pages vues / mois sur leur blog, une newsletter mensuelle avec 22 000 lecteurs et plus de **45 000 abonnés sur leurs différents réseaux sociaux**.

En partenariat avec Loire Tourisme depuis 2021, le nombre d'ouvertures et de consultations des différents spots du département sur l'appli a atteint plus de **60 932 ouvertures sur l'année 2023**.

Top 10 des sites les plus visités et les mieux notés de la Loire, sur l'appli : Barrage du Gouffre d'Enfer, Belvédère sur l'Île de Grangent, la Cascade de Chorsin, la Tourbière de Gimel, les Trois Dents, Malleval, les Gorges de la Loire en canoë, Sainte Croix en Jarez, la Véloire

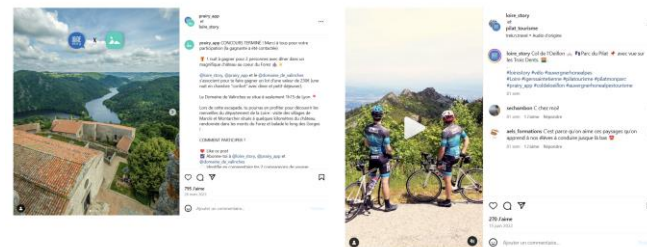
En 2023, deux opérations de communication avec **Prairy sur les réseaux sociaux**.

- Un jeu concours Instagram en collaboration avec **Prairy et Loire Story - 12 000 comptes tout en faisant accroître une communauté ciblée**
- Un Reel Insta en collaboration entre **Loire Story et Prairy** + 15800 vues.

En 2024, Loire Story renouvelle son partenariat avec Prairy pour la partie appli et à voir pour la **partie influence**



Publications sur Instagram en 2023



### 3. Focus sur les campagnes digitales 2023

#### 1. Campagne nationale 2023 avec LMWR

Développer la notoriété et la désirabilité de la destination Loire

Faciliter l'association du mot Loire à notre territoire

Nourrir l'image touristique de la Loire

Affirmer l'ambition du Département en matière d'attractivité  
et de développement touristique

Notre cible prioritaire :

Les Jeunes urbains CSP+, sur Paris, Lyon et les Départements limitrophes

**1** LA 1<sup>ÈRE</sup> CAMPAGNE DE COMMUNICATION NATIONALE  
PRINTEMPS 2023



### 3. Focus sur les campagnes digitales 2023

#### 1. Campagne digitale avec l'agence LMWR

Budget d'achat d'espace : 25,000€ net HT\* d'avril à octobre 2023

Prévisionnel : Google ads 10 000 euros net : 25 000 clics

Meta : 15 000 € net – 6 M Impressions

#### Performances obtenues



Résultat : Ces bonnes performances ont permis de booster la fréquentation du site internet ( + 37 % d'utilisateurs entre 2022 et 2023 )

### 3. Focus sur les campagnes digitales 2023

#### 2. Campagne digitale automne 2023 avec ADOT

Du 15 septembre jusqu'au 30 novembre, l'ADT a réalisé une importante campagne de communication avec l'agence ADOT pour développer la fréquentation de de la Loire sur l'arrière-saison.

En collaboration avec les Offices de Saint-Etienne, du Pilat, Loire-Forez, Forez-Est et du Roannais, sur les thématiques œnotourisme, bien-être, city break, famille mais aussi les activités nature et neige cet hiver 2023-24.

En identifiant des cibles pertinentes, en fonction de ces thématiques, Adot a activé d'importantes campagnes médias sur des supports tels que Télérama, 20 Minutes...







### 3. Focus sur les campagnes digitales 2023

#### 2. Campagne digitale automne 2023 avec ADOT

Détails de la campagne ADOT

**1 792 252 impressions DISPLAY / 33 054 clics/ 18 074,24€ dépensés**

Pour la partie Bloc Vidéo, nous avons diffusé et obtenu :

**104 304 impressions/ 353 clics/ 73 560 complètes**

Pour la partie Activité et Nature, nous avons diffusé et obtenu :

**561 516 impressions/ 10 828 clics**

Pour la partie Art de vivre & Oenotourisme, nous avons diffusé et obtenu :

**561 507 impressions/ 9 253 clics**

Pour la partie Bien-Être, nous avons diffusé et obtenu :

**142 608 impressions/ 3 569 clics**

Pour la partie City Break, nous avons diffusé et obtenu :

**140 403 impressions/ 3 042 clics**

Pour la partie Nature & Famille, nous avons diffusé et obtenu :

**281 914 impressions/ 6 009 clics**

## 3. Focus sur les campagnes digitales 2023

### 3. Campagne on line météo France – Loire Tourisme – Partir ici

Campagne livrée à 100% : 425 697 impressions

Clics : 14 984

Taux de clic : 3,52% (VS Bench moyen 2,5%)

La dernière campagne nous étions à 2,34%, très grosse progression sur cette vague.

Le fait d'avoir une création avec plusieurs visuels animés a beaucoup aidé.

[https://www.partir-ici.fr/s/activites?id=Inoms5lc&location=localities%3Aa\\_Loire&date=from%3A20-10-2023%7Cto%3A5-11-2023](https://www.partir-ici.fr/s/activites?id=Inoms5lc&location=localities%3Aa_Loire&date=from%3A20-10-2023%7Cto%3A5-11-2023)

Coût : 1200 euros



### 3. Focus sur les campagnes digitales 2023

#### 4. Chilowe

En 2023, Loire Tourisme avec les OT partenaires ont noué un partenariat avec Chilowé, un média qui défend et promeut un tourisme de proximité, ancrée dans la nature et la micro-aventure. Programmée avant les vacances de la Toussaint, la campagne de communication de Loire Tourisme s'est déployée en trois temps :

- Une première communication à destination des familles avec la valorisation d'activités pleine nature à pratiquer en famille.
- Une deuxième communication destinée aux jeunes actifs, avec des propositions d'idées week-end nature
- Une troisième communication sur la destination Loire, : Il faut la Loire pour le croire – Chilowé

 **Un partenariat avec Chilowé**  
pour développer l'arrière-saison



### 3. Focus sur les campagnes digitales 2023

#### 4. Chilowe



VOYAGE

Il faut la Loire pour le croire

Chilo | Desti

KIDS

Week-end dans la Loire : 5 activités cools à faire avec ses kids

C'est décidé : ce week-end on emmène toute sa tribu dans la Loire...

VOYAGE

Loire : 5 idées week-end entre nature et culture

La fin de semaine approche, c'est l'heure de donner du relief à nos...

D'après nos recherches sur les 90 derniers jours de septembre à novembre 2023, nous avons recensé 246 sessions de notre site loirestory.com qui provenaient de chilowe.com.

**Le tps passé est de 3min31s, taux de rebond 54,88 % ( ce qui est bien) pour 166 utilisateurs avec un taux d'engagement de 45,12 %.**

Plus d'infos : <https://pro.loiretourisme.com/campagne-chilowe/>



## 4. Contenus vidéo et photos réalisés en 2023

En complément des contenus photos et vidéos réalisés en interne, Loire Tourisme a sollicité **l'Agence Riot House Production pour la réalisation de contenus vidéos promotionnels.**

Durant le mois **de juillet 2023, Riot House Production a passé 7 jours de tournage dans la Loire** pour produire des contenus en lien avec les cibles et les thématiques prioritaires de Loire Tourisme.

Pour la fin d'année 2023, Riot House production prévoit de mettre à disposition à Loire Tourisme :

- 1 vidéo promotionnelle 1min30 / 2min
- 5 capsules de 30 sec
- 12 expériences de 15 secondes

Pour Loire Tourisme, ces vidéos serviront pour les prochaines campagnes de communication en 2024.

Déclinées sous différents formats (16/9, carré, 9/16), ces vidéos pourront être utiles pour le web, les réseaux sociaux, des manifestations grand Public (Salon de l'agriculture 2024, Salon du Randonneur à Lyon...), et pour différentes campagnes digitales.

En parallèle de ces jours de tournage avec Riot House Production, Loire Tourisme a produit des photos pour les prochaines campagnes de communication 2024.



## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### Cibles & Marchés prioritaires

#### Nos clientèles cibles



Jeunes Urbains  
CSP+ Sans enfant



Familles



Randonneurs



Cyclotouristes



VTTistes

#### Nos marchés prioritaires



Cibles et marchés identiques à 2023, avec un focus sur la Belgique francophone

## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### Deux univers marketing

En 2024, l'ADT concentrera ses missions sur 2 univers marketing correspondant aux attentes des clientèles.

#### L'OUTDOOR



#### L'ART DE VIVRE



## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### 5.1 Campagne digitales

#### Poursuite des campagnes digitales avec LMWR

##### CONCEPT DE COMMUNICATION & VISUELS

- Capitaliser sur la promesse touristique de la destination : « **Donner du relief à vos vacances** » avec une communication, un positionnement plus différenciant. (Visuels & choix des mots)
- Choisir des visuels traduisant le positionnement choisi dans le cadre de la démarche attractivité
- Centrer la communication sur les activités extérieures, en lien avec le patrimoine et la nature
- Éviter les visuels de Châteaux pour éviter la confusion avec les châteaux de la Loire).
- Renforcer la visibilité de la carte associée au logo dans les visuels affichage

##### PLAN MÉDIA

- Ne pas renouveler la campagne TV (moins performante et peu ciblée) et basculer le budget TV sur le digital.
- Conserver un média de masse, l'affichage, pour faire émerger le Département de Loire en tant que destination auprès des cibles urbaines, qui contribueront à la notoriété et l'image de demain.
- Développer une stratégie de contenus et présence digitale multicanale (site et médias sociaux), pour :
  - Mieux toucher nos cibles et proposer une offre adaptée, affinitaire
  - Traduire nos promesses au travers d'expériences
  - Faciliter le passage à l'acte.
- Communiquer plus tôt, en avril



## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### 5.2 Travail avec médias ciblés

- Poursuite du travail de collaboration avec les médias **Prairy et Chilowe.**

**Prairy** : Poursuite hébergement « Spot app »  
Référencement des 21 spots existants pour 1 an

- Maintien des 2 guides destination à la une
- Analyse et reporting annuel
- + 1 Reel collaboratif et 1 Tiktok sur une thématique à choisir (offert)

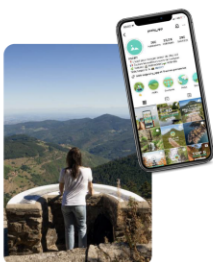
**Option : Format influence (1200 HT) soit option 1 spot app + influence**



### Format Influence

Exemple 2/3

Story : 42K vues cumulées  
Post : 5300 impressions



Partage de story sur Instagram  
tout au long du séjour  
+ Post photos carousel

[Voir le post](#)

ÉMERVEILLÉS PAR  
L'ARDECHE

OBJECTIF :  
Valoriser la partie nord  
du département

N°1 sur Google :  
"Visiter le nord de l'Ardèche"



Article de blog  
complet et optimisé SEO

[Lire l'article](#)

14 600 destinataires  
32% taux d'ouverture



Relais newsletter  
'Destination du mois'

[Voir la news](#)

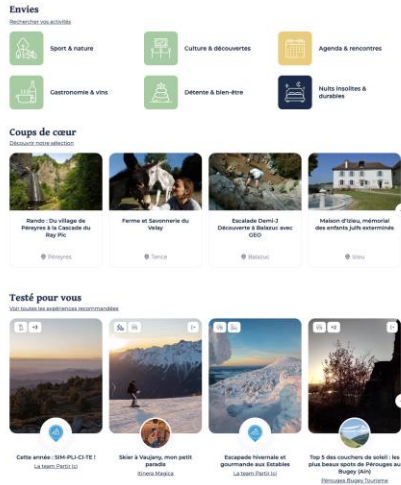
### (1) + (2) Influence

- ✓ Partage de story Instagram tout au long du séjour (2 jours / 1 nuit)
- ✓ Vidéo récap sur Instagram format Reel
- ✓ Vidéo récap sur Tiktok
- ✓ Pack 10 photos
- ✓ Rédaction d'un article sur le blog
- ✓ Encart dédié dans notre newsletter avec un relais vers l'article
- ✓ Ajout des spots visités / activités testées pendant le séjour dans l'application
- ✓ Inclus : **(1)** Hébergement spots App existants

## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### 5.3 Travail avec Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme – Partir Ici

- Déploiement de l'offre via Paul Maury référent Apidae avec les OT ( Hébergements, activités etc)
- Organisation d'une journée Instagram **Partir Ici** avec les éclaireurs et les Igers Saint-Etienne - samedi 7 septembre 2024 (cofinancement AURA Tourisme / Saint-Etienne Hors Cadre / Loire Tourisme)



Téléchargez les prérequis des offres Partir Ici : votre outil favori pour la pré-sélection des offres

12 octobre 2022 Actualités, Offices de Tourisme

Agences départementales et Offices de tourisme, veuillez trouver votre nouvel outil pour affiner la pré-sélection des offres Partir Ici !



Les-prerequis-Partir-Ici-4 Télécharger

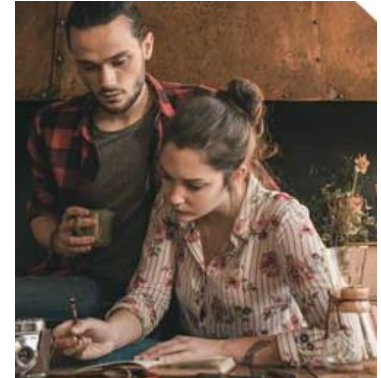
Ce document peut être partagé aux socio-professionnels s'ils souhaitent connaître le processus de pré-sélection

#### Contact



## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### 5.4 Contacts blogueurs



#### 1. Ambre et Mathieu de French Wanderers

##### Pack de base / séjour de 3 jours

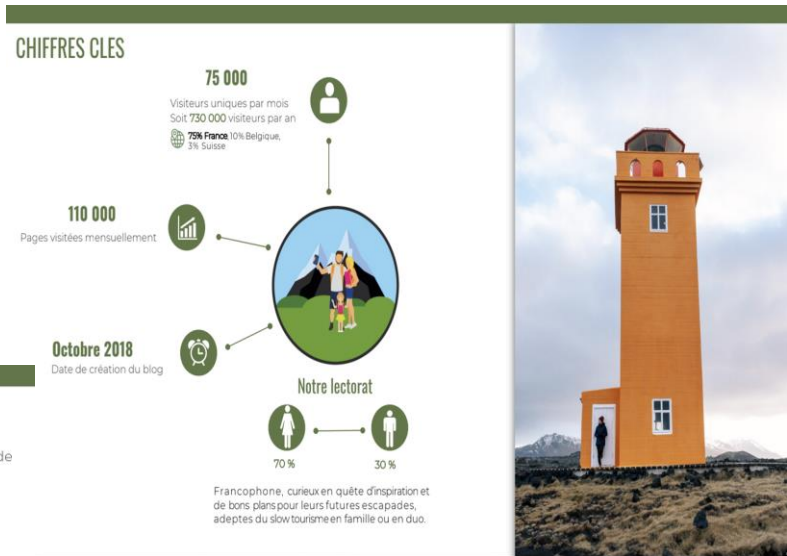
- Le live social média : stories quotidiennes sur Instagram et Facebook
- 1 carrousel minimum qui reprend les photos du séjour posté sur Instagram
- 1 Tiktok sur notre compte, sur le séjour ou une activité
- 1 article de blog de 1500 mots minimum, rédigé pour un SEO optimisé
- 10 photos libres de droits (sélectionnées selon vos besoins sur une planche contact fournie à la fin de notre séjour), avec une cession web et print (sans achat d'espace) pour vous et vos partenaires, sur 5 ans, dans le monde entier.

Pour cette prestation et ce pack de base sur 3 jours, nous sommes à un total de 2950 euros HT (qui comprend également pré-prod en amont (1 journée), production sur place et post-production en revenant (estimation : 4 jours) en plus des contenus cités)

# 5. Contacts et actions prévues en 2024

## 5.4 Contacts blogueurs

### 2. Nos cœurs voyageurs – voyage famille



#### POURQUOI COLLABORER AVEC NOS COEURS VOYAGEURS ?

- Pour travailler ensemble à la promotion d'un tourisme lent, local, familial et respectueux de l'environnement.
- Pour promouvoir des destinations différentes, hors des sentiers battus et uniques.
- Pour changer la perception d'une destination et la présenter sous un nouveau jour.

Notre blog est le véritable reflet de notre passion !

#### Nos articles

Les articles de qualité sont toujours privilégiés : un minimum de 2000 mots, un nombre équilibré de photos pour illustrer des informations vérifiées et des conseils. Nos articles sont classés par destinations ou par thèmes et nous effectuons une mise à jour de nos anciens articles.

#### Rigueur et clarté

L'orthographe et la syntaxe sont notre priorité. Nous écrivons des articles clairs avec un style narratif et immersif pour nos lecteurs. La mise en page est réfléchie pour en faciliter la lecture.

#### Référencement

Le référencement de notre blog est l'une de nos priorités et nous restons attentifs à l'évolution constante des algorithmes des moteurs de recherche. Certains articles se placent en première page et/ou premier résultat sur Google.

#### Compatibilité



## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### 5.4 Contacts blogueurs

#### 2. Nos cœurs voyageurs – voyage famille (tarif fin 2022)

Honoraires de Nos Cœurs Voyageurs Influence - photo - vidéo - rédaction

### 1) LE PACK PETIT COEUR VOYAGEUR

Pack création de contenu promotionnel et levier d'influence auprès de notre communauté :

SOCIAL :

- ✓ 1 publications Instagram + stories journalières
- ✓ 1 publications Facebook
- ✓ 1 couverture Pinterest
- ✓ 1 post Facebook illustré, résumant le week-end à la fin de celui-ci
- ✓ 1 tweet illustré, résumant le week-end à la fin de celui-ci

BLOG :

Rédaction d'1 article de blog inspirant, avec nos expériences, notre ressenti (2000 mots minimum), avec mention des partenaires et optimisé SEO pour un référencement optimal dans la durée.

**1400€ TTC\***

Pack basé sur un séjour jusqu'à 3 jours / 2 nuits

75€/jour supplémentaire

(\*) Honoraires valides sur la base d'un accueil complet prise en charge par la destination: transport, hébergement, frais de bouche, activités et d'un itinéraire discuté ensemble





## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### 5.4 Contacts blogueurs

#### 2. Nos cœurs voyageurs – voyage famille (tarif fin 2022)

Honoraires de Nos Cœurs Voyageurs Influence - photo - vidéo - rédaction



### 2) LE PACK GRAND COEUR VOYAGEUR

Pack création de contenu promotionnel et levier d'influence auprès de notre communauté ET l'achat de visuel HD pour vos supports de communication

#### PACK PETIT CŒUR VOYAGEUR

Tous les livrables cités précédemment

**+**

#### 10 PHOTOS AU CHOIX

Achat licence tout usage (print + réseaux sociaux ; hors panneaux publicitaires). Livraison HD 6720x4480px.

**+**

#### REPORTING DE LA CAMPAGNE

Débriefing avec la destination et Rapport complet post campagne

**2 200€ TTC\***

Pack basé sur un séjour jusqu'à 3 jours /2 nuits  
75€/jour supplémentaire

(\*) Honoraires valides sur la base d'un accueil complet prise en charge par la destination; transport, hébergement, frais de bouche, activités et d'un itinéraire discuté ensemble

## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### 5.4 Contacts blogueurs

#### 3. Petit Dromois – blog famille

Déjà venues dans la Loire en octobre 2022. Contenus réalisés qualitatifs surtout niveau photos ! Ils nous ont été utiles durant l'automne 2023.



#### Tarifs et conditions pour 2024 :

Dispos 1<sup>ère</sup> semaine des vacances de printemps (du 13 au 20 avril). A partir 20 avril, les week-end sont libres hors 12 mai et 9 juin

Partage sur les réseaux sociaux : à partir de 500€ TTC.

- Reportage photos sur la journée pour 2 à 3 activités et/ou villages à découvrir en famille
- Partage sur les RS 5 photos au format HD pour le web et brochures

Tarif pour un week-end : à partir de 800€ TTC (4 à 5 activités et/ou villages et 10 photos au format HD)

Rédaction d'un article de blog : à partir de 700€ TTC.

- Reportage photos sur la journée pour 2 à 3 activités et/ou villages à découvrir en famille
- Rédaction de l'article, entre 1000 et 1500 mots. Partage sur les réseaux sociaux Instagram, FB, Tik Tok)

- 5 photos au format HD pour le web et brochures

Tarif pour un week-end : à partir de 1050€ TTC (4 à 5 activités et/ou villages, article de blog entre 1500 et 2000 mots et 10 photos au format HD).

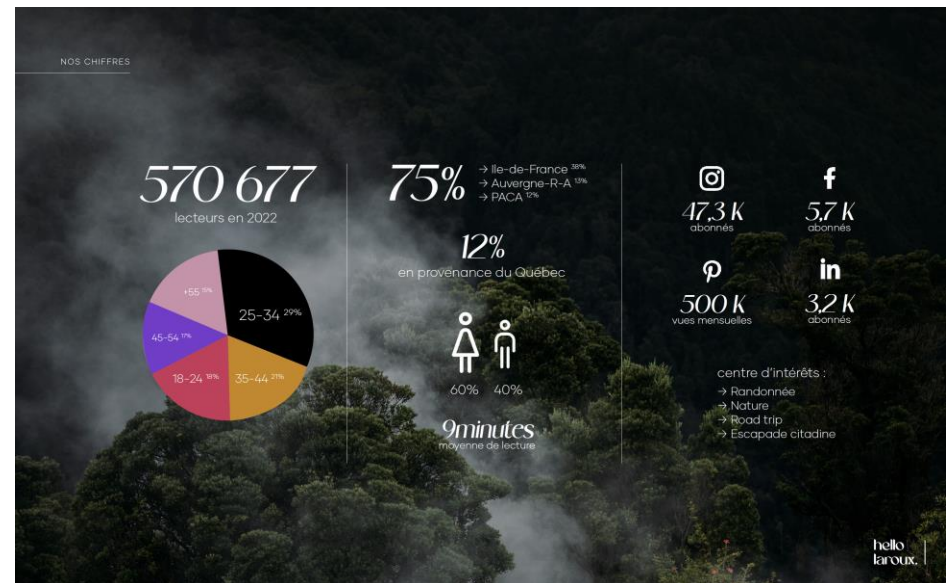
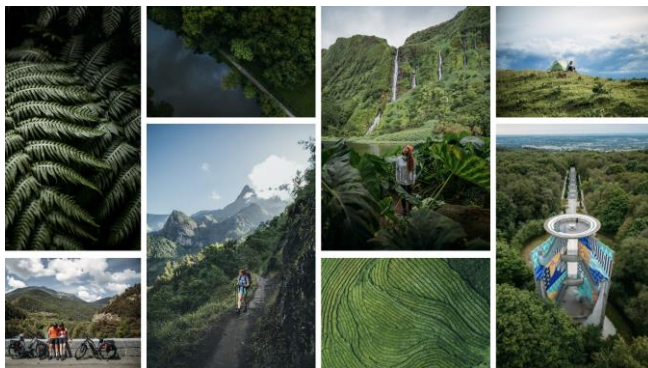
#### SECTEURS :

- City trip autour Saint Etienne (je suis venue à Saint-Etienne, il y a très longtemps, ça a dû changer depuis) : visite de la ville, cité du design, musées, ensemble Le Corbusier, le gouffre d'enfer, les gorges de la Loire
- Le Roannais : château de la Roche, château des Cornes d'Urfé, les gorges de la Loire, village de Saint-Jean-Saint-Maurice, la Véloire...

## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### 5.4 Contacts blogueurs

#### 4. Blog Hello la Roux – couple itinérance vélo, rando etc





## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### 5.4 Contacts blogueurs

#### 4. Blog Hello la Roux

Toujours intéressée pour découvrir de nouveaux sentiers / itinéraires cyclo et les partager auprès de notre lectorat.

Concernant nos reportages itinérants, le budget se fait au cas par cas, car je m'adapte à la durée du tournage sur place et au nombre de jours nécessaires en post-prod.

Aussi et point important, on tient à les réaliser en entier pour avoir plus d'impartialité sur l'itinéraire et pas juste sélectionner les "plus belles étapes". Parler des étapes plus creuses fait aussi partie de l'itinérance, d'où notre attachement à avoir un regard global et complet. Pour un reportage itinérance disons d'une semaine (avec le temps de trajet AR) + le social media, il faut compter 3000 / 3500€ HT. Pour la vente photo, je suis sur un tarif unique 10 photos = 2000€ (print et web compris, je ne fais pas de cession juste pour l'un ou l'autre).

Il y a le GR des Gorges de la Loire qui pourrait nous plaire mais on reste ouvert en fonction de vos objectifs aussi.

J'espère que nous pourrons collaborer ensemble en 2024.

Sais-tu, approximativement, quand vous allez définir vos projets ?

Car nous sommes depuis début novembre très sollicités je ne te le cache pas et avons déjà plusieurs semaines bloquées (en mai et en juillet notamment).

## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### 5.4 Contacts blogueurs

#### 5. A toute Berzingue - Lorant Deutsch



**L'histoire des plus grandes villes de France et d'ailleurs  
à fond la caisse !**



**Par Lorant Deutsch !**



#### **ACTEUR**

Au cinéma : les Ripoux, Jet Set, les Visiteurs,...  
Au théâtre : Amadeus, Songe d'une nuit d'été, Le Dindon,....

#### **AUTEUR d'OUVRAGES de VULGARISATION HISTORIQUE**

Métronome, Hexagone, Romanesque, ...

#### **ANIMATEUR TV :**

« Laissez-vous guider » (sur France 2 avec Stéphane Bern),...

**UN PASSEUR d'HISTOIRES...**



**Loire Tourisme**

Agence de Développement Touristique



## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### 5.4 Contacts blogueurs

#### 5. A toute Berzingue - Lorant Deutsch



### Tarifs

#### BARÈME Agglo et/ou ville

Moins de  
100 000 habitants

Plus de  
100 000 habitants

International



#### ATB VIDÉO

Dès 10000€ HT

15000 € HT

Dès 15000 € HT



#### ATB PRINT

9000 € HT

15000 € HT

15000 € HT



#### ATB EVENT

Sur demande

Sur demande

Sur demande

Pour toute autre sujet (pastilles vidéo, reportages, interviews), veuillez nous contacter.

## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### 5.4 Contacts blogueurs

#### 6. Le Temps d'un week-end



## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### 5.4 Contacts blogueurs

#### 6. Le Temps d'un week-end

##### ROMANE & ALEXANDRE

Hello, nous c'est Romane & Alexandre, deux jeunes passionnés de voyage et de découverte à travers la France et l'Europe !

Depuis septembre 2019, nous partageons tous nos bons plans à notre communauté engagée via notre blog, compte Instagram et chaîne YouTube.

Freelance en communication, nous allions au quotidien découverte et travail.

Notre objectif ? Produire du contenu qualitatif et à forte valeur ajoutée pour les Offices de Tourisme.



Authenticité  
Respect de l'environnement  
Créativité  
Partage

#quisommesnous?

## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### 5.4 Contacts blogueurs

#### 6. Le Temps d'un week-end

**MEDIA VOYAGE**

**16K** vues mensuelles sur le Blog

**80K** vues sur la chaîne YouTube

**5.8K** abonné.e.s sur Instagram

[letempsdunweekend.com](https://www.letempsdunweekend.com)

[letempsdunweekend](https://www.instagram.com/letempsdunweekend)

[letempsdunweekend](https://www.youtube.com/channel/UC...)

#communauté

## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### 5.4 Contacts blogueurs

#### 6. Le Temps d'un week-end

##### GRILLE TARIFAIRE

*Prix HT - TVA non-applicable, art. 293B du CGI  
Frais de déplacement/hébergement non compris*

PACK N°1  
DÉCOUVERTE

990€



PACK N°2  
COUP DE COEUR

1650€



PACK N°3  
PÉPITE

2800€



#créations



## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### 5.4 Contacts blogueurs

### 6. Le Temps d'un week-end

<b>EN DÉTAILS</b>	PACK N°1 <i>2 jours/1 nuit</i>	PACK N°2 <i>3 jours/2 nuits</i>	PACK N°3 <i>4 jours/3 nuits</i>
Photos*	10	15	20
Publications Instagram	1	2	3
Stories Instagram	10	15	30
Article de blog référencé		inclus	inclus
Reels Instagram		2	3
Vidéo Youtube (vlog)			inclus
	<b>990€</b>	<b>1650€</b>	<b>2800€</b>

\* Cession pour 5 ans sur web, print, affichage salon, presse sauf campagnes publicitaire TV...

# 5. Contacts et actions prévues en 2024

## 5.4 Contacts blogueurs

### 7. Découvrir ensemble - Clémence et Alexandre (région parisienne)

Pour 3-4 jours, compter 3500 € avec 10 photos incluses - couverture sur l'ensemble des réseaux sociaux

### Clémence & Alexandre



Blogueurs & Créateurs de contenus voyage

- 2017 : création de notre blog
- 2018 : premières collaborations avec des OT
- 2022 : notre activité à 100%

Valoriser les destinations & acteurs du tourisme

Inspirer nos lecteurs & abonnés pour leurs prochaines destinations

### Création de contenus - Reportage

Articles de blog	Réseaux sociaux	Photographies	Illustrations
 <p>Récits, photographies, optimisation SEO</p>	 <p>Instagram, Tik tok, Pinterest</p>	 <p>Print ou web Cession de droits</p>	 <p>Vos lieux favoris Cession de droits</p>

### Notre blog voyage

2017 : année de création

1,6M : pages vues au total

100K : visiteurs uniques par mois (moyenne sur les 3 derniers mois)

#### Qui sont nos lecteurs ?

Age & Sexe	Pays d'origine
18-24 : 13%	France : 86%
25-34 : 36%	USA : 4,5%
35-44 : 20%	Canada : 1,8%
45-54 : 14%	Belgique : 1,2%
55-64 : 11%	Suisse : 1,56%
65+ : 6%	

60% de femmes

## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### 5.4 Contacts blogueurs

#### 8. Paul Engel - La France baladeuse

<https://www.lafrancebaladeuse.fr/episodes/>

Spécialiste podcast voyages (Montpellier)

**1/2 journée par invité. 5 minutes de podcast : 500 à 1000 € HT**

**Reportage 20 à 30 min : 2500-3000 €. ex : + 90 000 écoutes**



## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### 5.4 Contacts blogueurs

#### 9. Wheeled World - Couple aventurier handi-valide - Paris

<https://wheeledworld.org/en/>

- Média de l'aventure pour tous

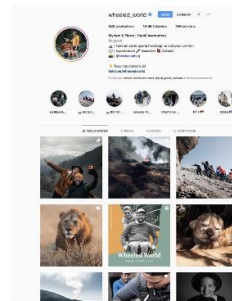
APN - city trip - professionnel depuis 2021

Tarifs exemple 4 jours

300 € par post - 400 € par reels -

100 € 4 écrans story - article 1000 €

200 € HT / Photo (5 ans)



## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### 5.4 Contacts blogueurs

#### 10. Les Globe Blogueurs (Grenoble)

##### Quelques mots sur nous et notre blog

Le site les globe-blogueurs est né en juillet 2013. Après 10 années passées à voyager en couple, nous avons commencé à poser en mots et en images nos voyages.

**Notre angle** : le voyage en indépendant, en couple (et dorénavant avec un enfant). Nos centres d'intérêts : la nature, la culture, les rencontres.

Très sensibles à la protection des milieux naturels, au développement durable, nous avons toujours à cœur de voyager en provoquant le minimum d'impact sur l'environnement.

Mais le voyage doit avant tout rester un plaisir. Alors loin de nous l'idée d'être moralisateurs !

##### Sébastien Froger

Après 10 ans passés dans le domaine de l'éducation à l'environnement, j'ai décidé de me consacrer à plein temps au voyage. Fou de nature, le blogging est l'occasion de conjuguer mes passions : découvrir les merveilles naturelles de la planète et communiquer cette passion aux autres !



##### Laura Le Guen

Travaillant auparavant dans le domaine social, j'ai découvert ma passion du voyage au travers d'un projet humanitaire au Togo, il y a 10 ans. Depuis, je suis toujours à la recherche d'une nouvelle destination qui me permettra de connaître de nouvelles cultures, goûter des spécialités culinaires insolites, admirer les splendeurs de la nature et surtout faire de belles rencontres.



## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### 9. Les Globe Blogueurs (Grenoble)

Fréquentation du blog <https://lesglobeblogueurs.com> (google analytics)



Les globe blogueurs sur les réseaux sociaux (juin 2022)

	f	ig	p	t	y
Abonnés	15 000	10 500	8 700	6 500	700
Portée par publi	5000	5000	-	2500	-
Taux d'engagement	5 %	5 %	25k/mois	2 %	7 %
Portée mensuelle	-	-	500k	-	4000

### Opération d'influence / création de contenus

Les reportages / blog trips individuels et personnalisés laissant une large part d'autonomie sont notre format privilégié de collaboration pour les opérations d'influence. Ils nous permettent de co-construire avec le partenaire un voyage correspondant à notre ligne éditoriale, tout en respectant les axes prioritaires de la destination.

En complément d'une opération d'influence ou en objectif principal, nous proposons notre compétence en matière de création de contenus (vidéos, photos, écrits) au service de votre destination / marque. Ceci afin de répondre à vos besoins en terme de communication / marketing. Nous répondons précisément à votre brief, tout en apportant notre savoir faire et notre créativité.

Influence	Photo	Vidéo	Podcast
<p>Article(s) + réseaux sociaux</p> <p>Nombre de publications en fonction de la durée du séjour</p> <p>500 € / jour en famille 400 € / jour en solo</p>	<p>Cession de droits photo usage web et print (hors usage marchand et grand format)</p> <p>livrées éditées en HD, sélection par vos soins</p> <p>10 photos - 1000 € 20 photos - 1500 € 50 photos - 2000 €</p> <p>A l'unité : 60 € usage web Sur devis pour usage print</p>	<p>Vidéo avec cession de droits</p> <p>REEL / tiktok 15-30 sec 300 €</p> <p>Inspiration 45 sec - 1 min 800 €</p> <p>inspiration 1- 2 minutes 1200 €</p> <p>vlog / reportage 10 min 2000 €</p> <p>Diffusion sur nos réseaux sociaux incluse</p>	<p>Episode diffusé sur notre podcast les coulisses du voyage (environ 20-25 minutes)</p> <p>Format «sur le terrain» 1000 €</p> <p>NB : d'autres formats sont possibles, ainsi que la production d'un podcast spécifique pour vos support.</p>

## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### 10. Le Caillou aux Hiboux

# LES HIBOUX

Lydie, l'ardéchoise, community manager et rédactrice en chef. Maxime, le drômois, photographe et développeur web. **Notre complémentarité est notre force** au quotidien et dans le travail ! Quant à Min'Hiboux, il est venu ajouter un peu de piment aux aventures il y a quelques années...

Lydie est diplômée d'un **Master en Tourisme** et Maxime est **développeur web** de formation. Nous mettons nos compétences en commun pour mettre en avant les territoires qui nous font vibrer !

**Amoureux de notre région**, nous aimons la faire rayonner. Nous sommes ainsi devenus **éclaireurs Partir-ici** de la région Auvergne-Rhône-Alpes, membres du Réseau des **Émerveilleurs de l'Ardèche** et **ambassadeurs de Drôme c'est ma Nature** !



## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### 10. Le Caillou aux Hiboux

# NOS TARIFS

## Reportage

Vivre une expérience sur le territoire avec prises de vue photos et vidéos

**90€ TTC / jour**

## Création de contenu

Minimum de **5 stories** Instagram et Facebook

**Création d'un post** sur nos réseaux sociaux Facebook, Instagram et Twitter

**150€ TTC**

**Création d'un reel** sur Instagram et Tiktok

**200€ TTC**

## Rédaction d'un article

**Rédaction d'un article** relatant l'expérience vécue avec un minimum de **1500 mots**

**300€ TTC**

## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### 10. Le Caillou aux Hiboux

# NOS TARIFS PHOTOS

	Pack 5 photos	Pack 10 photos	Pack 20 photos	+ de 20 photos
Droits d'utilisation web, réseaux sociaux et print plaquettes/brochures pour 3 ans	350€ TTC	650€ TTC	1100€ TTC	Nous consulter

Pour une utilisation en print grand format ou à destination commerciale veuillez nous consulter pour un devis spécifique.





## 5. Contacts et actions prévues en 2024

### 10. Le Caillou aux Hiboux

Chaque prestation est indépendante : tu peux opter pour réseaux sociaux + photos, réseaux sociaux + photos + article, réseaux sociaux + reel etc...

Concernant les chiffres de nos réseaux ils sont plus à jour dans notre plaquette tarifaire.

Les thématiques les plus pertinentes par rapport à notre ligne éditoriale et à notre communauté : randos/paysages, nature, villages, savoir-faire & artisanat, mobilité douce, slow tourisme, famille/couple (on fait des reportages avec ou sans notre fils, cela dépend du reportage et de la cible visée).





**Loire Tourisme**  
Merci de votre attention



Agence  
de Développement  
Touristique



# Merci pour votre participation

Pour suivre l'actualité pro du tourisme dans la Loire  
Groupe Facebook [Pro](#)  
Compte LinkedIn [Loire Story](#)