



# BLOGUEURS DE VOYAGE & PROFESSIONNELS DU TOURISME

BLOGUEURS DE VOYAGE : MODE D'EMPLOI  
POUR UNE COLLABORATION RÉUSSIE

---

Léa Cescosse

22/02/18

Veille réalisée dans le cadre du Master 1 AGEST,  
Université Bordeaux Montaigne

# BLOGUEURS & PROFESSIONNELS DU TOURISME

Définitions des termes.	3
Les blogs de voyage, en gros qu'est ce que c'est ?	5
Comment mesurer le pouvoir d'influence d'un blog de voyage ?	6
Pourquoi travailler avec un blogueur ?	8
Comment collaborer avec un influenceur ?	10
Faire attention au choix du blogueur.	12
Quelques exemples de collaborations réussies.	14
Plus de renseignements.	15
Méthodologie.	16

# Blogueurs & professionnels du tourisme

Aujourd'hui, les blogs de voyage sont de plus en plus nombreux. Les blogueurs font florès dans le milieu du tourisme, tiennent des salons, et se mettent même au service des destinations. Mais quel est le rôle réel d'un blogueur de voyage pour une destination, ce type de promotion est-il vraiment efficace et quelles sont les conditions pour une collaboration réussie ?



Les articles, vidéos et exemples... concernant les blogueurs de voyage dans le secteur du tourisme sont très nombreux. J'ai donc regroupé et résumé ici l'ensemble des renseignements qui m'ont paru les plus judicieux concernant ce thème et que j'ai donc logiquement utilisé afin d'écrire l'article « Blogueurs de voyage : Mode d'emploi pour une collaboration réussie ».

Cependant, avant de se lancer à la recherche d'éléments concrets traitant de ce sujet, il faut d'abord comprendre l'ensemble des termes et vocabulaires spécifiques au monde des blogueurs de voyage.

# Définition des termes :

Définitions marketing « L'encyclopédie illustrées du marketing »

<https://www.definitions-marketing.com/>

- **Blog** : Un blog est une page personnelle ou d'entreprise comportant des avis, des liens ou chroniques périodiquement créés par son ou ses auteurs sous forme de posts.
- **Blog/blogueur de voyage** : Un blogueur voyage est un blogueur spécialisé dans la thématique du voyage. Le terme de blogueur voyage est le plus souvent entendu au sens large et regroupe donc les « blogueurs traditionnels », les blogueurs vidéos (vlogger) et les influenceurs davantage positionnés sur la photo (Instagram). Les blogs de voyages jouent un rôle croissant dans le domaine du marketing touristique et leur audience peut parfois rivaliser avec celles de revues ou magazines spécialisés. Les blogueurs voyages de premier plan sont donc très logiquement sollicités dans le cadre d'opérations de marketing d'influence (placement produit, voyage blogueur, voyage presse, etc.).
- **Influenceur** : un individu qui par son statut, sa position ou son exposition médiatique peut influencer les comportements de consommation dans un univers donné
- **Voyage influenceur** : Un voyage influenceurs correspond à une pratique relevant du marketing de l'influence et qui consiste à inviter en voyage un certains nombre d'influenceurs (blogueurs, instagrammeurs, Youtubeurs, etc.). L'objectif est évidemment d'obtenir des retombées sociales sur les comptes des invités. Le voyage influenceur peut également être organisé pour un individu unique lorsque son audience est jugée suffisante. Dans ce cas, l'influenceur est invité et éventuellement payé par un office de tourisme ou un gestionnaire d'infrastructure (resort, parc d'attractions, etc.).
- **Retombées sociales** : Le terme de retombées sociales fait référence aux retombées ou mentions (posts, photos, pins, etc) diffusées sur les réseaux sociaux que peut générer une opération de communication événementielle.
- **Collaboration d'influence** : Dans le domaine des réseaux sociaux et du marketing d'influence, le terme de collaboration désigne généralement un accord ou une opération mené entre une marque et un influenceur social qui donne lieu le plus souvent à rémunération.

# Les blogs de voyage, en gros qu'est ce que c'est ?

Les blogs sont une réelle révolution numérique apparue outre-Atlantique dans les années 90. Ils représentent un réel espace individuel d'expression sous forme de carnet de bord ou de journal intime 2.0. C'est en 2003 que le phénomène des blogs explose en France. Ce succès est majoritairement dû à la simplicité de création, de publication et de liberté éditoriale mais également d'interaction entre le rédacteur et le lecteur.

Aujourd'hui, beaucoup de voyageurs s'improvisent chroniqueurs afin de présenter leurs aventures autour du globe. Leurs histoires sont suivies par des milliers d'internautes, créant ainsi une large communauté. C'est ainsi qu'un blogueur devient petit à petit un véritable entrepreneur. Ces blogs représentent une réelle aubaine pour les offices cherchant à développer et enrichir leurs canaux de communication. C'est pour cela que les collaborations avec des blogueurs sont de plus en plus nombreuses dans le secteur du tourisme. On ne parle d'ailleurs pratiquement plus de blogueurs, mais de réels influenceurs dans le secteur touristique.





Blog de voyage français "Petites bulles d'ailleurs" tenu par la blogueuse Camille Bourbeillon.

## Comment mesurer le pouvoir d'influence d'un blog voyage ?

Un blog influenceur est mesuré par 3 critères indispensables :

- **Le trafic du blog** : le nombre de visiteurs et de pages lues par mois, le nombre de pages lues par visite et le temps passé sur le blog.
- **Sa communauté** : l'importance de la communauté et le nombre d'interactions au sein de celle-ci. Il ne s'agit pas seulement de la quantité (le nombre de followers) mais également de la qualité (nombre et qualité des interactions avec la communauté).
- **Les demandes d'interventions et de partenariats** : le nombre de demandes d'interviews mais également les sollicitations pour participer à certains événements.

# ARTICLES PRÉSENTANT LES BLOGS DE VOYAGE

## **Devenir un blogueur influent par Xavier de PRIXIMMO - Influenceur**

Écrit le 06/03/13 par Jérôme Hoarau

<http://www.pourquoi-entreprendre.fr/video-devenir-un-blogueur-influent-par-xavier-de-priximmo-influenceur-14/>

Cet article explique clairement et en détails ce qu'est un blogueur influenceur et ce qui le qualifie en tant que tel.

« Voici les 3 critères selon lui qui caractérise l'influenceur :

Le trafic de son blog

Sa communauté

Les demandes d'interventions et de partenariats »

## **Blogueur Voyage, est-ce encore un métier d'avenir ? Retour sur le Salon des Blogueurs Voyage**

Écrit le 11/04/16

[http://www.tourmag.com/Blogueur-Voyage-est-ce-encore-un-metier-d-avenir\\_a79687.html](http://www.tourmag.com/Blogueur-Voyage-est-ce-encore-un-metier-d-avenir_a79687.html)

Cet article présente l'apparition et l'évolution du phénomène des blogs de voyages et son importance toujours plus présente dans le secteur du tourisme.

« Aujourd'hui, de nombreux voyageurs s'improvisent chroniqueurs pour relater leurs aventures autour du monde. Leurs histoires sont suivies par des milliers de personnes, fédérant ainsi une large communauté. Petit à petit, le blogueur est devenu un véritable entrepreneur. »

# *Blogueurs et influenceurs au service de la promotion touristique :*

## **POURQUOI TRAVAILLER AVEC UN BLOGUEUR ?**

Actuellement, en France, les internautes passent en moyenne 1h30 sur les réseaux sociaux par jour. Sur ces plate-formes, ils suivent entre autre des influenceurs qui les inspirent au quotidien. Aujourd'hui, un message passé via ces influenceurs à plus d'impact qu'un message envoyé directement à des prospects. Travailler en collaborations avec eux permet donc de faire augmenter sa notoriété, de gagner en crédibilité et réputation. Ils représentent donc une réelle ressource pour la stratégie de communication dans le secteur du tourisme. Un blogueur peut être sollicité pour des missions extrêmement différentes : campagne de communication à long terme, relais d'information, événement spécial...

Les professionnels du tourisme comme les Offices de Tourisme ou encore les tours opérateurs mettent en place des opérations d'envergure pour séduire à la fois le blogueur mais également le cœur de cible par son intermédiaire. Les blogueurs ont donc actuellement une véritable place au cœur de la communication etouristique. Des salons réservés aux blogueurs de voyage sont même organisés tous les ans afin de faire rencontrer influenceurs et professionnels du tourisme. Devenant de réels influenceurs de destinations, les blogueurs peuvent facilement augmenter ou diminuer l'e-réputation territoriale du fait de leur forte influence sur leur communauté. C'est pourquoi les collaborations peuvent se révéler fructueuses si elles sont intelligemment menées.

Les blogueurs jouent donc désormais un rôle extrêmement important dans la promotion touristique des territoires dû à leur forte influence sur la réputation d'une destination et donc les choix des futurs voyageurs. Lorsqu'un touriste décide d'étudier la possibilité de se rendre dans une région, l'influence du blogueur agit sur l'image et la perception du lieu. La collaboration avec les influenceurs peut donc avoir un effet extrêmement positif pour la promotion d'une destination. Mais comment bien réaliser cette collaboration ?

# ARTICLES PRÉSENTANT LE RÔLE DES BLOGUEURS DANS LA PROMOTION TOURISTIQUE

## **Le rôle des blogueuses & blogueurs dans l'e-réputation des territoires**

Ecrit le 10/05/17 par Vincent Gollain

<http://www.marketing-territorial.org/2017/05/le-role-des-blogueuses-blogueurs-dans-l-e-reputation-des-territoires.html>

Cet article explique comment développer son attractivité par le marketing territorial et plus précisément grâce à la collaboration avec des influenceurs. Il présente également le rôle croissant que jouent les blogueurs sur l'e-réputation des territoires.

« Les blogueurs et blogueuses sont devenus de véritables influenceurs de destinations. Ils peuvent accroître ou miner une e-réputation territoriale du fait de leur influence sur leur communauté. Une collaboration peut donc s'avérer fructueuse si elle est intelligemment pensée : une fois lancée, la démarche doit se poursuivre dans la durée et implique le territoire accueillant à long-terme ! »

## **Le rôle des influenceurs pour booster la notoriété des destination Béarn Pyrénées et Pays Basque**

Ecrit le 20/09/17 par AaDT Béarn Pyrénées & Pays Basque

[http://pro.tourisme64.com/actualites-de-laadt/article/2017/09/20/le-role-des-influenceurs-pour-booster-la-notoriete-des-destinations-bearn-pyrenees-et-pays-basque/?no\\_cache=1&cHash=830f8d14da6e07d1f5aa540f30c5af48](http://pro.tourisme64.com/actualites-de-laadt/article/2017/09/20/le-role-des-influenceurs-pour-booster-la-notoriete-des-destinations-bearn-pyrenees-et-pays-basque/?no_cache=1&cHash=830f8d14da6e07d1f5aa540f30c5af48)

Cet article explique pourquoi les blogueurs jouent aujourd'hui un rôle essentiel dans la promotion d'une destination touristique. Il est également expliqué comment inclure ces influenceurs dans sa stratégie de communication ainsi que les étapes principales d'une collaboration avec un blogueur.

« En France, les internautes passent en moyenne 1h20 par jour sur les réseaux sociaux. Sur ces plateformes, ils suivent des influenceurs qui les inspirent au quotidien. Faire passer un message personnalisé via ces « nouveaux gourous du digital » a donc plus d'impact qu'un message envoyé directement à des prospects. Travailler avec un influenceur permet donc d'accroître sa notoriété, de gagner en crédibilité et d'améliorer son référencement naturel. »



## COMMENT COLLABORER AVEC UN INFLUENCEUR ?

Les étapes indispensables afin de mettre en place une collaboration avec un influenceur :

- Définir les objectifs et les cibles : notoriété, promotion d'un événement...
- Associer les acteurs concernés par les objectifs : Offices de tourisme, prestataires...
- Définir le budget : dépendant des partenariats mis en place avec les prestataires mais aussi la notoriété de l'influenceur choisi.
- Choisir et contacter le bon blogueur : par rapport aux objectifs définis, il est nécessaire d'identifier le blogueur dont l'univers correspond le mieux au message véhiculé. Il faut se démarquer des autres avec une proposition originale et personnalisée.
- Mettre en place un programme spécifique : des activités inédites, faire vivre un moment unique. Les blogueurs étant très visuels, réfléchir à des lieux propices à la photographie.
- Évaluer les retombées : suite aux publications du blogueur, évaluer qualitativement et quantitativement les retombées. Le nombre de personnes ayant vu les publications...
- Maintenir une relation avec le blogueur : possibilité de collaboration avec d'autres influenceurs recommandés par le blogueur.

# ARTICLES PRÉSENTANT LES ÉTAPES D'UNE COLLABORATION AVEC DES BLOGUEURS

## Les influenceurs voyage en France : qui sont-ils ?

Écrit le 18/04/17 par Laurie Elsen

<https://mbamci.com/influenceursvoyage/>

Cet article présente quelques conseils pour approcher les influenceurs de voyage et pour mettre en place une collaboration efficace.

« connaître leur blog, leur style, leur façon de communiquer  
proposer des expériences et des séjours adaptés à leur communauté  
leur laisser du temps libre pour qu'ils puissent s'imprégner des ambiances et relayer leurs impressions sur les réseaux sociaux  
leur fournir une connexion wifi à l'hôtel »

## Comment travailler avec les blogueurs ?

Écrit le 26/11/15

<http://veilletourisme.ca/2015/11/23/comment-travailler-avec-les-blogueurs/>

Cet article présente la différence entre blogueur et journaliste. Il présente également comment bien choisir le bon blogueur pour son projet et comment mesurer son influence.

« Alors que le journaliste effectue bien souvent très peu de contacts directs avec ses lecteurs, le blogueur, lui, interagit beaucoup avec eux sur son blogue, mais surtout sur les réseaux sociaux d'après Marie-Julie Gagnon, auteure, chroniqueuse et blogueuse. Il utilise un ton personnalisé et dispose d'une plus grande liberté que le journaliste, qui fait toujours attention pour ne pas se retrouver en conflit d'intérêts, et qui doit aussi se plier aux contraintes imposées par son employeur. »

## Les 3 défis du marketing d'influence en tourisme

Écrit le 06/11/17 par Frédéric Gonzalo

<http://www.eturisme.info/les-3-defis-du-marketing-dinfluence-en-tourisme/>

Cet article présente et explique comment répondre aux trois défis principaux que l'on rencontre en voulant élaborer une collaboration avec des influenceurs

« On constate trois défis universels pour les institutionnels et agents de relations publiques travaillant dans l'industrie et faisant face à cette nouvelle réalité:

Comment choisir le bon influenceur

Comment mesurer le retour sur l'investissement

Comment engager et maintenir une relation avec des influenceurs »



## **FAIRE ATTENTION AU CHOIX DU BLOGUEUR :**

Les collaborations avec les blogueurs étant extrêmement nombreuses et médiatisées, de plus en plus de personnes rêvent de créer leur blog de voyage afin de pouvoir profiter de cette tendance, attirées par cette image de « vacances gratuites » véhiculée par ce phénomène de collaborations. En effet, aujourd'hui de plus en plus de blogs sont créés dans l'espoir de pouvoir collaborer avec des destinations ou marques, certains blogueurs vont même jusqu'à démarcher eux-mêmes les Offices de Tourisme par exemple. Afin d'avoir plus de visibilité et de notoriété, certains n'hésitent pas à tricher et mentir aux lecteurs ainsi qu'aux partenaires. Certains blogueurs dénoncent les pratiques douteuses et non-éthiques de leurs confrères. Le *massfollow* et le *masslike* consistent à acheter des *faux fans* ainsi que des *faux likes* ou même acheter du *faux trafic* sur son blog. Il faut donc faire très attention en ce qui concerne le choix du blogueur avec lequel collaborer afin de ne pas avoir de mauvaises surprises et des résultats décevants pour votre opération de promotion, les blogueurs ne sont pas toujours ceux qu'ils paraissent être.

# ARTICLES TRAITANT DES PRATIQUES NON-ÉTHIQUES DE CERTAINS BLOGUEURS

## **Blogueur voyage : éthique, réalité, désillusion et dérives**

Écrit le 16/04/17 par le blog Evasion Gourmande

<http://www.evasionsgourmandes.com/blogueur-voyage/>

## **Hé les blogueurs, où est l'éthique ?**

Écrit le 11/06/17 par le blog Autour de Cia

<http://www.autourdecia.fr/2017/06/he-les-blogueurs-ou-est-lethique.html>

Aujourd'hui il y a de plus en plus de blogs de voyage qui sont créés. Les blogueurs espèrent tous pouvoir profiter de ces collaborations dans le milieu touristique et pouvoir eux aussi bénéficier de « vacances gratuites ». Dans cet article ont découvre également les actions douteuses et non-éthiques de certains blogueurs afin d'accéder à une plus grande notoriété et donc à de plus grandes opportunités.

# QUELQUES EXEMPLES DE COLLABORATIONS RÉUSSIES

## **L'Allemagne travaille avec des blogueur pour se promouvoir**

Écrit le 07/05/15 par Julia Luczak-Rougeaux

<http://www.tom.travel/2015/05/07/lallemagne-travaille-avec-des-blogueurs-pour-se-promouvoir/>

L'Allemagne travaille avec des influenceurs afin de se promouvoir. En effet, l'Office National Allemand de Tourisme et la société Dresden Marketinf GmbH ont mis en place la campagne #youngDresden en collaboration avec un grand nombre de blogueurs. Pendant 3 mois, 22 blogueurs internationaux ont été invité dans la métropole de l'Elbe afin de découvrir la ville et d'en parler à leur communauté. Le bilan de cette opération a été très positif, puisque 4 millions de voyageurs potentiels ont été touchés, environ 2 000 publications ont été posté et 28 millions de pages ont été vu. L'objectif de promouvoir l'aspect culturel, cosmopolite et jeune de Dresde à parfaitement été atteint.

## **How Japan is using bloggers to attract tourists**

Écrit le 17/02/15 par Mark Frary

<https://news.wtm.com/how-japan-is-using-bloggers-to-attract-tourists/>

Le Japon, lui aussi, utilise des blogueurs afin d'attirer de nouveaux touristes sur leurs terres. L'Office National Japonais du Tourisme a lancé une campagne en collaboration avec 3 blogueurs européens afin de promouvoir le pays à une nouvelle audience. L'objectif principal de cette opération étant d'augmenter le nombre de visiteurs étrangers au nombre de 20 millions en 2020.

## **Les blogueurs voyages, des « influenceurs » convoités par le tourisme**

Écrit le 30/10/14

[http://www.tourmag.com/Les-blogueurs-voyage-des-influenceurs-convoites-par-le-tourisme\\_a70179.html](http://www.tourmag.com/Les-blogueurs-voyage-des-influenceurs-convoites-par-le-tourisme_a70179.html)

En octobre 2013, 4 blogueurs français de grande notoriété ont été réunis pour un voyage à travers l'archipel de Guadeloupe : Oh my Bloogness, Tuxboard, Merci pour le chocolat et Griottes. Le voyage était parrainé par Air France et le groupe Des hôtels et Des îles. L'opération a donné lieu à 271 publications sur les blogs et les réseaux sociaux des participants, et 17 000 réactions d'internautes aux expériences des blogueurs. Une présence qui a porté ses fruits puisque la Guadeloupe a été récompensée comme la région la plus active sur les réseaux sociaux par le baromètre We Like Travel.

# PLUS DE RENSEIGNEMENTS

## **D'autres articles concernant la présentation générale du blog de voyage :**

Qu'est-ce qu'un blog de voyage.

Ecrit le 19/04/15 par Vincent

<http://www.lemilleurblogdevoyage.com/blog-voyage.html#.WmEcq3kiHDc>

Blogueur voyage : les réalités du métier (et ce que je fais VRAIMENT de mes journées)

Ecrit par Jérémie

<http://www.roadcalls.fr/blogueur-voyage-les-realites-du-metier/>

## **D'autres renseignements concernant le rôle des blogueurs dans la promotion touristique :**

The impact of travel blogs in destination marketing

Ecrit le 10/11/16 par Jennefer Ontiveros

<http://www.brandba.se/blog/2016/11/10/the-impact-of-travel-blogs-in-destination-marketing>

The travel industry and travel bloggers: how does it all fit together ?

Ecrit le 13/05/17 par CAZ

<https://www.ytravelblog.com/the-travel-industry-and-travel-bloggers-how-does-it-all-fit-together/>

Salon des blogueurs de voyage

<https://www.salonblogueursvoyage.fr/>

Les blogueurs au cœur de la communication etourisme.

Ecrit le 07/05/14 par Blueboat

<http://www.blueboat.fr/blogueurs-au-coeur-de-la-communication-etourisme/>

## **D'autres renseignements concernant les conseils pour travailler avec des blogueurs :**

A destination marketer's guide to working with digital influencers

Ecrit le 03/02/17 par Paige Rowett

<https://tourismeschool.com/a-destination-marketers-guide-to-working-with-digital-influencers/>

Tourisme : La promotion de la Corse passe aussi pas les blogueurs !

Ecrit le 22/05/17 par Philippe Jammes

[https://www.corsenetinfos.corsica/Tourisme-La-promotion-de-la-Corse-passe-aussi-par-les-blogueurs-\\_a27474.html](https://www.corsenetinfos.corsica/Tourisme-La-promotion-de-la-Corse-passe-aussi-par-les-blogueurs-_a27474.html)

Le salon des blogueurs de voyage #WAT17

Ecrit le 09/05/17 par Planet Adict

<http://planetaddict.com/wat17/>

## **D'autres exemples de collaboration dans le monde entier :**

Tenerife recibe a los 155 blogueros de viajes que celebran en Santa Cruz su congreso anual

Ecrit le 25/05/17 par Monica

<http://www.europapress.es/turismo/destino-espana/costa-blanca/noticia-turismo-alia-bloggers-valencianos-viajes-reforzar-estrategia-marketing-20170307200008.html>

Turismo se alia con bloggers valencianos de viajes para reforzar su estrategia de marketing

Ecrit le 07/03/17

<https://www.webtenerife.com/blogcorporativo/2017/05/tenerife-recibe-a-los-155-blogueros-de-viajes-que-celebran-en-santa-cruz-su-congreso-anual.html>

# Methodologie

## COMMENT J'AI ORGANISÉ MES RECHERCHES

Afin de réaliser ma veille, j'ai dans un premier temps décidé de définir l'ensemble des termes qui me semblaient propres au monde des blogueurs de voyage et donc importants à connaître pour effectuer cette veille. J'ai ensuite sélectionné un certain nombre de mots-clés me permettant de savoir par où commencer. J'ai décidé de choisir comme mots-clés de départ : Blogueur voyage – Blog influenceur – Influenceur tourisme – Collaboration influenceur – Cette première vague de mots-clés ma permis de comprendre les bases du sujet.

Les renseignements trouvés étaient extrêmement nombreux mais se répétaient beaucoup sans forcément entrer dans les détails. J'ai donc réalisé des recherches plus précises grâce à de nouveaux mots-clés : e-réputation – Promotion e-tourisme - J'ai pu bien comprendre grâce à ces nouveaux mots-clés le rôle réel des blogueurs dans la promotion touristique et comment ces collaborations sont mises en place. De plus, les principaux intéressés étant souvent ceux qui parlent le mieux d'un sujet, j'ai donc décidé de rechercher des interviews de blogueurs traitant de leur rôle dans le secteur de la promotion touristique. J'ai ensuite voulu savoir si il existait des effets négatifs à cette nouvelles tendance, j'ai donc recherché les comportements non éthiques des blogueurs et les résultats que cela implique lors d'une collaboration. Pour terminer, j'ai recherché des exemples de collaboration entre blogueurs et professionnels du tourisme en terme de promotion touristique internationale.

## PLATEFORMES UTILISÉES

Afin de réaliser ces recherches j'ai dans un premier temps utilisé le moteur de recherche Google, où j'ai effectué des recherches sur les plateformes de plusieurs pays : Google.fr / Google.es / Google.uk : Google.us. J'ai également pu trouver beaucoup de renseignements en utilisant LinkedIn, plus précisément SlideShare, où un grand nombre de professionnels du tourisme y publient leur présentation traitant du rôle des blogueurs ainsi que leur collaboration effectuée avec des influenceurs. J'ai aussi réalisé des recherches directement sur les blogs dont je suis personnellement l'actualité. Pour terminer, les réseaux sociaux, où les influenceurs sont présents en masse, m'ont permis de trouver une multitude de renseignements et d'exemples de collaboration.

## PLATEFORMES UTILISÉES

Après avoir regroupé les articles les plus pertinents et les plus inintéressants, j'ai décidé d'organiser ma veille sous forme de mode d'emploi à destination des professionnels du tourisme, afin de mettre en place une collaboration réussie avec un blogueur. J'ai donc divisé l'ensemble de mes articles en 5 étapes que j'ai résumé dans mon article : La présentation du sujet/remise en contexte – Les critères pour mesurer le pouvoir d'influence d'un blog de voyage – Les raisons pour lesquelles il est bénéfique de travailler en collaboration avec un blogueur – Les étapes indispensables pour une bonne collaboration - L'avertissement sur le choix du blogueur.