

Loir-et-Cher - Tourisme

## Instagram dépoussière les châteaux de la Loire

30/05/2017 05:46



[précédente](#) | [suivante](#)

Le Domaine de Chaumont, ses fleurs et ses pierres de tuffeau sont particulièrement propices à la communication Instagram. - (Photo NR, Jérôme Dutac)

### Les sites touristiques utilisent de plus en plus d'influenceurs, des personnes suivies en nombre sur les réseaux sociaux, afin de promouvoir le patrimoine.

Dans le Loir-et-Cher, de nombreux sites ont mis en place une **communication particulière** sur les réseaux.

À ce titre, une tendance récente a le vent en poupe : la mobilisation « *d'influenceurs du digital* », des individus dont l'audience sur les **différentes plateformes** – Facebook, Twitter, Instagram (spécialisé dans le contenu photos), YouTube (spécialisé dans le contenu vidéo) – permet d'augmenter l'attractivité des sites.

 Le succès de Beauval sur les réseaux

Pour Marlène Dupont, responsable de la communication à **Cheverny**, les choses sont claires : « *On travaille avec des blogueurs et beaucoup d'Instagrameurs passionnés qui viennent visiter le château* ».

De même chez son homologue du **Domaine de Chaumont**, Dominique Jauzenque qui confie : « *Au même titre que les journalistes, certains influenceurs figurent sur notre newsletter et sont invités pour communiquer sur nos différents événements* ».

À l'auguste château blésois : « *La communication traditionnelle ne suffit plus, affirme Aurélie Foucault, responsable de la communication, il faut être présent sur les réseaux parce que ce média dépoussière l'aspect austère des châteaux en les rendant "fun"* ».

Du côté de **Chambord** cette fois, le webmaster Alexandre Leboutet constate que la tendance actuelle est au « *transfert de l'argent de la communication traditionnelle vers le web* ».

Le Domaine invite ainsi des influenceurs pour des visites « *de salles qui ne sont pas ouvertes au public, ou pour des tours en montgolfières* ». L'un d'eux, qui possédait 100.000 fans sur Instagram réclamait « *3.000 euros le week-end pour mettre en avant le château* ». S'il a refusé la requête, il est conscient au regard de l'efficacité de ces communicants que « *la monétisation arrivera bientôt* ».

### Influenceur : un métier ?

Par-delà même cet aspect financier, être influenceur est une expérience sans commune mesure. Élodie, 25 ans, en est l'exemple parfait : passionnée de patrimoine, elle publie notamment sur un blog et sur Instagram (19.000 J'aime) sous le pseudo de « [Ô mon château !](#) » ; une activité qui l'a aidée « *à obtenir un stage puis un poste au service communication de Chambord* ».

**omonchateau**  
Château de Chaumont-sur-Loire

542 J'aime 8 commentaires

{ Au château de Chaumont, coup de cœur pour ce remarquable lit XIXe de style Henri II, dans la chambre de Catherine de Médicis. ✨ } → Retrouvez-moi sur omonchateau.com \_\_\_\_\_

IL Y A 1 JOUR

Benjamin Brillaud dit « [Nota Bene](#) », vidéaste à succès de la région, a même créé son propre métier. Avec plus de 30 millions de vues sur la plateforme *YouTube* avec ses vidéos d'histoire, il vit « *totalemment d'Internet* ».

Cité par l'ensemble des acteurs touristiques du département suite à ses vidéos sur le Berry, ou sur Loches (vidéo culinaire), il ne serait pas surprenant de voir cette star du web publier du contenu à propos du Loir-et-Cher. Il faudra cependant attendre : « *Aujourd'hui, je suis obligé de temporiser, je suis complet jusqu'à fin octobre* » se réjouit-il.

### billet

#### Le boulot chez soi

Sortir son téléphone qu'importe l'heure, se retrouver en quelques clics sur Facebook ou Instagram, des actions réflexes pour un nombre croissant de personnes. Imaginez alors que votre métier soit de publier sur les réseaux sociaux et voilà que la frontière travail-maison déjà poreuse se fissure davantage.

Cette **communication 2.0**, déjà chronophage, se grime en boulot à plein temps. Pas rare de recevoir des messages à 1 h du matin de la part d'internautes qui oublient l'humain derrière les réseaux. Difficile alors de faire la part des choses, certains passent leur soirée à publier du contenu en dehors des heures de travail. Après l'adage séculaire « Métro, boulot, dodo », celui du XXI<sup>e</sup> siècle : « Boulot, réseaux, dodo ».

Mathieu Pennella

Suivez-nous sur [Facebook](#)

[A lire aussi sur La NR](#)

[Contenus sponsorisés](#)