

Strasbourg, capitale d'Instagram

Arrivée en tête d'un récent classement des villes françaises les plus engagées sur le réseau social, la capitale alsacienne s'appuie sur une véritable stratégie numérique afin de mettre en avant ses atouts touristiques.

« On ne compte plus les déclarations d'amour des Strasbourgeois à leur ville sur Instagram! » s'amuse Jean-Pierre Papin, directeur du lab Nouvelles Marges. L'agence de conseil parisienne a passé au crible 72 millions de photos postées dans 330 villes françaises sur le réseau social en 2020. Ces données ont permis de dresser le classement des villes les plus aimées sur Instagram, le réseau social dédié aux photos. Résultat : Strasbourg se classe première des villes de l'Hexagone les « plus instagramables » devant Lyon et Lille (Paris n'était pas pris en compte). « Nous avons analysé les commentaires, le nombre de likes et les hashtags relatifs à chaque commune, note Jean-Pierre Papin. Les Strasbourgeois se photographient dans les lieux emblématiques comme la cathédrale ou la Petite-France et utilisent beaucoup les hashtags #Strasbourgcity ou #Instastrasbourg avant de publier leurs photos. »

Une communication payante

Parmi les mots-clés plébiscités dans la capitale européenne, #Strasbourgmonamour est en tête. « Strasbourg mon amour est un événement culturel qui se déroule chaque mois de février depuis 2013 », rappelle Marie Schueller, chargée des réseaux sociaux à l'office du tourisme. Depuis, ce mot-clé est repris tout au long de l'année par les instagrameurs. Il est devenu une signature. Un slogan que l'on retrouve sur chaque publication de « Strasbourg Tourisme », le compte Instagram de l'office de tourisme. « Lorsque nous repostons des photos, nous utilisons systématiquement ce hashtag » confie Annabelle Bendel, social media manager pour l'agence interactive Pan !, à l'origine de la stratégie digitale de l'office du tourisme.

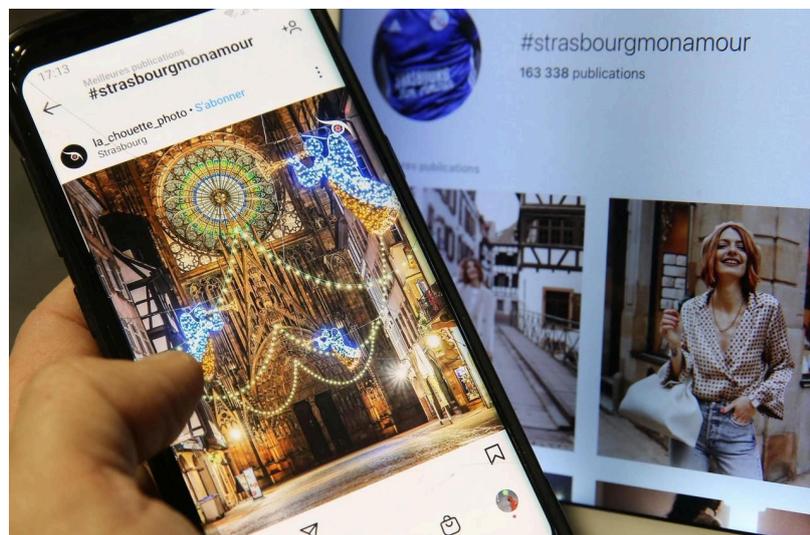
L'agence mise sur deux piliers efficaces sur Insta : les contributions et les influenceurs. « Nous publions rarement des photos originales sur le compte de l'office du tourisme de Strasbourg. Nous privilégions le repost (*NDLR : la republication*) de clichés pris par les Strasbourgeois en les mentionnant », reconnaît Annabelle Bendel. Un partage gratuit avec l'approbation des auteurs qui permet de générer du trafic sur le compte et d'offrir des clichés esthétiques aux abonnés à moindre coût.

LIRE AUSSI > La ville de Strasbourg veut bannir le diesel dès 2025

Quant aux influenceurs, « nous cherchons à identifier des personnalités amoureuses du patrimoine, passionnées de voyage ou de gastronomie. Travailler avec un instagrameur juste parce qu'il a une communauté importante comme un candidat de télé-réalité n'a pas d'intérêt pour nous », assure Annabelle Bendel. Contre un séjour pris en charge par l'office du tourisme et parfois d'une rémunération selon la notoriété, l'influenceur s'engage à poster stories et pho-

tos sur son compte pour promouvoir Strasbourg avec les hashtags #Strasbourg ou #Strasbourgtourisme.

Cette communication est payante, selon Jean-Pierre Papin : « Le but d'une ville est de générer de l'attractivité en matière de tourisme. Si chaque jour vous voyez passer de jolis clichés de la même ville et des personnalités populaires qui déclarent leur amour de ce lieu, cela va vous donner envie d'aller découvrir cet endroit. »



L'office du tourisme de Strasbourg (Bas-Rhin) et l'agence qui le conseille pour sa stratégie de communication digitale misent sur deux piliers qui ont fait leurs preuves sur Instagram : les contributions volontaires et les influenceurs.

L'office du tourisme de Strasbourg (Bas-Rhin) et l'agence qui le conseille pour sa stratégie de communication digitale misent sur deux piliers qui ont fait leurs preuves sur Instagram : les contributions volontaires et les influenceurs.

PHOTOPQR/L'Alsace/Jean-François Frey

par Martin Antoine

