

LA BALADODIFFUSION EN TOURISME : ÊTES-VOUS À L'ÉCOUTE?

Source: Réseau veille tourisme

Date: 22/08/2020

La baladodiffusion se démarque dans un univers où le consommateur se trouve submergé par du contenu éphémère. Que ce soit pour les festivals, les compagnies aériennes ou les destinations, cette technologie permet de bâtir des liens avec des voyageurs.

La popularité de la baladodiffusion (podcast en anglais) ne s'essouffle pas. Cette technologie permettant aux internautes de télécharger des fichiers audio sur un appareil (ordinateur, téléphone intelligent, etc.) pour une écoute ultérieure s'avère un atout pour l'industrie touristique.

La baladodiffusion constitue une méthode efficace de storytelling. Elle permet de concevoir un espace plus intime pour les auditeurs grâce à un discours axé sur l'humain et les émotions facilitant l'engagement par le récit. En plus, la baladodiffusion favorise l'écoute active dans un monde submergé de contenus rapides et éphémères; idéal pour diffuser un message.

Pour l'industrie touristique, c'est une bonne occasion à saisir. Voici quelques exemples d'utilisation.

RACONTER UNE DESTINATION

À l'automne 2019, un regroupement de six communes en Vendée (France) offrira une nouvelle série d'enregistrements afin de valoriser son territoire par le son. Les épisodes toucheront divers thèmes, des personnages et lieux marquants de la région. En collaborant avec la start-up Akken, la destination souhaite inspirer les visiteurs pendant la préparation de leur séjour et leur permettre de se replonger dans l'ambiance du lieu, une fois de retour à la maison.

Aux États-Unis, Meet Minneapolis et l'Office du tourisme et des congrès de Philadelphie offrent chacun une série d'épisodes sur les moyens de se positionner dans le marché des réunions et des événements. Travel Oregon, pour sa part, propose aux plus courageux de brèves histoires sur les lieux hantés de l'État, avec des sons et des ambiances à faire frissonner.

Au Québec, Tourisme Rougemont a produit une série d'épisodes sonores qui permettent de rencontrer les producteurs et les artisans de la région. Les épisodes sont également disponibles en format vidéo. S'il n'est pas possible de réaliser d'enregistrements, n'hésitez pas à participer à une baladodiffusion ou à y faire insérer une publicité pour raconter vos activités et promouvoir votre région.

INSPIRER AVANT DE S'ENVOLER

Le transporteur aérien KLM propose la baladodiffusion The Journey. Sept enregistrements d'environ 40

minutes racontent le parcours de personnes qui vivent, de manière inattendue, une expérience spéciale pendant leur voyage (voir la vidéo plus bas).

Selon KLM, il s'agit d'un moyen d'ajouter un élément unique à ses canaux de communication existants et d'une méthode originale pour entrer en contact avec les passagers.

UN FESTIVAL DE BALADODIFFUSIONS

L'engouement pour les baladodiffusions touche directement le milieu des festivals. De nombreux événements liés à cette thématique voient le jour, tels que le Vancouver Podcast Festival, Listen Up ou le Paris Podcast Festival. Au Québec, l'une des start-ups de la première cohorte du Mt Lab, Magnéto, organise le festival Résonance depuis 2017. L'événement offre aux participants de prendre part à de nombreuses séances d'écoute de fictions et de documentaires sonores, ainsi qu'à des entretiens devant public. Enfin, le festival Transistor accueille les amateurs de baladodiffusion depuis maintenant trois ans, dans la région de Gatineau.

Les baladodiffusions constituent également des outils de promotion et de diffusion pour les festivals. Que ce soit en créant sa propre série ou en étant l'hôte d'un enregistrement d'épisode pendant son événement, c'est une bonne manière de fournir du contenu exclusif, de garder contact avec les auditeurs et de les inciter à participer à sa manifestation.

Le Festival en chanson de Petite-Vallée a récemment mis en ligne une nouvelle série de baladodiffusions portant sur son événement. Les huit épisodes racontent les histoires d'artistes, de membres de l'équipe et de festivaliers qui ont vu leur vie changée par le festival.

Le Festival d'été de Québec propose deux séries de baladodiffusions. La première, Chambre 1626, offre des entrevues avec neuf artistes s'étant produits lors de l'édition de 2018. L'autre, Les inédits des nuits FEQ, présente des rencontres avec des chanteurs et des groupes invités aux spectacles hors série du festival, pendant l'hiver. Les auditeurs accèdent à du contenu inédit et intime de leurs artistes préférés.

La baladodiffusion ouvre des portes très intéressantes et originales pour l'industrie touristique comme outil d'attractivité territoriale et, également, de formation. Les professionnels du secteur peuvent approfondir leurs connaissances en marketing ou en gestion des médias sociaux grâce à des séries telles que Talking Tourism ou Brèves de Conteurs.

LA CROISSANCE DE LA BALADODIFFUSION

D'après la plus récente étude de l'Observateur des technologies médias (OTM), un adulte franco-canadien sur 10 aurait écouté au moins une baladodiffusion en 2018, une progression de 300 % en cinq ans. Ce sont les millénariaux qui sont davantage attirés par ce médium.

Les Américains démontrent également un intérêt pour la baladodiffusion. Selon les travaux d'Edison Research, environ une personne sur quatre (26 %) aurait écouté une baladodiffusion en 2018. La croissance est importante, considérant qu'il y a dix ans, seulement 9 % de la population américaine écoutait ce type d'enregistrement.

Selon l'OTM, l'augmentation du taux d'adoption des appareils intelligents au pays pourrait constituer l'un des facteurs expliquant la popularité des baladodiffusions. De plus, cette technologie possède plusieurs avantages pour les auditeurs. C'est un moyen accessible et pratique d'obtenir de l'information, puisqu'il s'avère moins contraignant qu'un texte ou une vidéo. L'écoute du contenu audio peut se faire en parallèle d'une autre activité.