

TikTok, le nouvel Eldorado du tourisme

Noé Cahouch



Sven Becker

Cinq est le chiffre qui cartonne sur TikTok

Dans les méandres d'Internet, TikTok représente une force d'attraction majeure. La plateforme comptait en 2022 pas moins de 1,7 milliard d'utilisateurs, et ils seront sûrement deux milliards d'ici la fin de l'année. 72 pour cent des utilisateurs ont moins de 24 ans. Au delà de proposer des vidéos de danse et de comédie, des astuces de cuisine ou de bricolage, le réseau social joue également un rôle dans la façon dont ses utilisateurs perçoivent les éléments de la vie réelle. Notamment la manière de considérer différents pays, dont le Luxembourg.

Le pays souffre souvent d'une image peu attractive, notamment auprès des jeunes. On ne va pas se mentir, quand on ne connaît pas le Luxembourg, ce qui est le cas pour pas mal de monde, des destinations comme Barcelone, Paris ou Amsterdam sonnent bien plus sexy. Mais sur l'appli chinoise, la tendance est à la découverte de petites pépites. Beaucoup de personnes qui proposent du contenu, qu'elles aient beaucoup d'abonnés ou pas, cherchent la perle rare pour un séjour touristique. Le Luxembourg se présente alors comme un sujet idéal. Ces vidéos viennent redorer l'image du pays et le faire connaître. Souvent, les jeunes internautes oublient que ce n'est pas la taille qui compte et qu'il n'est pas seulement histoire d'argent ou de banques. Nombreux sont ceux qui s'imaginent que le Luxembourg n'est qu'une simple extension de la France ou de l'Allemagne de laquelle on fait le tour en une seule journée.

Il existe quantité de formats et d'approches pour réaliser ces vidéos, mais le principe est toujours simple. Il y a d'abord le format « vlog », qui consiste, pour la ou le vidéaste, de simplement filmer sa journée. La personne y montre ce qu'elle mange, ce qu'elle voit et ce qu'elle fait, le tout en commentant. On peut aussi retrouver des classements, par exemple « Cinq raisons de visiter le Luxembourg » ou bien « Cinq choses que vous ne savez pas à propos du Luxembourg ». (Cinq à l'air d'être le chiffre qui cartonne sur TikTok). Il existe aussi les partages de bons plans, c'est-à-dire les bons bars ou restaurants (souvent les plus photogéniques, pas forcément les meilleurs), les promotions, les endroits à ne pas rater ou encore les festivals. Cette sensation de découvrir quelque chose d'unique ou de spécial pousse les internautes à se pencher sur ce que propose le Luxembourg, de s'y intéresser et peut-être aussi de s'y rendre. Ainsi, Janina Madeleine propose à sa communauté un

guide de ce qu'il faut faire au Luxembourg en sept étapes ; déguster un gâteau et un chocolat chaud à la Chocolate House, enchaîner avec une balade dans la vieille ville surtout dans le quartier du Grund, ensuite visiter la Philharmonie (ce qui n'est pas réellement possible, l'approche des tiktokeurs reste assez superficielle), puis le Mudam. Après cela, elle suggère de se balader encore une fois mais cette fois sous le pont Adolphe, avant d'explorer les architectures de la ville et pour conclure par une visite du château Vianden.

Ces TikTok, qui utilisent toujours les mêmes musiques redondantes qui rentrent facilement en tête, font l'éloge de ce que le pays a de mieux à offrir. Dans beaucoup de ces vidéos, on retrouve souvent les mêmes images du Grand-Duché : ses architectures impressionnantes, ses châteaux (celui de Vianden, de Beaufort comme celui de Clervaux), des panoramas inattendus (l'ascenseur du Pfaffenthal, le Mullerthal, les boucles de la Sûre, la vallée de la Pétrusse), ses restaurants, le fait qu'on y parle plusieurs langues, son histoire européenne et finalement l'accès à la culture bon marché, voire gratuit. Mais ce qui ressort le plus souvent, c'est clairement la gratuité des transports en commun, ce qui est un véritable atout dans le cadre d'un voyage touristique. Comme en témoigne le compte « Voyage in Europe » avec quelques 100 000 abonnés. En abordant les transports en commun gratuits, elle a réalisé 3,5 millions de vues pour 320 000 likes.

TikTok a probablement fait déjà du bien au Luxembourg, à son image et son tourisme. Ces vidéos virales remettent en cause certains stéréotypes et boostent potentiellement le secteur du tourisme. Et ça, Luxembourg for Tourism (LfT) l'a bien saisi. C'est pourquoi l'organisme répond aux demandes de ces vidéastes influenceurs et en invite même certains, comme nous l'a confirmé le service de presse. LfT sélectionne les créateurs de contenu selon leur d'audience, le format de leur contenu et leur cible. La structure propose de prendre en charge, le transport, la restauration et l'hébergement de l'invité en échange de la création de contenu, au même titre que des journalistes de médias plus classiques. De son côté, LfT valorise ces images sur ses réseaux sociaux, Instagram, Facebook, Twitter, et LinkedIn. La création d'un compte TikTok n'est pas à l'ordre du jour, ce qui pourrait pourtant cocher des cases auprès d'un public jeune. ●