



**UNIVERSITÉ
DE GENÈVE**

**FACULTÉ DES SCIENCES
DE LA SOCIÉTÉ**

STRATEGIES D'INFLUENCE SUR LES RESEAUX SOCIAUX

Projet

**«Projet : Explorez la Suisse – Excursions dans les Montagnes
Emblématiques»**

Auteur : Gonzalo ZBINDEN

Janvier 2024

Table des matières

1.- INTRODUCTION	3
2.- LA MARQUE	3
3.- LES OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE D'INFLUENCE.....	5
4.- CHOIX DES INFLUENCEURS	6
4.1 RECHERCHE DES INFLUENCEURS.....	6
4.2 PRESENTATION DE L'INFLUENCEUR CHOISI.....	11
4.3 ANALYSE QUALITATIVE.....	12
4.4 ANALYSE QUANTITATIVE	12
5.- ACTIONS DE MARKETING D'INFLUENCE	14
6.- ORGANISATION D'UN VOYAGE INFLUENCEURS.....	17
7.- LE CONTRAT.....	22
8.- ANALYSE CRITIQUE ET ACADEMIQUE SUR L'INFLUENCE ET LE METIER D'INFLUENCEUR.....	23

1. Introduction:

Nous avons le plaisir de vous présenter la proposition de projet pour « **Explorez la Suisse – Excursions dans les Montagnes Emblématiques** » dans le cadre de notre collaboration avec Alpine Discoveries. Cette initiative passionnante vise à développer une stratégie d'influence sur les réseaux sociaux pour offrir des expériences uniques dans les majestueuses montagnes suisses.

Sous la direction de notre équipe expérimentée, nous nous engageons à piloter ce projet de marketing d'influence, visant à fournir aux utilisateurs une expérience immersive et captivante tout en explorant les montagnes emblématiques de la Suisse.

2.- LA MARQUE

Présentation de la marque:

Alpine Discoveries, basée à Genève, se positionne comme une référence dans le secteur du tourisme d'aventure, spécialisée dans la création de voyages et d'excursions exclusifs vers les montagnes les plus prestigieuses de la Suisse. L'entreprise s'adresse spécifiquement aux hispanophones, ciblant principalement l'Amérique latine. Son engagement est de proposer des expériences uniques et mémorables, mettant en avant la beauté naturelle des Alpes suisses.

Site web, Produits et Services :

Alpine Discoveries offre une gamme diversifiée d'excursions, allant de la randonnée à des expériences gastronomiques en passant par des aventures alpines. Chaque produit et service est soigneusement élaboré pour offrir une expérience immersive, authentique et adaptée aux attentes de la clientèle hispanophone.

Prospectus du Site Web: <https://www.lescalierdigital.com/alpine-discoveries/>

Plans Abordables pour Tous les Budgets

Plans	Prix	Caractéristiques
Économique	800 CHF	- Hébergement en auberges et pensions locales - Activités de base telles que la randonnée et les visites autoguidées
Business	1200 CHF	- Hébergement dans des hôtels de catégorie moyenne - Excursions guidées et quelques expériences gastronomiques
Premium	2000 CHF	- Séjour dans des hôtels-boutiques et des stations alpines - Expériences exclusives comme des vols en hélicoptère et des dîners gastronomiques

La cible:

L'entreprise vise principalement les hispanophones en Amérique latine, avec une attention particulière portée aux régions du nord du Mexique, du centre de la Colombie et du sud du Chili. De plus, Alpine Discoveries cible les expatriés en Suisse provenant de l'Amérique latine et du Brésil, renforçant sa présence auprès des communautés hispanophones et lusophones.

Nous aimerions concentrer nos clients potentiels sur trois secteurs.

- A) Notre premier secteur sera l'Amérique. Nous aimerions nous concentrer sur un pays de chaque partie de l'Amérique, au nord du Mexique, au centre de la Colombie et au sud du Chili. Dans ce secteur, nous proposerons également une offre pour les clients privés et publics. Comme les agences de voyage.
- B) Notre deuxième secteur sera celui des expatriés en Suisse de toute l'Amérique qui parle l'espagnol et le Brésil avec le portugais. Nous pensons pouvoir nous adresser à toutes les communautés par le biais des médias sociaux et des groupes de recherche où les expatriés se retrouvent et faire une offre spéciale pour visiter les meilleures montagnes de Suisse.
- C) Le troisième secteur sera celui des ambassades en Suisse qui offrent des voyages professionnels dans les montagnes et qui font de la promotion pour établir un partenariat qui nous permettra d'offrir ce service aux nouveaux résidents.

Communication Actuelle :

Alpine Discoveries maintient une présence active sur les médias sociaux pour atteindre son public cible. La communication se veut transparente, mettant en avant les valeurs de l'entreprise, son engagement envers la durabilité et son amour pour la préservation de la nature. L'entreprise cherche à partager des récits de voyage, des conseils et des informations pratiques pour susciter l'enthousiasme de sa clientèle.

3. LES OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE D'INFLUENCE

La marque Alpine Discoveries n'a pas encore exploré le domaine du marketing d'influence, faisant de cette campagne une première étape stratégique dans l'expansion de sa visibilité et de son engagement. Les objectifs clés de cette initiative sont multiples et alignés sur les besoins spécifiques de la marque dans son contexte actuel.

Objectif de la Campagne Influencer pour Alpine Discoveries :

Alpine Discoveries souhaite utiliser le marketing d'influence comme un moyen novateur de promouvoir ses offres auprès d'un public plus large et de créer un impact significatif dans les cercles de voyage et d'aventure en ligne. La campagne vise à capitaliser sur le pouvoir de recommandation des influenceurs pour renforcer la notoriété de la marque.

1. Amélioration de la Visibilité.

L'objectif premier de la campagne d'influence est d'accroître la visibilité de la marque, en particulier auprès de la communauté hispanophone en Amérique latine. En collaborant avec des influenceurs pertinents et authentiques, Alpine Discoveries aspire à atteindre de nouveaux publics et à susciter un intérêt accru pour ses offres de voyages.

2. Renforcement de l'Image de Marque.

La campagne vise à renforcer l'image de marque d'Alpine Discoveries en associant la société à des personnalités influentes dans le secteur du voyage et de l'aventure. L'objectif est de créer des associations positives et d'établir une connexion émotionnelle avec le public, renforçant ainsi la confiance et la crédibilité de la marque.

3. Génération de Leads et Augmentation des Ventes.

Tout en visant à améliorer la visibilité et l'image de marque, Alpine Discoveries cherche également à générer des leads qualifiés et à stimuler les ventes de ses offres de voyages. Les influenceurs sélectionnés seront encouragés à partager des liens, des codes promotionnels et des incitations à l'action pour faciliter la conversion des followers en clients.

4. Ciblage Spécifique.

La campagne d'influence vise spécifiquement les hispanophones en Amérique latine, en mettant l'accent sur les régions du nord du Mexique, du centre de la Colombie et du sud du Chili. Cela garantit une pertinence culturelle et linguistique, maximisant l'impact de la campagne auprès de la clientèle cible.

4.- CHOIX DES INFLUENCEURS

Alpine Discoveries optera pour une approche hybride en collaborant avec des agences d'influenceurs tout en menant une recherche indépendante. Cette stratégie vise à tirer parti du savoir-faire des agences tout en garantissant une sélection personnalisée d'influenceurs alignés sur la vision de la marque.

La recherche d'influenceurs se basera sur plusieurs critères cruciaux. Tout d'abord, la pertinence thématique sera évaluée, en mettant l'accent sur les influenceurs spécialisés dans le voyage, l'aventure et les destinations alpines. De plus, la démographie de l'audience, l'engagement authentique, et la compatibilité culturelle avec le public hispanophone seront des facteurs déterminants.

Alpine Discoveries envisage une collaboration avec plusieurs influenceurs d'Amérique latine. Cette décision repose sur la diversification des audiences cibles et sur la création d'une portée étendue. Chaque influenceur sélectionné apportera une perspective unique, contribuant ainsi à une représentation variée et authentique de l'expérience alpine suisse.

Parmi les influenceurs potentiels, Alpine Discoveries privilégiera ceux qui ont démontré une passion pour l'aventure en plein air, une affinité avec la culture hispanophone, et une capacité à créer un contenu authentique et engageant. La sélection finale s'appuiera également sur des critères tels que la qualité visuelle du contenu, l'interaction avec les followers et la réputation globale.

4.1 RECHERCHE DES INFLUENCEURS.

Pour réaliser notre choix, on a consulté leurs profils, analysé leur contenu antérieur et qu'ils sont bien alignés avec le message et l'essence de notre projet Alpine Discoveries, destination touristique axée sur l'aventure alpine.

Voici quelques suggestions d'influenceurs basés au Chili, en Colombie, au Mexique et au Brésil, qui ont une forte présence dans le domaine du voyage et de l'aventure.

Option 1 : Maria Gracia (@mgsubercaseaux):

- Expert en aventures en plein air et amoureux de la nature au Chili.
- Partage régulièrement des expériences de trekking et d'alpinisme.



mgsubercaseaux 

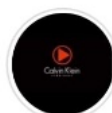
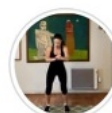
Suivre **Contacter**

Maria Gracia Subercaseaux

 mgsubercaseaux

Création de vidéos
Fotógrafa, Viajera, Traveller, my YouTube channel
[@lagraciadeviajarconmigo](#)  **NUEVOS CAPÍTULO**  **HAZ**
CLICK en el **LINK**  **sigamos DESCUBRIENDO el MUNDO** 

 
bit.ly/3vtG6jM

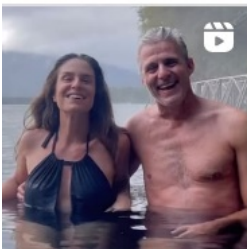
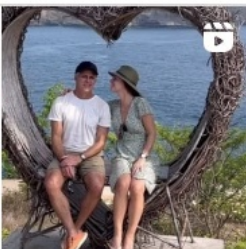
     

4 095
publications

291 k
followers

2 005
suivi(e)s

Option 2 : Señor Viajero (@senor.viajero):

- Voyageuse passionnée et aventurière en Colombie.
- Met en avant les paysages montagneux de la Colombie et les activités de plein air.



senor.viajero

Suivre

Contactar

Señor Viajero

 [senor.viajero](#)

Création digitale
Acompáñame a recorrer los lugares más asombrosos de Colombia 🇨🇴
✉ Contacto: arboletty@gmail.com
Melbourne 🇦🇺 📍
Las Historias completas en YouTube 🎥👉
youtu.be/po8_U92I3mc



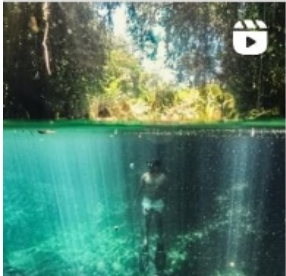
Marrueco... Cocuy 🗿 Ter la Cab... Bahía Mal... Cartagena... Cancún 🇲🇽

482
publications

263 k
followers

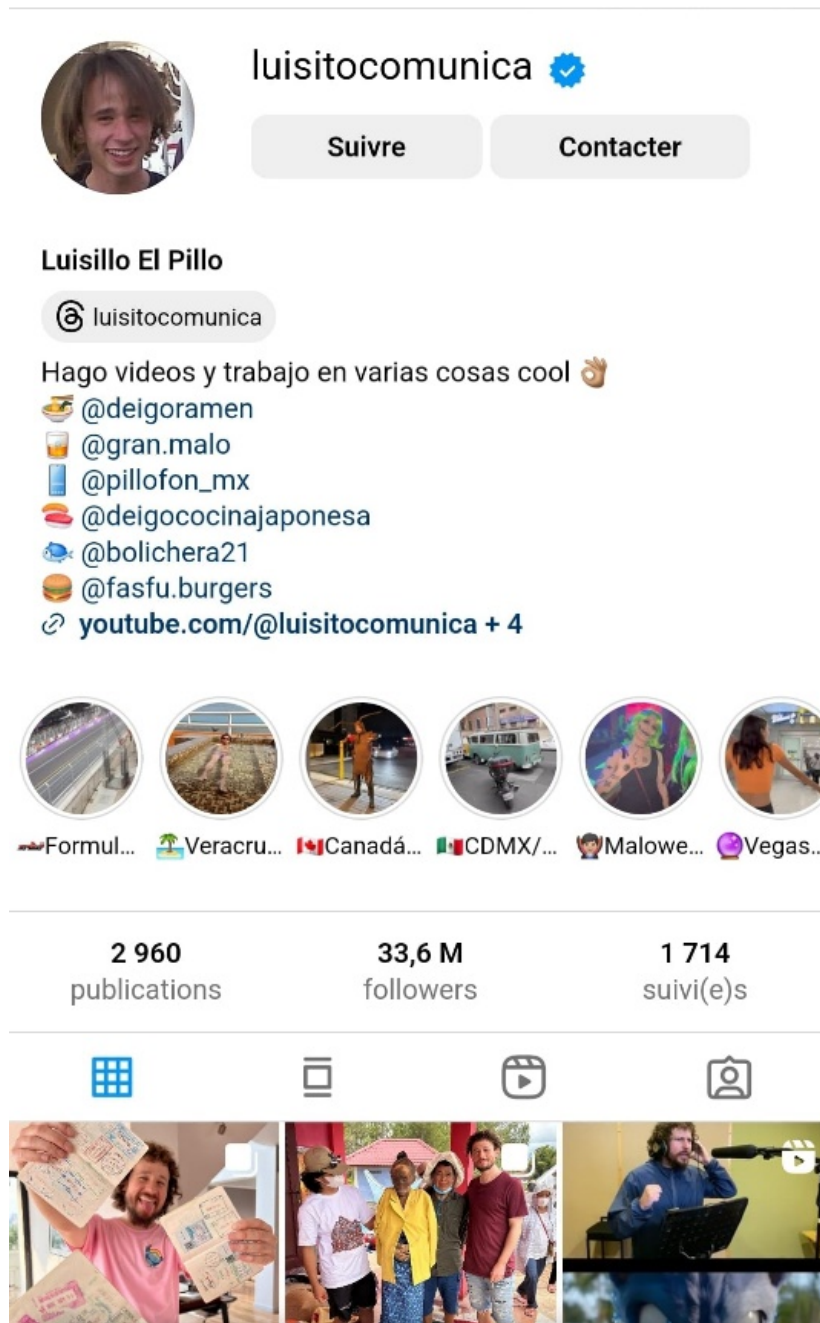
3 093
suivi(e)s





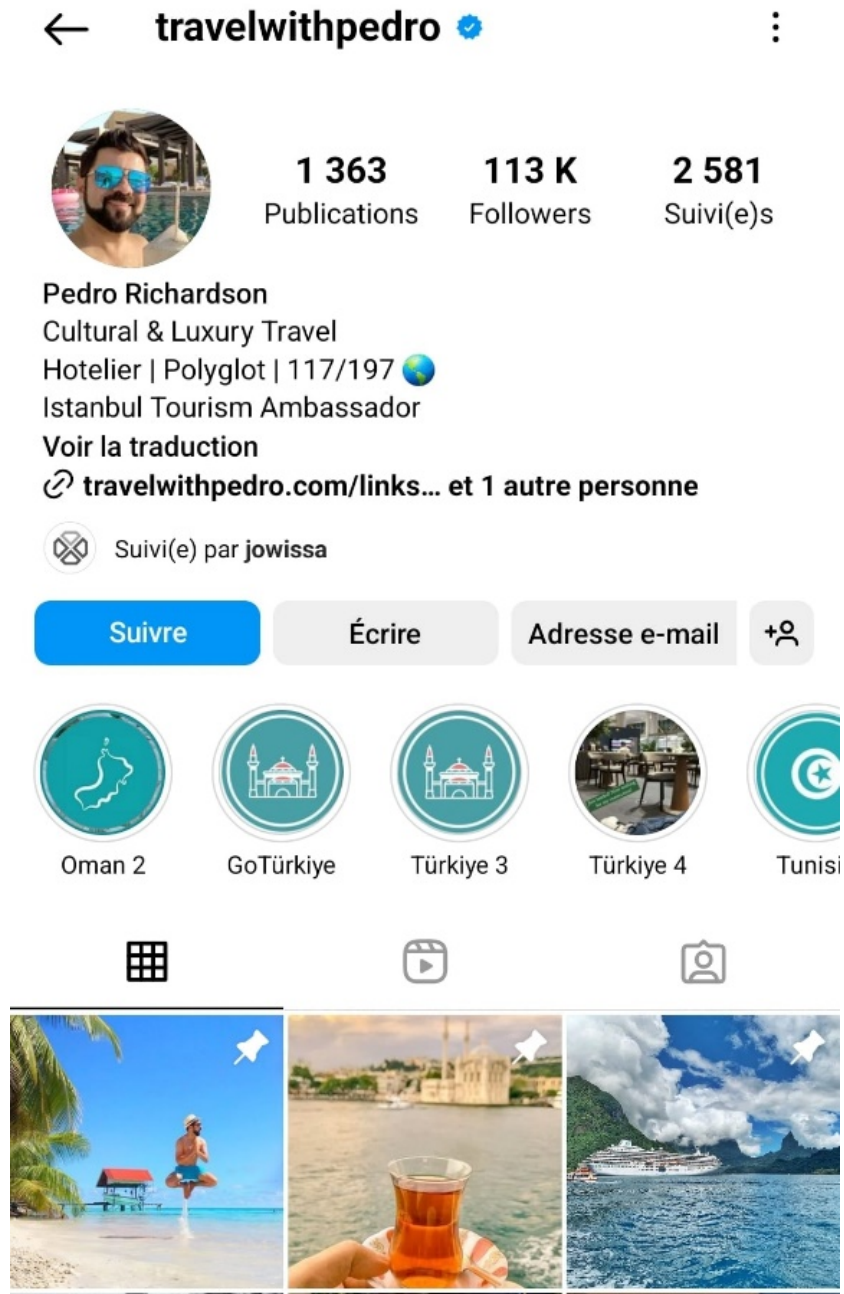
Option 3 Luis (@luisitocomunica):

- Explorateur de montagnes et aventurier au Mexique.
- Partage des expériences de randonnée, d'escalade et de camping dans les régions montagneuses.



Option 4. Pedro Richardson (@travelwithpedro):

- Blogger de voyage au Brésil avec une passion pour l'aventure.
- Partage des expériences de trekking et d'aventures dans les montagnes brésiliennes.



4.2 PRESENTATION DE L'INFLUENCEUR CHOISI

Influenceur Choisi : Maria Gracia (@mgsuubercaseaux)

Pseudo : @mgsuubercaseaux

Nom : Maria Gracia

Pays : Chili

Langue : Espagnol

Nombre de Followers : 291K

Domaine d'Activité : Aventure en plein air, trekking, alpinisme

Atouts :

Expertise avérée dans les aventures en plein air au Chili.

Engagement élevé avec une communauté passionnée.

Partage régulier d'expériences de trekking et d'alpinisme.

Faiblesses :

Audience relativement petite par rapport à certains autres influenceurs.

Principalement axée sur le marché chilien, ce qui peut limiter la portée mondiale.

Explication du Choix :

Maria Gracia est le choix idéal pour notre campagne d'influence en raison de sa spécialisation dans les aventures en plein air au Chili. Avec une audience engagée, elle offre une proximité avec la culture et les paysages que souhaite promouvoir Alpine Discoveries. Bien que son nombre de followers soit inférieur à certains autres influenceurs, sa capacité à créer des interactions authentiques et significatives avec sa communauté est un atout essentiel.

La nature spécifique de ses publications, axée sur le trekking et l'alpinisme, est parfaitement alignée avec les activités que propose Alpine Discoveries. De plus, bien que son influence soit principalement concentrée au Chili, cela peut être considéré comme un avantage, car cela renforce la crédibilité et l'authenticité de l'expérience proposée dans le cadre de la campagne.

En somme, Maria Gracia apportera une dimension locale authentique tout en offrant un potentiel d'engagement élevé avec une communauté ciblée, correspondant ainsi parfaitement aux objectifs de la campagne d'influence d'Alpine Discoveries.

4.3 ANALYSE QUALITATIVE.

Analyse de Maria Gracia (@mgsubercaseaux)

Maria Gracia maintient une qualité exceptionnelle dans son contenu. Ses photos sont professionnelles, captivantes, et transmettent une réelle passion pour l'aventure en plein air. Son feed est harmonieux, mettant en avant les paysages époustouflants du Chili et les activités de trekking de manière cohérente. Ses textes sont bien rédigés, informatifs, et reflètent une connexion personnelle avec chaque expérience.

Maria Gracia jouit d'une image positive et d'une excellente réputation dans la communauté des amateurs d'aventure au Chili. Son engagement authentique avec ses followers crée un lien de confiance. Elle est perçue comme une source fiable d'informations sur les aventures en plein air et est respectée pour son expertise dans le domaine.

L'influenceur correspond étroitement à l'image que souhaite projeter Alpine Discoveries. Les valeurs d'aventure, d'authenticité et de connexion avec la nature sont clairement visibles dans le contenu de Maria Gracia. Sa focalisation sur les aventures locales au Chili concorde parfaitement avec l'objectif d'Alpine Discoveries de promouvoir les majestueuses montagnes suisses auprès du public hispanophone.

Analyse Globale :

Maria Gracia représente un alignement exceptionnel avec les valeurs fondamentales d'Alpine Discoveries. Sa réputation, son contenu de qualité et son engagement authentique en font un choix idéal pour véhiculer l'essence de l'expérience proposée par la marque. Cette correspondance renforcera la crédibilité de la campagne d'influence et générera une connexion significative avec le public cible.

4.4 ANALYSE QUANTITATIVE.

Analyse de Maria Gracia (@mgsubercaseaux)

Nombre de Followers :

Maria Gracia compte actuellement 291,682 followers sur sa plateforme.

Taux d'Engagement :

Le taux d'engagement de Maria Gracia est évalué à **0.9%**, ce qui est calculé en prenant le nombre total d'interactions (likes, commentaires, partages) divisé par le nombre de followers.

Bien que le taux d'engagement soit relativement bas, il est important de noter que ce chiffre peut varier en fonction de divers facteurs tels que la taille de l'audience et le type de contenu.

Messages :

Maria Gracia a partagé un total de 4,056 messages sur sa plateforme.

Moyenne des Commentaires :

La moyenne des commentaires par publication est de 106, indiquant une interaction modérée avec son audience.

Moyenne des Appréciations :

La moyenne des appréciations (likes) par publication est de 2,419, soulignant une réception positive de son contenu.

Analyse Comparative :

En comparant ces données aux standards de l'industrie, le taux d'engagement pourrait être considéré comme relativement bas, mais d'autres facteurs tels que la fidélité de la communauté et l'authenticité du contenu peuvent compenser cela. Il est crucial de prendre en compte ces éléments dans la sélection des influenceurs, et dans ce cas, Maria Gracia peut toujours être un choix valable en raison de son authenticité et de sa connectivité avec son public spécifique.

La campagne pourrait s'orienter vers une approche mettant l'accent sur l'authenticité et la passion pour l'aventure en plein air, capitalisant sur le contenu riche qu'elle partage régulièrement.



5.- ACTIONS DE MARKETING D'INFLUENCE

Introduction :

La collaboration avec des influenceurs est une étape cruciale pour atteindre nos objectifs de visibilité, d'image de marque et de conversion.

Notre stratégie repose sur une approche intégrée utilisant plusieurs actions de marketing d'influence pour maximiser l'impact et engager divers publics.

Nature du Contenu.

Les influenceurs intégreront nos produits dans des scénarios authentiques liés à l'exploration des montagnes suisses.

Hashtags

Utilisation de hashtags spécifiques pour suivre la performance et encourager la participation des followers.

Offre Exclusive

Création de codes promo personnalisés pour chaque influenceur afin de mesurer l'impact direct de leur audience.

Incitations

Les followers bénéficieront d'avantages exclusifs en utilisant ces codes.

Partage des Revenus

Établissement de liens affiliés pour mesurer les conversions générées par chaque influenceur, offrant une rémunération en fonction des ventes.

Participation Interactive :

Organisation de concours sur les réseaux sociaux, impliquant les followers dans des actions spécifiques liées à nos offres.

Création de Contenu Dynamique

Les influenceurs réaliseront des vlogs mettant en avant leur expérience avec nos produits et les activités associées.

Storytelling Immersif

Des récits captivants sur l'exploration des montagnes suisses.

Action en Parallèle avec Plusieurs Influenceurs

Pour maximiser la portée et toucher différentes segments de l'audience.

Durée de la Campagne

La campagne sera étalée sur 3 mois pour assurer une présence constante et maintenir l'engagement.

Explication et Détails

Chaque action est minutieusement planifiée, intégrant les caractéristiques uniques de chaque influenceur. Par exemple, le placement de produit sera adapté à la passion spécifique de chaque influenceur pour l'aventure en plein air. Les codes promo seront personnalisés pour refléter le style de chaque influenceur, créant ainsi une connexion authentique.

5.1 Alignement avec les Objectifs.

Les actions diversifiées toucheront un large public, augmentant la visibilité de la marque.

- La participation d'influenceurs authentiques renforcera l'image de marque, associant notre produit à des expériences mémorables.
- Les codes promo, liens affiliés et concours sont spécifiquement conçus pour générer des conversions mesurables.
- Conseils et Différenciation :
- Chaque action est détaillée avec des exemples concrets, images et moodboards pour illustrer la vision.
- Mise en avant des éléments uniques de nos produits et expériences, montrant comment nous nous démarquons dans le paysage concurrentiel.
- Présentation d'une stratégie solide, mettant en avant le retour sur investissement potentiel, l'authenticité de la connexion avec les audiences cibles, et des exemples pertinents de succès dans des contextes similaires.

Voici comment la durée pourrait être envisagée :

Phase	Durée Estimée	Activités Clés
Préparation	Semaine 1-2	- Identification et approbation des influenceurs. - Définition des objectifs spécifiques à chaque influenceur. - Élaboration des briefs créatifs.
Lancement de la Campagne	Semaine 3-4	- Annonce officielle de la collaboration sur les réseaux sociaux de la marque et des influenceurs. - Début des publications coordonnées avec les influenceurs.
Actions Parallèles	Semaine 5-8	- Mise en place de différentes actions simultanées (codes promo, concours, vlogs, etc.). - Suivi régulier des performances et ajustements si nécessaire.
Engagement Continu	Semaine 9 et au-delà	- Encouragement de l'engagement de la communauté avec les publications. - Utilisation des témoignages et retours d'expérience pour renforcer la crédibilité.
Évaluation et Analyse	Après la Campagne	- Analyse des métriques de performance. - Évaluation des retours sur investissement (ROI). - Collecte de commentaires et apprentissages pour des futures campagnes.

Le tableau offre une vue des différentes phases de la campagne de marketing d'influence, avec des indications sur les activités clés à entreprendre pendant chaque période.

6.- ORGANISATION D'UN VOYAGE INFLUENCEURS

Nous sommes enchantés de rassembler un groupe d'influenceurs passionnés d'aventure en provenance d'Amérique latine pour une exploration épique à travers les montagnes emblématiques de la Suisse. Rejoignez-nous dans cette aventure captivante qui mettra en lumière la beauté majestueuse des Alpes suisses et les expériences uniques que ce voyage offre.

Objectifs de la Campagne :

À travers cette aventure, notre objectif est multiple :

- Encourager nos followers à explorer les montagnes suisses.
- Créer une connexion tangible entre l'aventure partagée par les influenceurs et nos packages de voyage.
- Accroître la notoriété d'Alpine Discoveries et positionner la marque comme une référence pour les voyages alpins.

Messages à Partager :



Objectif de l'événement :

Reproduire la splendeur du paysage afin que les influenceurs puissent créer du contenu similaire sur leurs réseaux sociaux.



Exemples de Publications :

Lever du Soleil à Zermatt :

Maria Gracia partage le spectacle époustouflant depuis notre Airbnb, vous invitant à rejoindre l'aventure. Swipez pour découvrir la vue à couper le souffle. [#ZermattMagic](#) [#AlpineSunrise](#)

Rencontre avec les Guides Locaux :

Suivez nos influenceurs lors d'une rencontre avec des passionnés locaux partageant des histoires captivantes sur la culture alpine. Swipez pour plonger dans l'authenticité. [#LocalStories](#) [#AlpineCulture](#)

Dévaler les Pistes à Grindelwald :

Plongez dans l'action avec nos influenceurs alors qu'ils dévalent les pistes de ski à Grindelwald. Prêt à ressentir l'adrénaline ? Swipez pour une descente virtuelle. [#SkiAdventure](#) [#AlpineThrills](#)

Collaboration avec les Influenceurs :

Chaque jour, nos influenceurs partageront en direct sur leurs réseaux sociaux, documentant l'aventure à travers des stories, des photos et des vidéos engageantes.

Tableau des activités (Itinéraire)

Jour	Lieu	Activités	Horario	Moment de Partage sur les Réseaux Sociaux
1	Arrivée à Zürich	Accueil chaleureux à Zurich, la porte d'entrée vers les Alpes suisses.	-	-
		Soirée de bienvenue dans un chalet avec fondue pour se préparer à l'aventure.	18:00 - 22:00	Au cours de la soirée
2	Zermatt et le Cervin	Départ pour Zermatt, célèbre pour le majestueux Cervin.	-	-
		Randonnée panoramique avec vue sur l'une des montagnes les plus emblématiques au monde.	09:00 - 14:00	En fin de randonnée
		Voyage en cabine jusqu'au château de glace avec vue panoramique sur les Alpes suisses.	15:00 - 17:00	Pendant le voyage en cabine
		Nuit dans un Airbnb pour une expérience authentique à Zermatt.	19:00 - 22:00	Avant le coucher
3	Interlaken et Jungfrau	Voyage à Interlaken, nichée entre les lacs de Thoune et de Brienz.	-	-
		Ascension en train vers la Jungfrau, le point culminant d'Europe.	10:00 - 16:00	Au sommet de la Jungfrau
		Promenade vers le Jungfrau et activités en luge.	16:30 - 18:30	Pendant la promenade en luge
4	Grindelwald et Eiger	Exploration de Grindelwald et de ses paysages alpins pittoresques.	-	-
		Découverte de la face nord de l'Eiger, un défi pour les alpinistes intrépides.	09:00 - 13:00	En fin d'exploration
		Journée de ski pour une expérience complète en montagne.	14:30 - 17:30	Pendant la journée de ski
5	Lucerne et le Mont Pilate	Visite de Lucerne, une ville au bord du lac entourée de montagnes.	-	-

		Montée au Mont Pilate pour une vue panoramique à couper le souffle.	09:00 - 15:00	Au sommet du Mont Pilate
		Ascension avec le train à crémaillère le plus raide du monde.	15:30 - 17:00	Pendant le trajet en train
6	Jour libre et retour à Zürich	Dernière journée libre pour explorer Lucerne ou se reposer.	-	-
		Retour à Zürich pour conclure l'aventure.	18:00 - 20:00	Au moment du retour à Zürich

Activités Uniques de Branding:

- Expérience d'hébergement dans des chalets alpins traditionnels.
- Séances de photographie au lever et au coucher du soleil dans des décors montagneux spectaculaires.
- Rencontres avec des guides locaux passionnés partageant des histoires sur la culture alpine.
- Sessions photos Instagrammables.

7.- LE CONTRAT

CONTRAT INFLUENCEUR

Entre les soussignés :

Alpine Discoveries, Genève, Suisse.

Dénommée L'Annonceur ci-après

D'une part,

Maria Gracia Subercaseaux, @mgsusubercaseaux, Santiago du Chili.

Dénommée L'Influenceur ci-après

Et d'autre part,

Il a été convenu et arrêté ce qui suit :

Article 1 - OBJET DU CONTRAT

Ce contrat est destiné à régir la relation de partenariat conclue entre Alpine Discoveries et Maria Gracia Subercaseaux, en vue principalement de l'organisation d'événements et d'excursions dans les montagnes suisses. Elle précise les droits et les obligations principaux des deux cocontractants.

Article 2 - OBLIGATIONS DE L'INFLUENCEUR

D'une manière générale, l'Influenceur s'engage à :

- Participer activement aux excursions planifiées.
- Créer du contenu pour le réseau social Instagram (photos, vidéos, stories) mettant en valeur les expériences vécues.
- Respecter les dispositions légales, notamment l'Article 42b de la Loi fédérale suisse sur l'alcool, en matière de publicité pour les boissons distillées.

Article 3 - OBLIGATIONS DE L'ANNONCEUR

Alpine Discoveries s'engage à verser à Maria Gracia Subercaseaux le montant suivant, en vue de la réalisation de l'objet du contrat : [montant en toutes lettres].

Le paiement du montant se fera selon les conditions suivantes :

- 1600,00 CHF pour Post
- 1100,00 CHF pour Story
- 2200,00 CHF pour Reels

Alpine Discoveries s'engage à offrir à l'influenceur Maria Gracia un voyage d'influenceur en Suisse, comprenant les billets d'avion aller-retour depuis le Chili, les déplacements à l'intérieur de la Suisse, les frais d'hébergement et de repas, ainsi qu'une allocation quotidienne de 100 CHF, en vue de la réalisation de l'objet du contrat. Ce cadeau a une valeur marchande estimée à 10 000 CHF.

Article 4 – VALIDATION DES CONTENUS

Avant toute publication, Maria Gracia doit soumettre les contenus créés dans le cadre de ce partenariat à Alpine Discoveries pour validation. Alpine Discoveries dispose de 36 heures pour valider ou demander des modifications aux contenus. Maria Gracia ne peut pas publier de contenu sans l'approbation écrite préalable d'Alpine Discoveries. En cas de publication non autorisée, le contrat peut être résilié.

Article 5 - OBLIGATION D'INFORMATION AFFÉRENTES À LA PROMOTION

Maria Gracia s'engage à respecter les lois et réglementations de son pays en ce qui concerne la divulgation des collaborations commerciales dans ses publications. Elle doit clairement et adéquatement informer son audience de la nature commerciale de tout contenu lié à ce contrat. Cette divulgation doit être faite de manière transparente, conforme aux directives légales applicables.

Article 6 - EXCLUSIVITÉ DANS LA COLLABORATION

Dans le cadre de la collaboration commerciale, Maria Gracia prend l'engagement de ne pas promouvoir d'autres marques concurrentes dans ses publications. Cette clause d'exclusivité vise à maintenir la cohérence de la campagne et à optimiser ses performances.

Article 7 - DROIT D'ENGAGEMENT DE L'INFLUENCEUR

En signant ce contrat, Maria Gracia certifie qu'elle a le droit de conclure cette collaboration et qu'elle n'a pas d'autres accords en cours qui l'empêchent de participer à des collaborations similaires dans le même secteur d'activité. Maria Gracia garantit également qu'elle n'a pas de restrictions ou d'obligations qui entraveraient sa capacité à respecter ce contrat. En cas de non-respect de cette certification par Maria Gracia, Alpine Discoveries peut résilier le contrat.

Article 8 - DUREE DE LA COLLABORATION

Le présent partenariat est conclu entre Alpine Discoveries et Maria Gracia pour une durée de 6 mois. Il débutera le 1 mars 2024 et s'achèvera de plein droit et sans formalité le 30 juin 2024.

Article 9 - DROITS D'IMAGE

Alpine Discoveries a le droit d'utiliser l'image de Maria Gracia sur ses propres réseaux sociaux à l'échelle mondiale pendant la durée du contrat. Cela permettra d'étendre la portée de la campagne de manière globale.

Article 10 - RESILIATION

Chacune des parties pourra résilier le contrat, de plein droit, à tout moment et sans préavis, au cas où l'autre partie manquerait gravement à ses obligations contractuelles. Cette résiliation devra être précédée d'une mise en demeure par lettre recommandée restée sans effet durant 8 jours. À défaut de l'exécution par Maria Gracia de ses obligations nommées ci-dessus, les prestations seront facturées à hauteur de 30.000 CHF. Le cas échéant, la facture sera envoyée à Maria Gracia.

Article 11 - MODIFICATIONS

À la demande de l'une ou l'autre partie, des modifications pourront être apportées au présent contrat par accord écrit entre les parties. Ces modifications seront considérées comme étant des modalités complémentaires du présent contrat et en feront partie intégrante.

Article 12 - CONFIDENTIALITE

Chacune des parties s'engage à considérer les dispositions de la présente convention comme étant confidentielles et à ne pas les communiquer à des tiers sans l'accord exprès et écrit de l'autre partie.

Article 13 - LITIGES

Les deux parties s'engagent à régler à l'amiable tout différend éventuel qui pourrait résulter de la présente convention. À défaut d'accord amiable, le litige sera porté devant les tribunaux en Suisse seront seuls compétents.

Fait à Genève le, 31 janvier 2024 en deux exemplaires originaux

Signature Alpine Discoveries

Maria Gracia Subercaseaux (@mgsuubercaseaux)

8.- ANALYSE CRITIQUE ET ACADEMIQUE SUR L'INFLUENCE ET LE METIER D'INFLUENCEUR

8.1 Analyse critique sur le Travail d'Influenceur et les Perspectives du Marketing d'Influence

L'éthique et l'intégrité deviennent des enjeux majeurs dans le marketing d'influence. La transparence, la responsabilité sociale des influenceurs et la promotion de normes corporelles positives émergent comme des éléments clés pour garantir un impact positif sur la société. La frontière entre publicité et contenu organique reste une préoccupation, soulignant la nécessité d'une régulation accrue pour maintenir la confiance du public.

En se basant sur des données académiques et des études, examinons les différentes perspectives concernant la légitimité de la profession d'influenceur, ses critiques principales et les enjeux potentiels liés à son avenir.

A) Légitimité du Métier d'Influenceur.

Un influenceur est défini comme un individu dont le statut ou l'exposition médiatique peut influencer les comportements de consommation. Le marketing d'influence, ensemble de techniques utilisant la force de recommandation des influenceurs, s'est développé avec l'avènement des médias sociaux.

L'émergence du métier d'influenceur a été catalysée par la montée des réseaux sociaux, offrant aux utilisateurs la possibilité de partager du contenu interactif. La diversification des plateformes, telle qu'Instagram, YouTube et TikTok, a accéléré l'expansion du marketing d'influence, mesurable par des indicateurs tels que les likes et les partages.

Cependant, cette croissance rapide a engendré des défis, notamment en matière de réglementation et de transparence. Les règles ont été instaurées pour assurer une collaboration éthique entre influenceurs et marques.

B) Critiques sur l'Impact Social, Culturel et sur la Perception de Soi.

Les critiques portent sur plusieurs aspects. Sur le plan social, le contenu des influenceurs peut créer des normes inaccessibles, engendrant un sentiment d'insatisfaction. Culturellement, l'uniformisation due à l'influence mondiale peut menacer la diversité culturelle locale.

La perception de soi est également influencée, avec des études montrant l'impact sur l'image corporelle et l'estime de soi. Des questions éthiques surgissent concernant l'authenticité des influenceurs, naviguant entre la réalité et une image soigneusement construite.

C) Enjeux Potentiels liés à l'Avenir des Influenceurs.

Les tendances budgétaires varient, mais globalement, les budgets d'influence restent stables à la hausse, indiquant une reconnaissance croissante de la valeur des influenceurs. Les professionnels de l'influence travaillent aussi bien chez l'annonceur que en agence, soulignant la démocratisation de cette pratique.

La diversification des collaborations, des placements de produits aux voyages, montre comment les influenceurs contribuent à la promotion des marques. La taille de l'audience reste un critère, mais l'engagement et la pertinence sont tout aussi cruciaux. Les tarifs des influenceurs varient, avec des cessions de droits d'image parfois incluses.

8.2 Analyse Académique sur le Travail d'Influenceur et les Perspectives du Marketing d'Influence

Le marketing d'influence est devenu un pilier central de la stratégie de communication des entreprises, exploitant la capacité des influenceurs à façonner les opinions et les comportements des consommateurs. Cette analyse académique se penche sur différentes dimensions du travail d'influenceur, en se basant sur des références académiques et des études de chercheurs renommés dans le domaine.

1. Influence Personnelle

Le livre "Influence personnelle" d'Elihu Katz et Paul L. Lazarsfeld (2008) offre des perspectives fondamentales sur la nature de l'influence interpersonnelle et son rôle dans la formation des attitudes. En examinant comment les individus sont influencés par leur entourage, cette référence constitue un socle théorique pour comprendre le travail d'influenceur.

2. Diffusion of Innovations

Everett M. Rogers, dans "Diffusion of Innovations" (2003), explore la manière dont les nouvelles idées se propagent au sein d'une société. Ce modèle théorique peut être appliqué pour analyser comment les influenceurs introduisent de nouvelles tendances et innovations dans leur domaine.

3. L'influence des leaders d'opinion

Stephanie Lukasik aborde la notion de leaders d'opinion dans son ouvrage (2021), offrant un éclairage sur la façon dont ces individus influents façonnent les perceptions de leur audience.

4. Influence Marketing

"Influence marketing" de Camille Jourdain et Guillaume Doki-Thonon (2019) fournit une analyse pratique des stratégies de marketing d'influence. Cette référence offre des conseils concrets pour les professionnels du marketing travaillant avec des influenceurs.

5. Secrets d'influenceur

Valentin Lucas partage des perspectives internes dans "Secrets d'influenceur" (2018), fournissant des informations sur le quotidien des influenceurs et les coulisses de leur activité.

6. Recherche Académique sur la Microcélébrité

Les travaux de la Professeure Crystal Abidin de l'Université Curtin en Australie, notamment "Microcelebrity Around the Globe" (2018) et "Communicative intimacies" (2015), explorent la culture de la célébrité en ligne et la connectivité perçue entre les influenceurs et leur audience.

7. Études sur les Instagram Content Creators

Les recherches de Brooke Erin Duffy et Megan Sawey (2021) mettent en lumière les aspects économiques et psychologiques du travail d'influenceur, soulignant la valeur, le service, et la précarité parmi les créateurs de contenu Instagram.

8. Entrepreneurial Féminité chez les Blogueuses de Mode

Dans "Having it All" on Social Media" (2015), Brooke Erin Duffy et Emily Hund explorent les notions d'entrepreneuriat féminin et de self-branding parmi les blogueuses de mode, dévoilant les stratégies adoptées pour créer et maintenir une image de marque personnelle sur les médias sociaux.