

# L'USAGE DE LA PHOTO DANS LE TOURISME

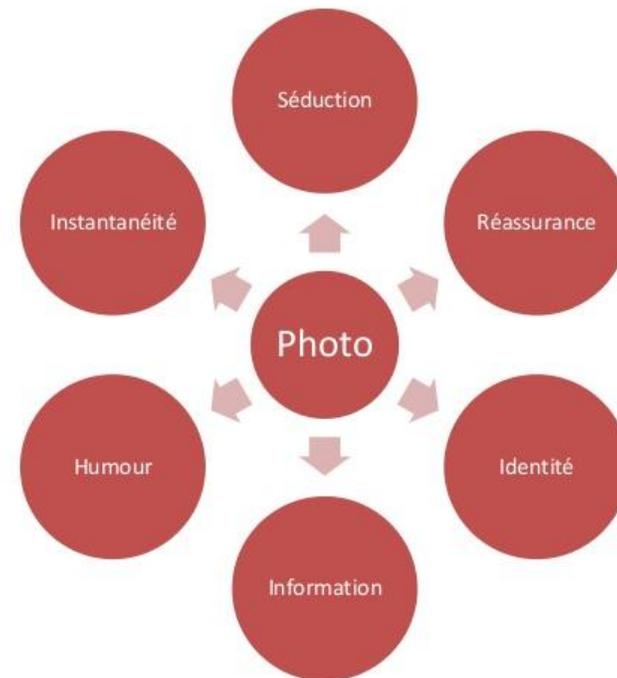
Atelier découverte photographie  
09 décembre 2015 à Orléans

# LA PHOTOGRAPHIE DANS LE TOURISME

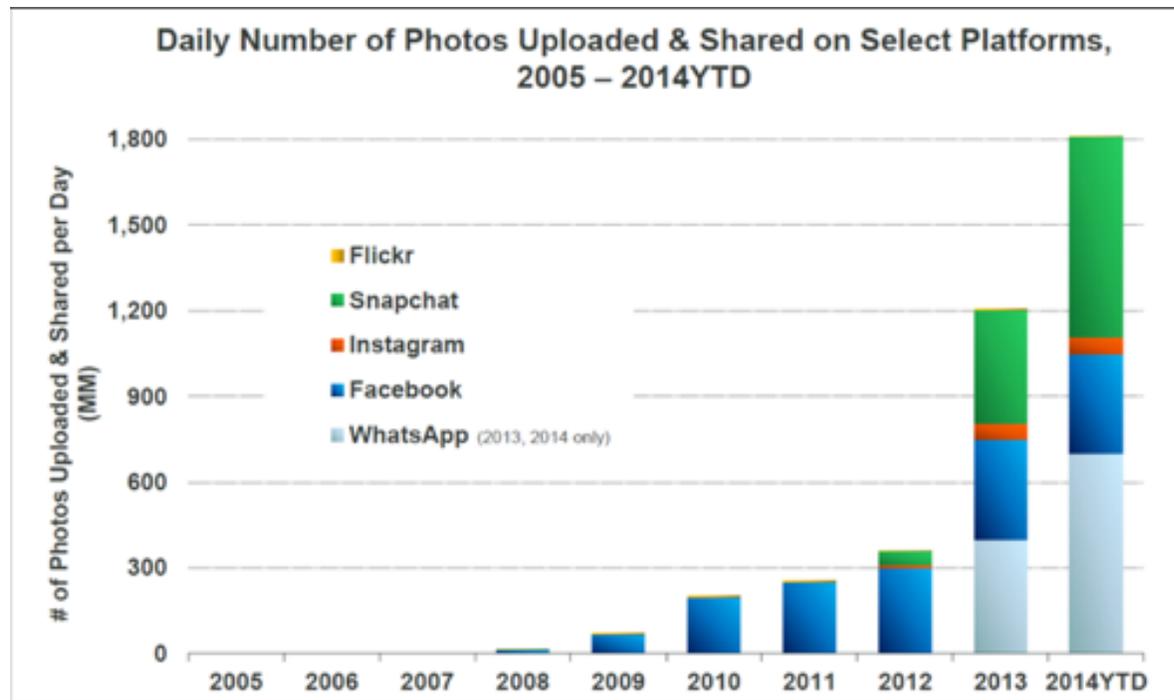
## La puissance de la communication visuelle

- Une image vaut 1000 mots.
- L'impact de la photographie en communication:
  - plus grand
  - plus rapide
  - plus universel

## La photo, vecteur idéal d'objectifs de communication



# La place de la photo sur le web



- Sur Internet, les internautes partagent de plus en plus de photos.
- Sur les réseaux sociaux, et en particulier sur Facebook, la photo est omniprésente (93% du contenu).
- **Rôle de la photo dans la stratégie numérique:** inciter les touristes à partager, diffuser les photos des internautes, sélectionner et valoriser les contenus produits par les internautes, etc.
- Les établissements avec le plus de photos sont les plus consultés en ligne.

# LA PHOTOGRAPHIE DANS LE TOURISME

## La photographie au service de ma destination



- La photographie a un rôle primordial dans le tourisme. Elle sert à faire rêver, inspirer mais également informer et rassurer les touristes potentiels
- Les photos sont déterminantes dans le choix de la destination et dans le passage à l'acte du visiteur
- Les 3 types de photos qui suscitent le plus d'intérêt de la part des voyageurs: les chambres, les restaurants et les espaces de divertissement.

La qualité du visuel est donc également très importante pour les prestataires touristiques

# LES DROITS D'AUTEUR

## La propriété intellectuelle d'une œuvre, dont une photo, est régie par deux droits

- **Le droit moral** protège le lien symbolique qui rattache l'œuvre à son auteur. C'est le respect du nom de l'auteur et de son œuvre. Il est perpétuel et inaliénable.

Même si vous achetez une photo à un photographe, ce dernier reste et restera propriétaire du droit moral mais vous avez le droit d'utiliser le média sur un ou des supports (édition, Internet...)

- **Le droit patrimonial** est le droit à la représentation et à la reproduction. Les droits patrimoniaux sont exclusifs, l'auteur est le seul à définir les conditions d'exploitation de son œuvre. Ils sont cessibles aux tiers, à titre gratuit ou onéreux. L'auteur peut également choisir d'interdire l'exploitation de son œuvre. Contrairement aux droits moraux, les droits patrimoniaux sont limités dans le temps.

# LE DROIT À L'IMAGE

Le droit à l'image et le respect de la privée implique que chacun peut s'opposer à la diffusion de son image. Il s'applique dans 3 domaines: **les personnes, les biens** (propriétés et espaces privés) et **les œuvres**.

Le droit d'expression artistique prime sur le droit à l'image « *sauf dans le cas d'une publication contraire à la dignité de la personne ou revêtant pour elle des conséquences d'une particulière gravité* »

- **L'obtention du consentement des personnes visibles** est obligatoire, par le biais d'une autorisation écrite. Pour les mineurs, l'accord des parents est indispensable.
- Pour les bâtiments privés, l'accord des propriétaires est impératif pour une **utilisation à des fins commerciales**.
- Concernant le droit à l'image des œuvres, il faut avoir une autorisation de la part de l'auteur de l'œuvre ou de ses ayants pour avoir le droit de la diffuser (si l'auteur n'est pas décédée depuis plus de 70 ans)

# LES CRÉDITS PHOTOS

- Lors de l'utilisation et la diffusion d'une photo, il est nécessaire de respecter les **crédits** c'est-à-dire les mentions légales relatives au droit de la propriété intellectuelle ou artistique.
- Ils nomment l'auteur de la photo et éventuellement l'agence pour laquelle il travaille. Ils renseignent généralement **des droits et des conditions d'utilisation** de la photo.
- Créditer un artiste ne vous dispense pas de son autorisation pour publier son œuvre.
- Les photos prises par un salarié d'entreprise, avec le matériel de l'entreprise et sur le temps de travail, appartiennent exclusivement au salarié. Le crédit à mentionner doit être celui de l'auteur et non celui de la structure.

# UN PEU DE TECHNIQUE...

**1) Les techniques de prises de vue**

**2) Les outils de retouche en ligne**

# LES PREMIERS CONSEILS

## Se mettre à la place du visiteur

Que veut-il voir ? L'environnement, la vue, le style

Que veut-il savoir ? L'agencement, l'espace, la décoration

## Séduisez-le !

- Via des mises en scènes, des contenus vivants et humains, des jardins fleuris
- Donnez une ambiance générale agréable avec de jolies couleurs et une belle lumière
- Pour **les intérieurs**, pensez à mettre de l'ordre dans votre pièce, faire entrer un maximum de lumière naturelle, libérer les espaces au premier plan et éviter le flash.
- Pensez également à mettre en scène avec des éléments de décoration (un petit bouquet de fleurs, un joli déjeuner, du linge...)

# LES PREMIERS CONSEILS

## Les bonnes pratiques

- Penser à la composition et au cadrage
- Mettre de l'action (mettre des personnages et des éléments en mouvements)
- Prendre des photos lors de belles journées lumineuses et travailler la lumière
- Ne pas hésiter à bouger pendant la prise de photo (s'accroupir, se mettre en hauteur) pour une bonne prise de vue
- Se distinguer des autres, mettre sa spécialité et son petit plus en avant (patrimoine culturel et historique, spécialités culinaires...)

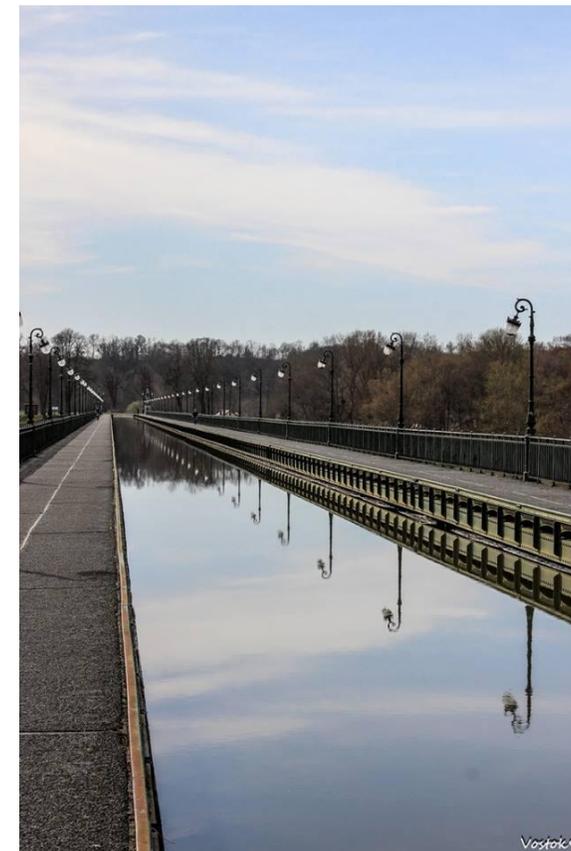
## Horizontal ou vertical

- **Un cadrage horizontal** (paysage) convient mieux à une scène comportant des lignes horizontales. Les paysages suscitent le calme, la stabilité, la profondeur, la distance. Elle correspond à la prise en mains des boîtiers.
- **Un cadrage vertical** (portrait) convient mieux à une scène comportant des lignes verticales. Les portraits inspirent des scènes de proximité, plus dynamiques, en action.

Observez le sujet choisi et les éléments environnementaux afin de décider de l'importance que vous souhaitez accorder à chacun.

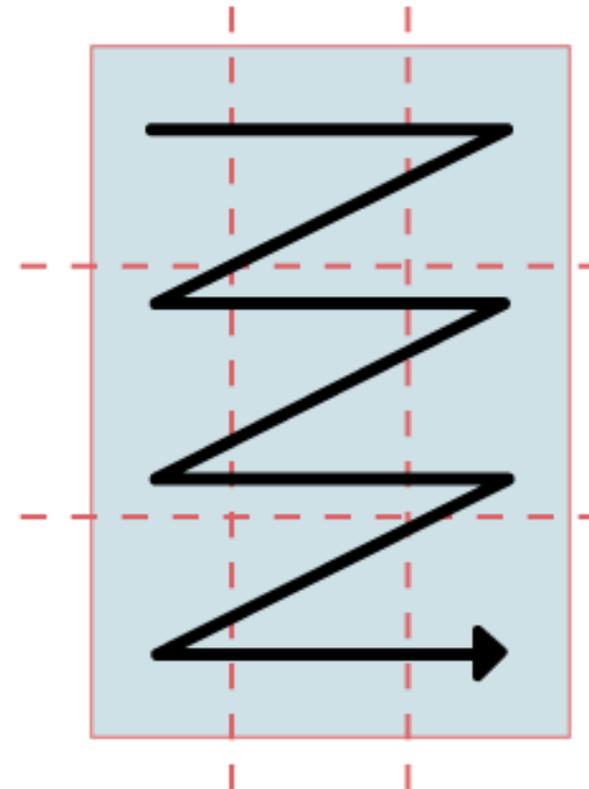
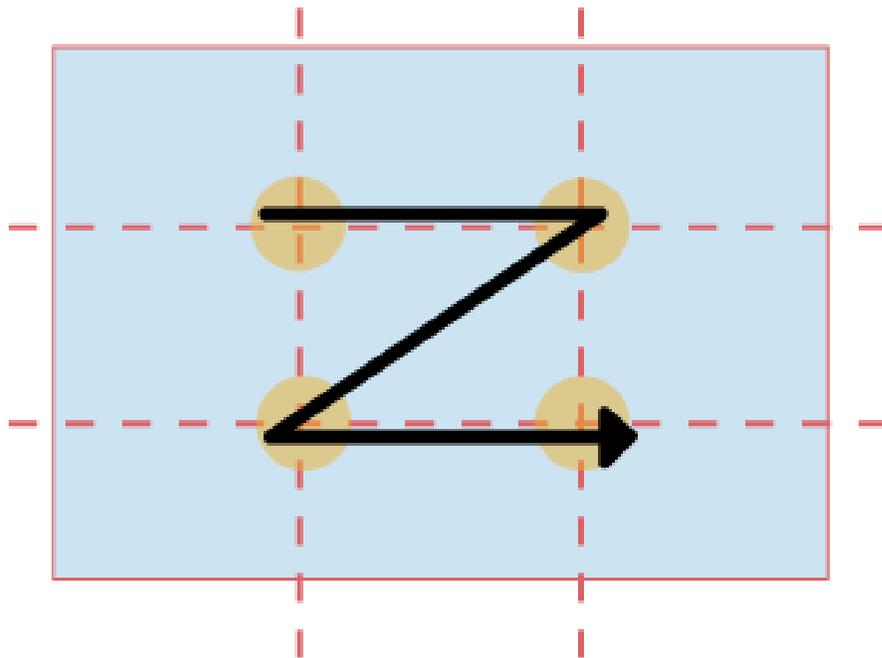


# LE CADRAGE



# LE CADRAGE

## La lecture en Z



# LE CADRAGE

## La règle des 2/3

- Elle consiste à placer les éléments importants de la photo sur les croisements des lignes et/ou sur les lignes verticales ou horizontales. Elle permet de mettre en valeur le ou les sujets présents dans votre scène, tout en respectant des proportions harmonieuses. L'objectif est de dynamiser et de donner plus de perspectives à la photo.

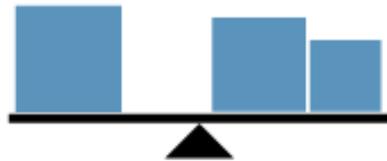


**Ne pas centrer le sujet et l'horizon.**

Exemple: 2/3 ciel – 1/3 sol ou 1/3 ciel – 2/3 sol

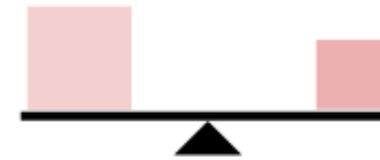
# LE CADRAGE

## L'équilibre des masses



Une masse de grande surface monopolise l'attention au détriment des masses plus petite. C'est pourquoi, pour assurer l'équilibre de l'image, il faut compenser les masses entres elles en jouant notamment sur la dimension des masses et les distances qui les séparent.

## L'équilibre des tons



Un équilibre des tons s'obtient si un élément de petite taille a autant d'impact qu'un élément de plus grande taille grâce aux tonalité de chacune.

# MAITRISER L'EXPOSITION

## L'ouverture « Aperture »

Mode A

- Il s'agit de la quantité de lumière que votre objectif laisse entrer dans l'appareil grâce à un système de diaphragme. Il est possible de régler l'ouverture en fermant plus ou moins le diaphragme.

## La vitesse d'obturation « Speed »

Mode S

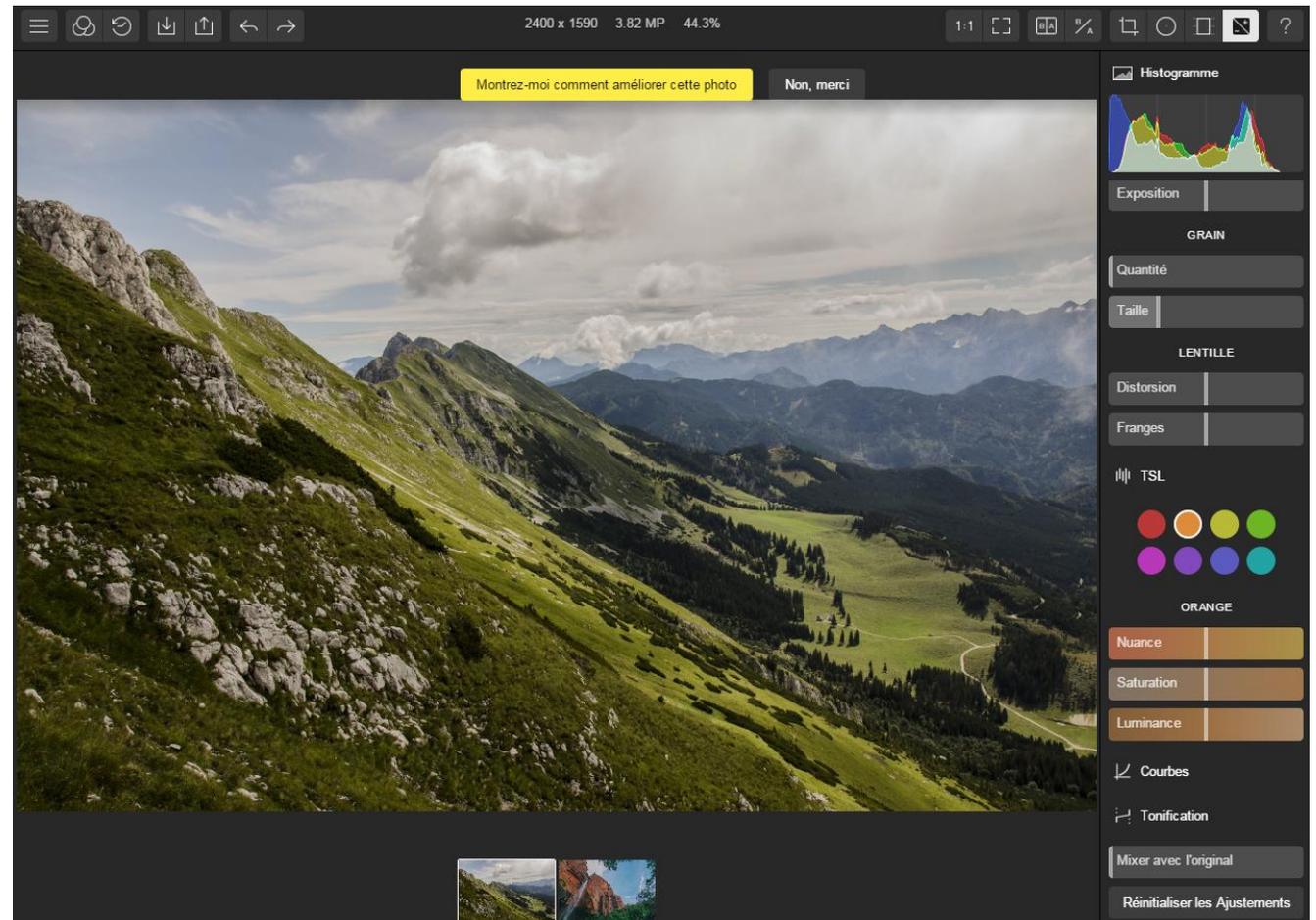
- Il s'agit de la vitesse avec laquelle l'obturateur s'ouvre et se ferme qui détermine le temps de pose de votre cliché : lent ou rapide.
- La vitesse d'obturation ne concerne pas la quantité de lumière, mais la durée pendant laquelle nous la laissons entrer.

# LES OUTILS DE RETOUUCHE EN LIGNE

**Polarr Photo Editor**

[www.polarr.co](http://www.polarr.co)

Gratuit en ligne et en  
extension Chrome



# UNE BONNE RETOUCHE

- Ajuster l'exposition : en ajustant le contraste et la luminosité
- Régler la teinte et la saturation d'une photo
- Atténuer le bruit numérique
- Renforcer la netteté
- **Ne pas dénaturer la photo**
- Ne pas abuser d'outils de correction
- Ne pas abuser d'effets, de collages
- Avant toute retouche, il est nécessaire d'évaluer les imperfections de la photo afin de déterminer les meilleurs outils de correction.
- Adapter le poids du fichier à une utilisation web

**Pixlr** [www.pixlr.com](http://www.pixlr.com)



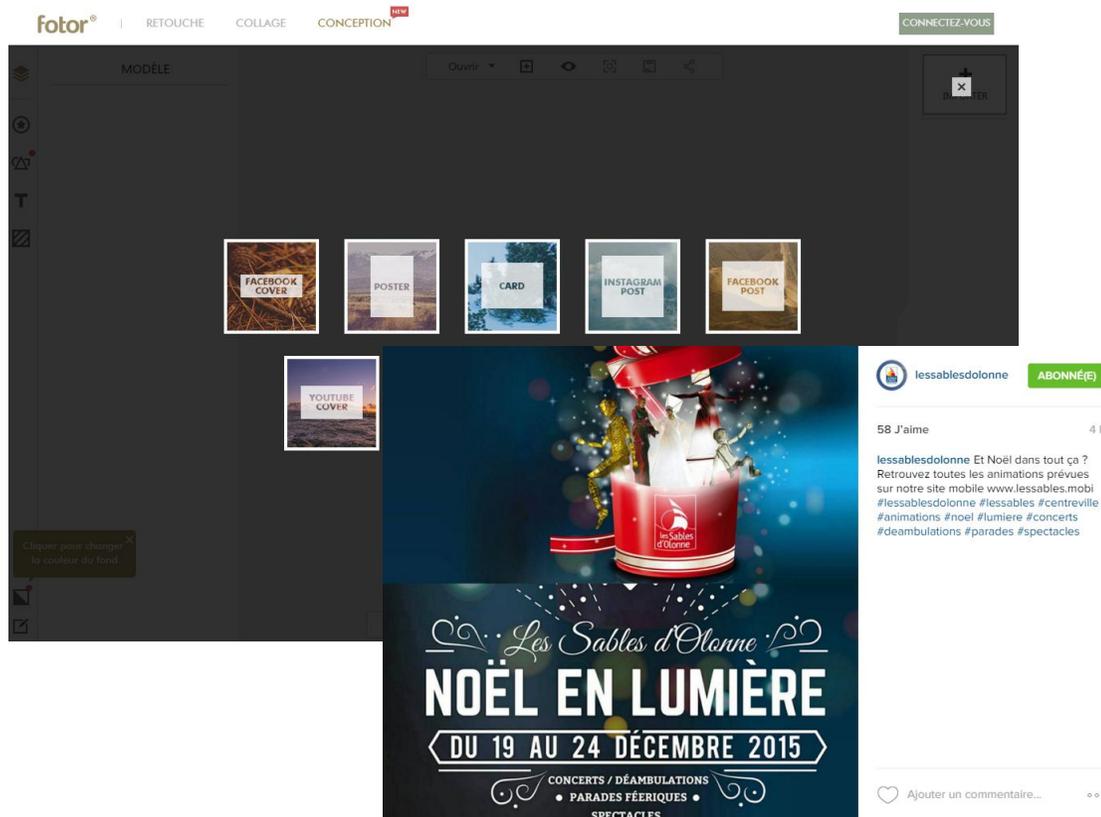
- Mais aussi: PicMonkey, Befunky, Pablo 2.0...

# LES SITES DE CRÉATION:

## RETOUCHE, COLLAGE, CONCEPTION

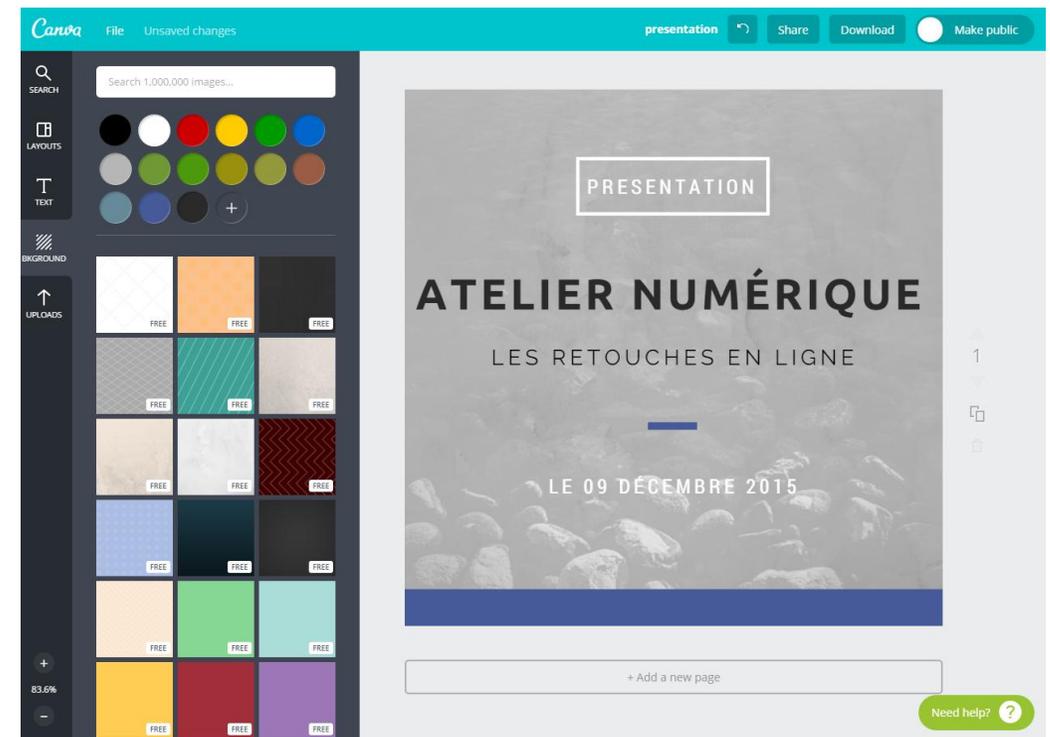
Fotor

[www.fotor.com/fr](http://www.fotor.com/fr)



Canva

[www.canva.com](http://www.canva.com)



# FORMATS ET REDIMENSIONNEMENT

## Les formats

- Pour l'édition, une image de qualité: JPEG
- Pour une image comprenant du texte : PNG
- Pour une icône, un logo: PNG / GIF

### Taille des photos sur les réseaux sociaux

#### Facebook

Profil: 180 x 180 pixels

Couverture: 851 x 315

Image partagée: 1200 x 900

#### Instagram

640 x 640 pixels

## Optimiser le poids de son image sur le web

- **La compression** d'une image permet de rendre celle-ci plus légère en conservant les mêmes dimensions. La compression d'une image JPEG peut être destructrice pour sa qualité.
- **Le redimensionnement**

# DIFFUSION DE SES PHOTOS

**1) Le stockage**

**2) Les moyens de partage et d'utilisation**

# STOCKAGE EN LIGNE

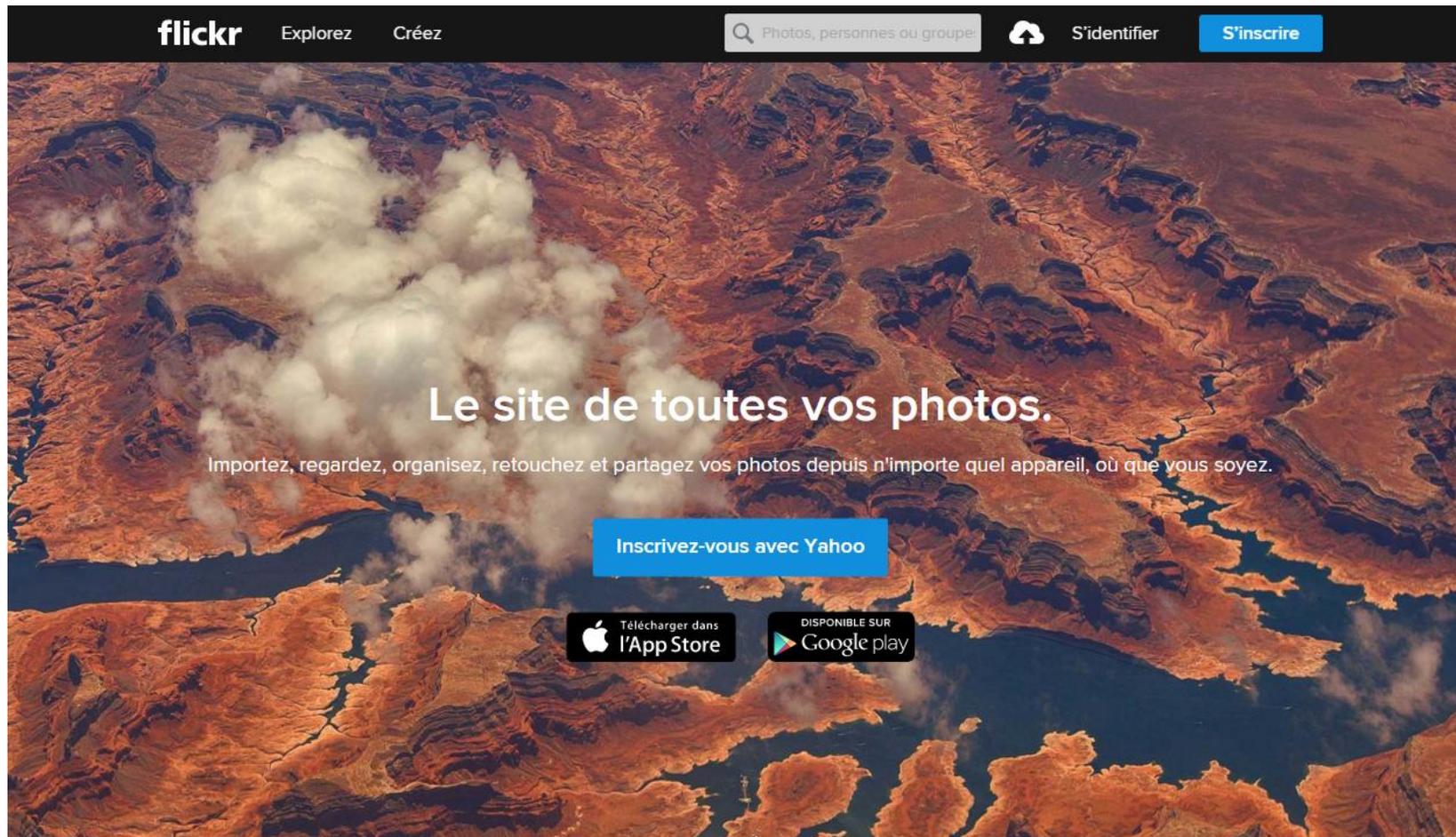
- Il s'agit d'augmenter sa visibilité en sauvegardant toutes ses photos en ligne dans un même endroit. Les sites de stockage en ligne permettent également le partage vers les réseaux sociaux
- Les sites de stockage en ligne: Google Photos, Flickr, Picasa, Hubic...



« Créez votre photothèque en ligne et donnez une visibilité publique à vos photos »

# FLICKR

[www.flickr.com](http://www.flickr.com)



- Application mobile disponible
- Nombreuses possibilités de partage et statistiques du compte

# LES RESEAUX SOCIAUX

## 100% IMAGES



- Instagram est une application et un service de partage de photos et de vidéos et d'y appliquer des filtres et d'ajouter des légendes. Il est disponible sur **plateformes mobiles**.



- Pinterest est un réseau social axé sur le partage de photographies. Il permet à ses utilisateurs de partager leurs centres d'intérêt, passions, hobbies à travers des albums de photographies. Il ne permet pas la création et l'édition de photos

## Au service du tourisme...

- Le secteur d'activité le plus attractif sur Instagram en France:

Tourisme/Voyages à 45%

- Instagram est **un réseau d'influence**.

47% des utilisateurs français d'Instagram se sont déjà rendus à un endroit suite à une photo publiée par un de leurs amis.

- Un réseau social très actif qui permet:
  - d'augmenter sa visibilité et sa présence auprès des voyageurs connectés
  - d'améliorer sa relation avec son public cible

# Instagram

Nom d'utilisateur

Mot de passe

Connexion

Informations de connexion oubliées ? **Obtenez de l'aide** pour vous connecter.

OU

 **Se connecter avec Facebook**

Vous n'avez pas de compte ? **Inscrivez-vous.**

# INSTAGRAM

[www.instagram.com](http://www.instagram.com)



tourismeloiret **ABONNÉ(E)** ▼

Tourisme loiret Découvrez le compte officiel de l'Agence de Développement et de Réservation Touristiques du Loiret et partagez avec nous vos photos :  
#tourismeloiret [www.tourismeloiret.com/](http://www.tourismeloiret.com/)

93 publications 354 abonnés 634 suivis



# GRAMBLR

## L'alternative « Gramblr »



- Gramblr est un logiciel gratuit permettant de poster vos photos et vidéos Instagram depuis votre ordinateur sans avoir besoin d'utiliser un smartphone





[Se connecter](#)

## Il a utilisé Pinterest pour une recherche approfondie

Rejoignez Pinterest pour trouver et mettre de côté tout ce qui vous inspire.




Continuer avec Facebook

ou

**S'inscrire**

La création d'un compte signifie que vous acceptez les conditions d'utilisation, la politique de confidentialité et l'utilisation des cookies de Pinterest.

**50+** milliards d'épingles à découvrir

**15** secondes pour s'inscrire (c'est gratuit !)

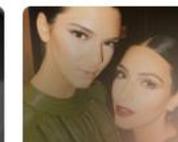
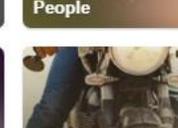
# PINTEREST

[fr.pinterest.com](http://fr.pinterest.com)

Étape 1/2

**Abonnez-vous à 5 thèmes**

Nous configurons une page d'accueil personnalisée rien que pour vous !

 Graphisme Et Web Design	 Histoire	 Jardinage	 Mariages	 Mode Femme
 Mode Homme	 Noël Fêtes Et Jours Fériés	 Photographie	 People	 Produits Et Technologie
 SPORT				

Terminé

# LES HASHTAGS

# = hastag = « mot dièse » : il s'agit du symbole # suivi d'un **mot clé**, tag, ou étiquette, qui se transforme en lien hypertexte.

Sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, Google+), le hashtag permet de mettre en relation plusieurs utilisateurs autour d'un thème et permet de se faire connaître, **d'être visible et intégré au sein d'une communauté.**

Chaque secteur d'activité possède ses hashtags dédiés. Ils sont souvent déclinés en anglais.

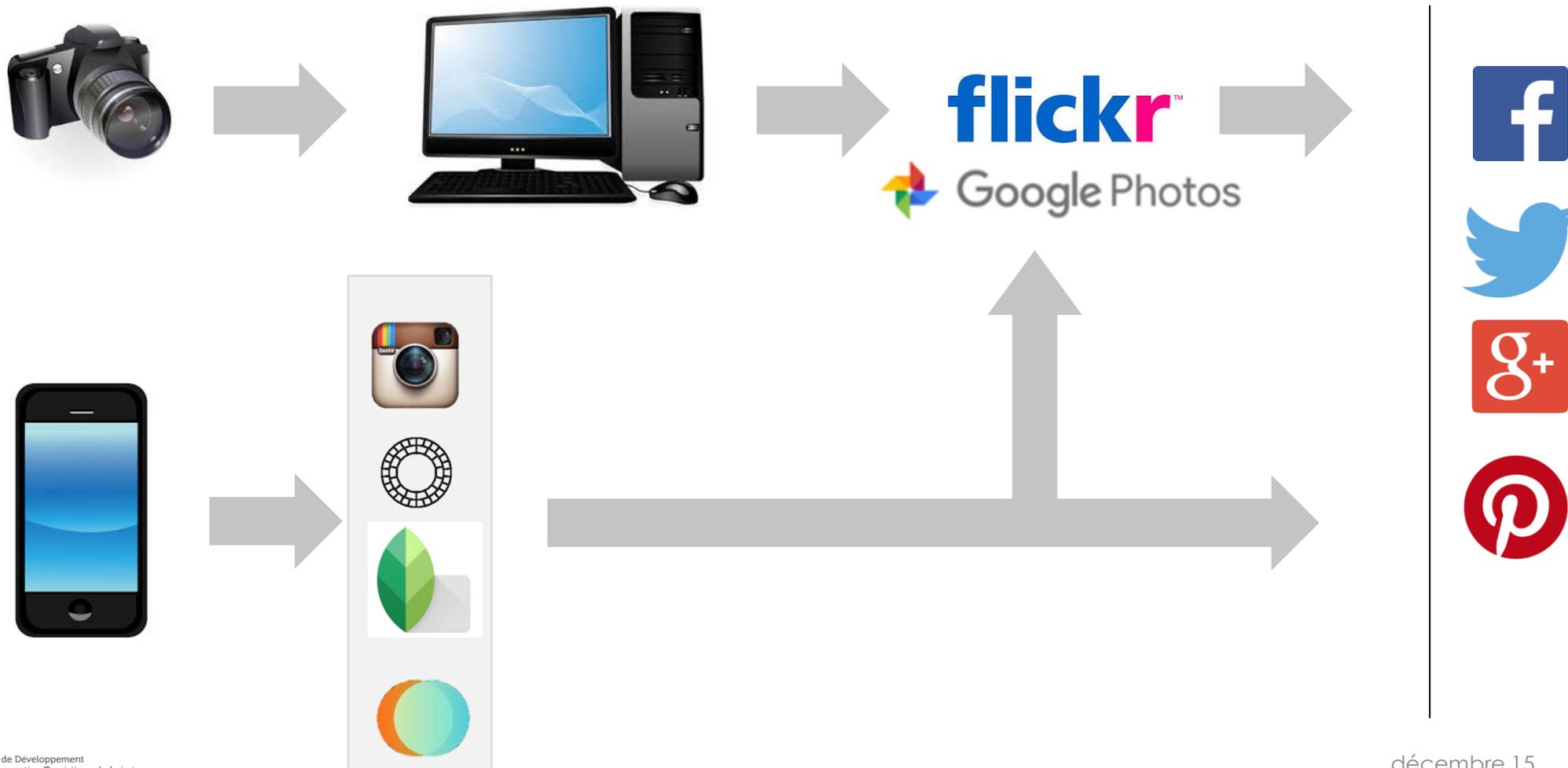
**Limitez-vous à 8-12 hastags !**



♥ 53 J'aime

[tourismeloiret](#) [#TOURISMELOIRET](#) - on voit la vie en rose avec le Château de Meung-sur-Loire  
[#tourisme](#) [#loiret](#) [#tourismeloiret](#) [#chateau](#)  
[#renaissance](#) [#meungsurloire](#) [#lovely](#) [#medieval](#)  
[#beautiful](#) [#nice](#) [#fontaine](#) [#architecture](#) [#histoire](#)

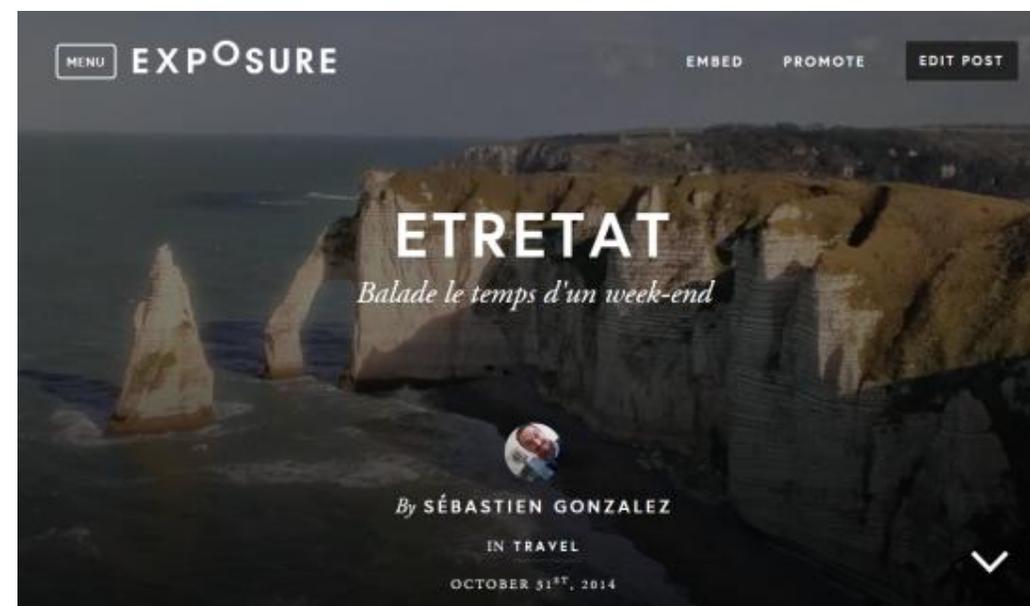
# EN RÉSUMÉ



# STORYTELLING PHOTOGRAPHY

[www.exposure.co](http://www.exposure.co)

- Le storytelling est une technique de communication qui consiste littéralement à **«raconter des histoires»**.
- L'objectif du storytelling est de nourrir la relation entre une destination et/ou un acteur du tourisme et ses touristes en apportant du concret, des situations, des expériences.
- Le storytelling peut permettre de **promouvoir une destination** en racontant les différentes expériences à vivre et émotions que pourra ressentir le voyageur.





# MERCI!

Et au plaisir de vous retrouver sur un prochain atelier!