

Quand le Marina plage se met à l'heure du web 2.0

Le camping vitrollais reçoit tout l'été la youtubeuse Mava Chou qui va faire vivre aux internautes son quotidien au sein de la structure de vacances

Marc Rosolini, directeur du Marina Plage, s'interrogeait depuis quelque temps sur un moyen de communication lié à notre époque et celle d'internet : "J'ai observé mes enfants qui passent beaucoup de temps à s'informer sur la plateforme YouTube et j'ai pensé que ce serait une bonne idée de communiquer sur cette forme moderne et qui prend le pas sur la communication traditionnelle. À travers une agence spécialisée qui a fait une recherche, nous sommes tombés d'accord avec Mava Chou et Cat Catounette pour les accueillir une semaine au Marina. Ce sera une manière rafraîchissante et originale de communiquer sur notre établissement."

Maéva Channel est âgée de 28 ans, mère de 4 enfants de 2 à 8 ans, 2 garçons et 2 filles. D'origine suisse, de Genève, elle est venue rejoindre son mari Adrien près de Metz. En 2014, tous les deux créent leur propre entreprise de marketing et d'informatique : "Il y a deux ans et demi, j'ai lancé ma première vidéo sur YouTube qui donnait des conseils sur les végétures de grossesse, rien à voir avec ce que je fais aujourd'hui. Ne connaissant pratiquement personne en Lorraine à part la famille de mon mari, enceinte de mon quatrième enfant, il m'a conseillé pour m'occuper de me lancer dans les conseils pour l'éducation des enfants. J'ai commencé à filmer des 'morning routines' puis des 'night routines' pour expliquer tout simplement ma vie le matin et le soir."

110 000 followers

Petit à petit, ce sont des vidéos quotidiennes qu'elle a postées sur sa chaîne, passant du plan fixe initial à la caméra qu'elle promène désormais un peu partout toute la journée : "Je sélectionne environ 20 minutes de ma journée et ma chaîne a explosé puisque ce sont plus de 110 000 personnes qui



Cet été, c'est la youtubeuse Mava Chou qui va investir le camping Marina plage. L'occasion de braquer les projecteurs sur Vitrolles avec 110 000 followers qui suivent la jeune femme au quotidien. /PHOTO B.BU

me suivent sur tous les supports de réseaux sociaux."

C'est Adrien qui gère l'entreprise depuis qu'elle est devenue youtubeuse, activité qui lui prend énormément de temps entre le montage des vidéos et les messages, n'ayant pas d'horaires fixes, ni dimanches, ni jours fériés, ni week-ends. Maéva a donc répondu à un mail qui proposait un concours avec tirage au sort pour gagner une semaine offerte dans un camping et elle a eu la chance d'être retenue avec une collègue qui viendra quelques jours après elle au Marina.

En échange, elle présente le camping à sa communauté, un échange de bons procédés, n'étant pas rémunérée. Elle filme tous les jours ce qu'elle vit au camping avec sa famille en donnant son avis d'utilisatrice. Dans le monde de YouTube,

elle avoue qu'il y a beaucoup d'hypocrisie et de nombreux youtubeurs se font acheter. "Pour moi, la confiance est essentielle dans la relation avec ceux qui me suivent et je ne veux pas la ruiner en transformant la réalité. Ce ne sont pas des mobile homes neufs mais ils sont en très bon état et en même temps, on ne passe pas ses vacances dans le bungalow. À mille euros la semaine, ça reste très abordable au vu des prestations annexes qui sont proposées et on ne peut pas avoir en plus une piscine et un kinder surprise, il faut rester cohérent" affirme Maéva avec un large sourire.

Décrypter son expérience

Elle reste à l'écoute des clients qui se plaignent l'un des petits cailloux qui font mal aux pieds, l'autre des algues au bord de la plage : "On trouve

toujours quelque chose à redire, c'est humain, mais il faut savoir se contenter de ce qu'on nous propose. Au Marina, toutes les activités sont totalement gratuites et nombreuses, ça doit entrer en ligne de compte dans l'analyse globale."

Maéva est très heureuse de vivre de sa passion, même si souvent elle se contente d'un Smic que lui alloue Youtube, indemnité liée en fonction des annonceurs de la chaîne. "C'est au niveau des partenariats que ça peut devenir intéressant financièrement, en plus d'un cadeau, on est payé parce que derrière il y a une audience importante et ça me paraît normal d'être rémunérée. Je ne veux cependant pas être une publicité ambulante, raison pour laquelle je filtre énormément mes partenariats."

B.BU