



BFM BUSINESS ▶ Entreprise ▶ Luxe, Tourisme

# Pourquoi les "jobs de rêve" se multiplient

© 28/03/2017 à 16h19

Être payé pour voyager et poster des photos sur les réseaux sociaux... C'est avec ce type d'offres mirifiques que de nombreux acteurs du tourisme attirent l'attention d'un large public. Une pub à bon compte, mais pas seulement.

Depuis quelques années, les propositions de "jobs de rêve" se multiplient. Le dernier en date est signé Sejourning, un site du groupe E-loue qui propose des locations de logements entre particuliers. Il s'agit d'un CDD de 3 mois plutôt bien payé: "La mission, rémunérée 3.333 euros bruts par mois, consiste à partir en vacances partout en France à partir du 1<sup>er</sup> mai pendant 3 mois", précise dans un communiqué [Sejourning](#).

Le but est de tester les logements du site, les noter, poster des photos et rédiger des articles pour le blog du site. "Les destinations seront révélées au dernier moment. La durée du séjour dans chaque destination n'excédera pas une semaine. Le transport entre les différents lieux est intégralement pris en charge par Sejourning", ajoute l'entreprise. Les candidats intéressés ont jusqu'au 20 avril.

## Créer le buzz

Quel est intérêt, pour ces entreprises, de monter ce type d'opérations? Pour certaines, comme Sejourning ou Thirdhome, il s'agit en premier lieu de faire tester leurs propres produits, en l'occurrence des logements. Elles pourraient tout simplement passer par ce qu'on appelle dans le jargon des "clients mystères" mais "ça serait hors budget pour elles", nous explique Aurélien Daussy, directeur de Qualivox, une entreprise spécialisée dans l'évaluation de la satisfaction clientèle. "Là il y a un client qui voyage un peu partout dans le monde. Si elles passaient par un client mystère classique, il faudrait une équipe de prestataires dans chaque ville du monde où il y a une maison testée. Ce ne serait pas rentable".

Pour d'autres, on peut imaginer que le but est de collecter des données. Pour postuler, les entreprises demandent aux candidats "de parler de votre lieu préféré" (Busabout), "faire preuve de créativité" (Thirdhome), "présenter ses motivations" (Sejourning). Les entreprises récoltent ainsi des informations sur de potentiels clients, sur leurs centres d'intérêts, sur leurs attentes. Marine de Baillenx, chargée des relations presse à la Cnil, rappelle que "s'il y a collecte de données, il importe cependant d'informer les personnes sur l'utilisation qui en sera faite, notamment si c'est pour un autre usage que celui pour lequel elles sont collectées initialement".

Si cet emploi est effectivement de nature à séduire un grand nombre de candidats, d'autres pourraient également prétendre au titre de "meilleur job du monde". Ainsi, la semaine dernière, Thirdhome, une entreprise spécialisée dans la location de maisons de luxe partout dans le monde a bien fait parler d'elle avec **une offre encore plus idyllique**. Pour 10.000 dollars par mois (9.200 euros), elle propose à un heureux élu de tester ses villas de luxe en Australie, au Mexique ou encore à Hawaï tous frais payés. En échange, il faudra "raconter des histoires et faire rêver les followers sur les réseaux sociaux". Les candidats ont jusqu'au 30 mars pour postuler.

Depuis le début de l'année, d'autres entreprises se sont lancées sur ce créneau. **L'agence de voyages Marco Vasco** propose de partir autour du monde pendant 12 mois payé au Smic (tous les frais de voyage sont remboursés) pour réaliser des vidéos et alimenter les réseaux sociaux. **Busabout cherche deux personnes** pour un tour d'Europe. **World of Beer**, une entreprise américaine de bières artisanales offre, elle, un tour du monde pour tester les différents nectars de houblon. Là encore, il faudra raconter ses aventures.

Et enfin, ces annonceurs profitent, ce faisant, d'une communication à moindre coût. Ces opérations génèrent un large bouche-à-oreille dont la performance est supérieure à une campagne de pub traditionnelle. Par exemple, en 2009, l'office du tourisme du Queensland en Australie a lancé sa première offre intitulée "**Best Job in the World**". Puis elle a réitéré l'expérience en 2013. Elle a reçu au total 620.000 demandes de plus de 196 pays. Un bon moyen de faire découvrir cette région partout dans le monde.