
**Etat de l'influence
Marketing sur Instagram
en France en 2019**





- 3** Introduction
- 5** Chapitre I : Etat des lieux de l'influence sur Instagram en France
- 11** Chapitre II : Performance et Benchmarks de l'influence sur Instagram
- 17** Chapitre III : La fraude sur Instagram en France
- 32** Chapitre IV : Performance des posts liés aux marques
- 37** Méthodologie
- 38** Contacts

Introduction

De plus en plus de marques essaient de faire croître leur présence sur Instagram via des influenceurs. L'influence marketing devient toujours plus concurrentielle. La connaissance des data rend les marketeurs plus performants que leurs concurrents en leur permettant de choisir les bons influenceurs et de définir les stratégies les plus efficaces.

HypeAuditor et **Influence4You** se sont associés dans cette étude pour apporter les analyses et benchmarks les plus pertinents et utiles pour les marketeurs notamment en abordant le sujet sensible de la fraude ou des pratiques parfois douteuses des influenceurs... . Le but est de leur permettre de travailler avec les influenceurs les plus pertinents, les plus engageants et les plus professionnels.



Cette étude a été faite en collaboration avec



HypeAuditor

HypeAuditor est un outil analytique sur Instagram basé sur l'Intelligence Artificielle. Il permet de déterminer l'audience des influenceurs, améliorer le ROI des annonceurs et garantir l'authenticité des audiences. Il fournit un standard des statistiques sur Instagram en apportant la donnée la plus complète et pertinente.

HypeAuditor utilise le machine learning pour identifier des modèles de comportement, identifier les fake followers et l'engagement des audiences des influenceurs.

HypeAuditor représente les communautés à travers des analyses démographiques et compare les influenceurs ayant des tailles d'audiences similaires.



Influence4You

Basée à Paris depuis 2012, les 45 experts d'Influence4You ont mené plus de 5000 campagnes de micro et macro influence dans le monde.

La plateforme SAAS influence4you.com permet aux marques et agences de gérer leurs campagnes d'influence marketing, choisir leurs influenceurs et identifier les fake followers par l'intégration directe de HypeAuditor, et surtout avoir des rapports de campagnes en temps réel. Le benchmark indépendant de l'agence Grizzlead a identifié Influence4You comme la plateforme la plus complète et efficace du marché.

Influence4You a collaboré avec des marques comme Jaguar, Haribo, The Body Shop, Tissot, Microsoft et des milliers d'autres pour des opérations créatives avec des top influenceurs.



Chapitre I

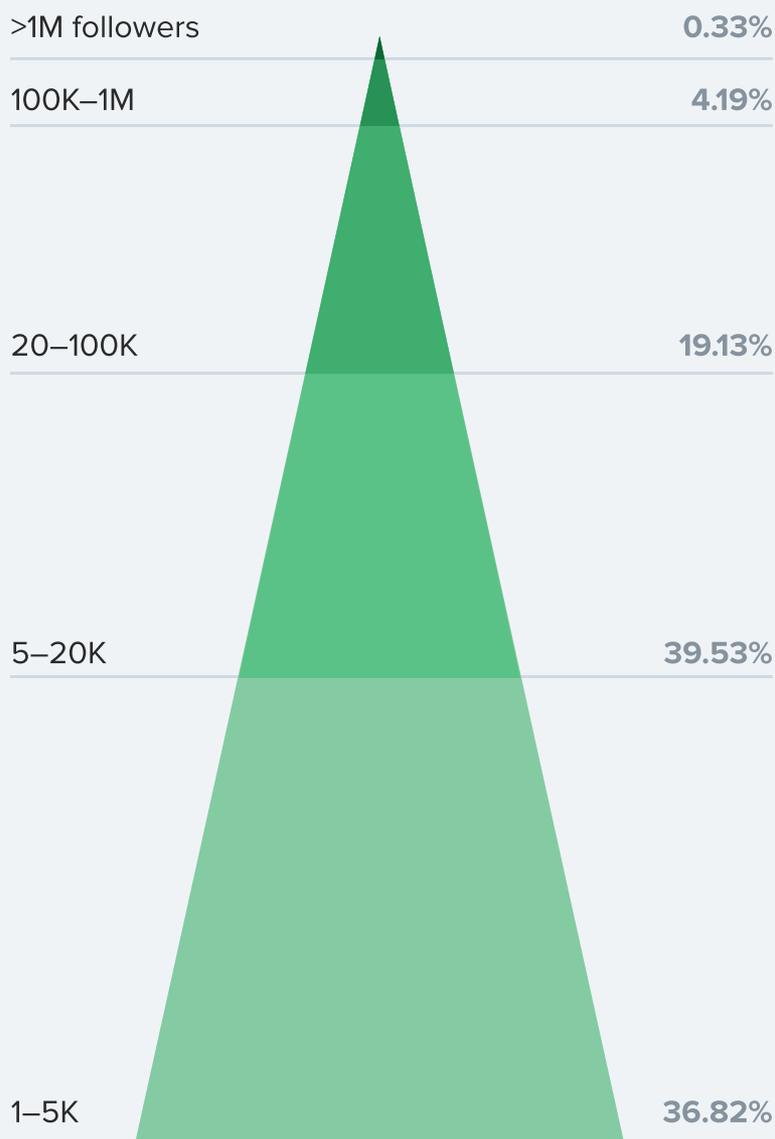
Etat des lieux de l'influence sur Instagram en France

Qui sont les influenceurs aujourd'hui ?

Nous avons segmenté la population des influenceurs en 5 catégories différentes en fonction de leur nombre de followers sur Instagram

Le nombre de Macro et Mega-influenceurs est limité. Si vous souhaitez augmenter le reach global de vos campagnes d'influence marketing, il est souvent utile de vous tourner vers les Micro and Mid-tier influenceurs.

Les marques ont souvent tendance à sous-estimer les influenceurs avec de faibles audiences. En vous tournant vers ce type d'influenceurs et ayant des stratégies industrielles, vous pouvez facilement en faire un avantage compétitif.



▲ Mega-influenceurs & Celebrités

Au delà de 1M followers

Ils ont souvent une audience variée avec plusieurs centres d'intérêt. La relation avec leur grande communauté est nécessairement plus distante que les autres groupes d'influenceurs. Ils ont un reach important, mais souvent un degré de confiance plus faible.

▲ Macro-influenceurs

100K-1M followers

Ils sont reconnus au sein de leur communauté / thématique et sont parfois des référents de leur secteur. Leur contenu est très qualitatif et souvent réalisé avec passion et expertise.

▲ Mid-tier influenceurs

20K-100K followers

▲ Micro-influenceurs

5K-20K followers

Ils ont des audiences de niche et sont hautement engagés avec leur communauté.

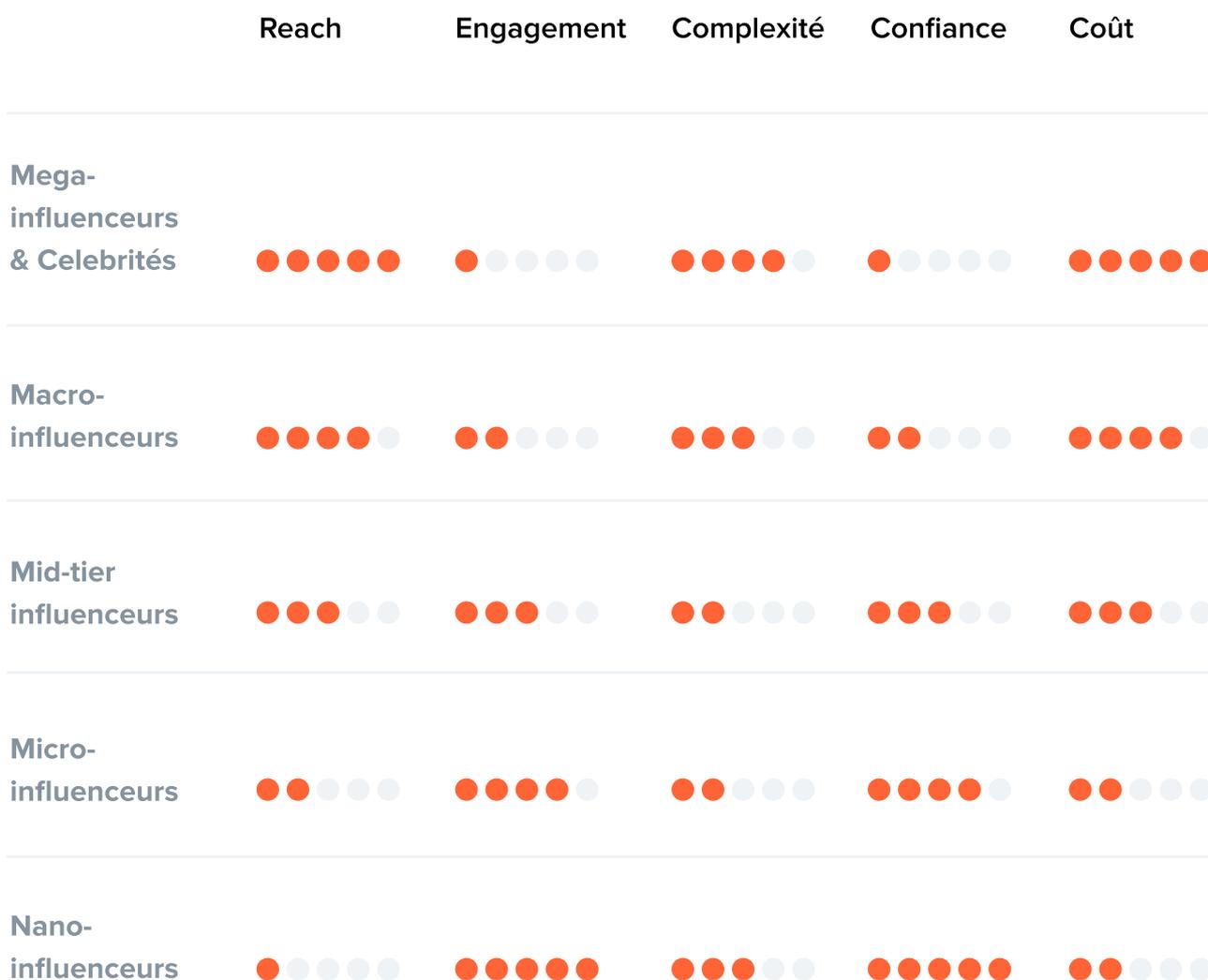
Les micro influenceurs se retrouvent dans de nombreux secteurs comme la mode, la beauté, le food, le fitness et le sport, entrepreneuriat, l'humour ... pour évoquer les catégories les plus importantes.

▲ Brand Advocates ou nano-influenceurs

1K-5K followers

Ce sont des consommateurs réguliers et passionnés qui aiment partager leur passion, même si leur influence reste quantitativement très faible.

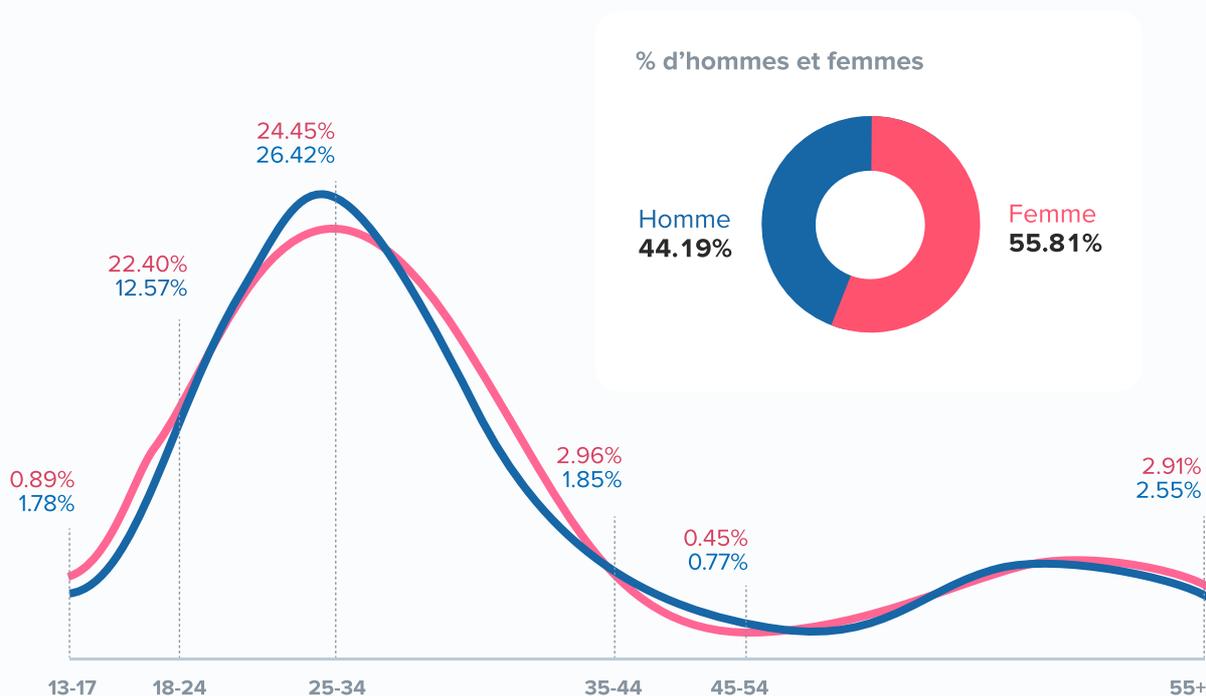
Spécificités des différents influenceurs





Qui sont les influenceurs?

Le profil type de l'influenceur en France est une femme de 18 à 34 ans...



% d'hommes et femmes d'influenceurs réparti par tranche d'âge



Enseignements clés pour les marketeurs

Une bonne façon de faire des campagnes d'influence marketing optimales est de trouver le mix intelligent d'influenceurs pour votre marque (notamment selon la taille d'audience, l'âge ou le sexe).

Lorsque l'on pense "Marketing d'Influence", on imagine souvent des mega influenceurs connus qui drainent des audiences massives et peuvent apporter beaucoup de trafic et ventes aux marques. Maintenant ces derniers ont compris leur pouvoir media et demandent souvent des budgets très importants.

Si votre objectif est d'atteindre un reach important mais à un coût raisonnable, il est sans doute utile d'étudier une stratégie avec des micro et middle influenceurs avec une approche outillée... et en ayant une visibilité sur les vrais profils.



Chapitre II

Performance et Benchmarks de l'influence sur Instagram



Le taux d'engagement sur Instagram

Pour beaucoup de marketeurs, le taux d'engagement est la mesure la plus importante pour mesurer la reconnaissance et l'attachement à une marque. Qu'est-ce que cela signifie exactement ?

Qu'est-ce que le taux d'engagement?

Le taux d'engagement (Engagement Rate - ER - en anglais) est communément utilisé comme l'indicateur clé de succès sur Instagram pour mesurer notamment si un influenceur engage (ou connecte) sa communauté.

Un contenu très engageant avec de nombreux likes et commentaires augmente en particulier les chances d'apparaître organiquement dans le feed Instagram de la communauté (et ainsi - au delà de l'engagement proprement dit - d'augmenter la portée des posts).

Comment calculer un taux d'Engagement?

$$\text{ER Engagement Rate} = \frac{\text{Likes} + \text{Comments}}{\text{Followers}} \times 100$$

The diagram illustrates the formula for calculating the Engagement Rate (ER). On the left, a large light blue circle contains the letters 'ER' in orange, with 'Engagement Rate' written below it. To the right of this circle is an equals sign. Further right, there is a fraction. The numerator consists of two light blue circles: the first contains an orange thumbs-up icon labeled 'Likes', and the second contains an orange speech bubble icon labeled 'Comments', with a plus sign between them. A horizontal red line is drawn under the entire numerator. Below the line is a light blue circle containing an orange icon of three people labeled 'Followers'. To the right of the fraction is 'x 100'.



Taux d'engagement moyen par segment d'influenceurs

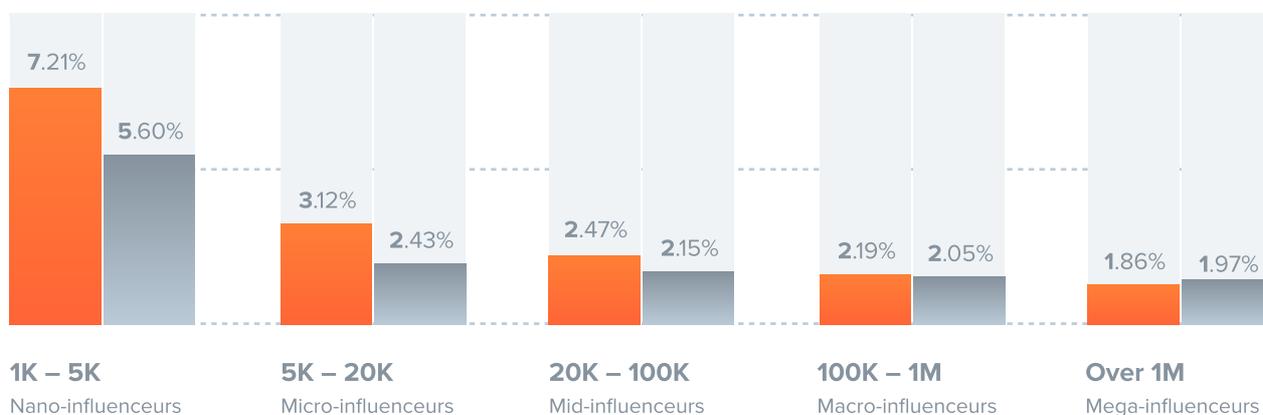
Nous pensons chez Influence4You et HypeAuditor que le taux d'engagement n'est pas un indicateur universel mais doit notamment être considéré relativement au segment d'influenceurs (voire à sa thématique éditoriale).

A noter que le taux d'engagement moyen en France est 19% plus important que la moyenne mondiale !! Pas mal non?

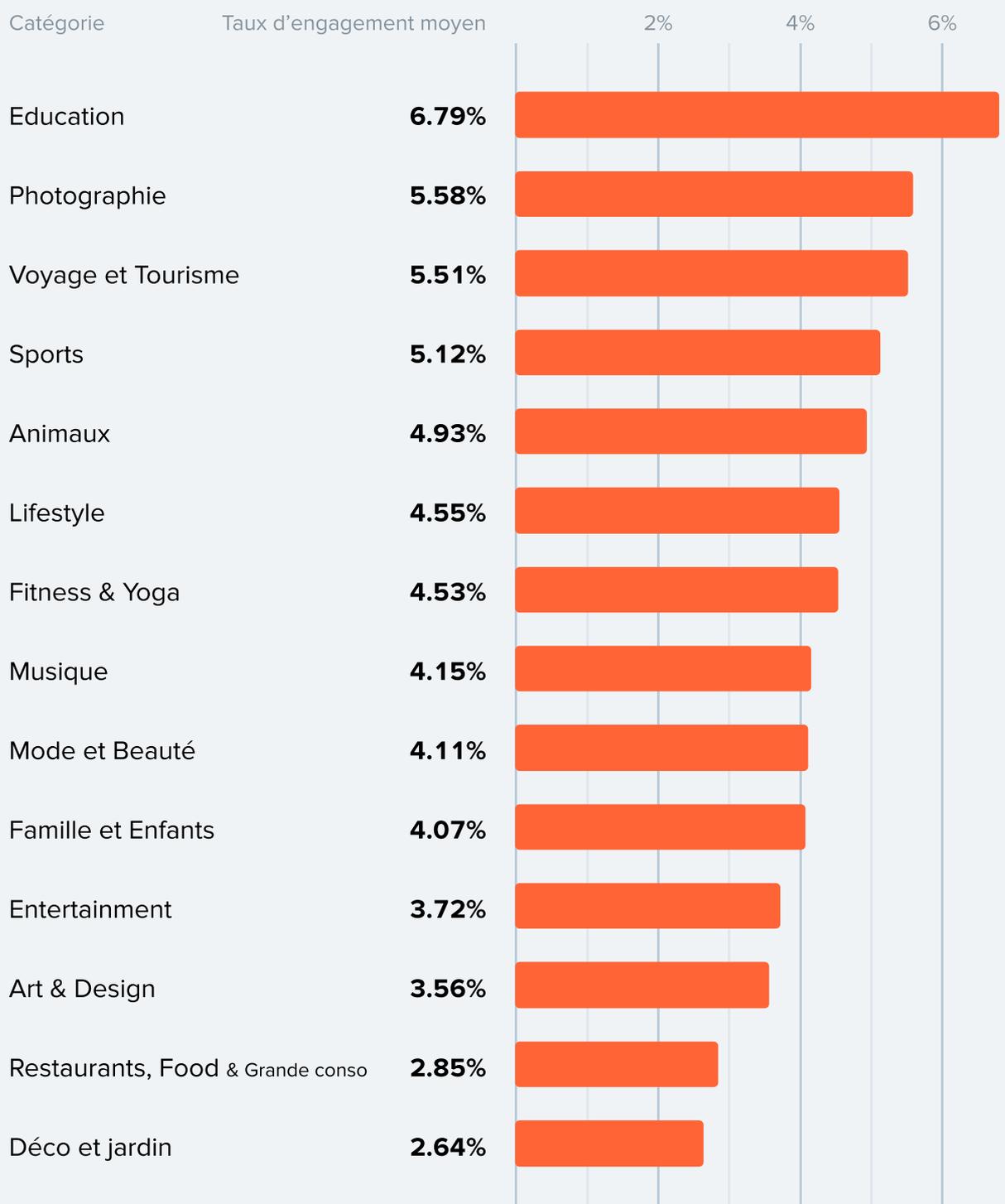
Les Nano et Micro influenceurs ont une connexion plus forte avec leur communauté et en conséquence leur taux d'engagement est significativement plus élevé (et donc aussi indirectement leur portée relative). Ainsi faire 10 posts avec des influenceurs de 10.000 abonnés aura sans doute un engagement et une portée plus importante que 1 post avec un influenceur de 100.000 abonnés.

Taux d'engagement moyen par segment d'influenceurs

ER France ER Worldwide



Taux d'engagement moyen par catégorie éditoriale





Nombre d'interactions moyen par post par catégorie d'influenceur

Le nombre de likes ou commentaires en valeur absolue n'a pas de sens si on ne l'analyse pas par catégorie d'influenceurs.

Maintenant il est intéressant de regarder le ratio commentaires / like qui là encore croît inversement à la catégorie d'influenceurs. Ce ratio est intéressant pour évaluer à quel point l'audience d'un influenceur est impliquée dans le dialogue autour du post.

Nombre de followers	1K-5K	5K-20K	20K-100K	100K-1M	>1M
👍 Likes moyens	146	342	883	4,1K	34,9K
💬 Commentaires	4	5	10	38	221
Ratio commentaires/likes	2.7	1.5	1.1	0.9	0.6



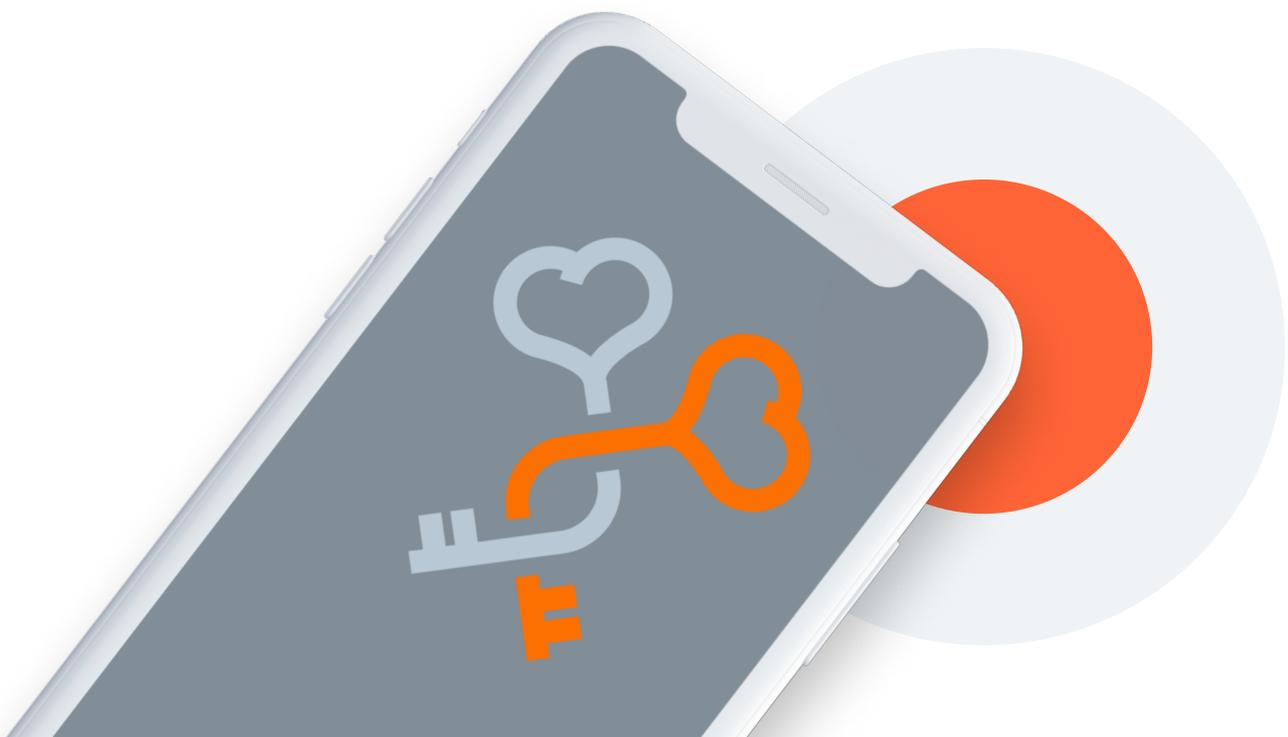
✔ Enseignements clés pour les marketeurs

Le taux d'engagement est une excellente métrique pour analyser à quel point les audiences des influenceurs sont engagées et actives et réagissent sur vos posts sponsorisés ou mentionnant des marques. C'est un outil très utile s'il est utilisé de la bonne façon.

Notamment vous pouvez utiliser le taux d'engagement pour comparer les posts des influenceurs entre eux et identifier les types de publications qui fonctionnent le mieux. La règle principale ici est de bien comparer des publications d'influenceurs de la même catégorie en terme de nombre de followers.

Les Nano et Micro influenceurs ont établi des relations fortes avec leur audience car ils peuvent communiquer en One to one avec leurs abonnés ce qui développe l'intimité. En conséquence leur taux d'engagement est naturellement plus important.

Dernier point enfin : certains sujets thématiques développent plus d'engagement que d'autres. A garder en tête aussi si vous voulez comparer des taux d'engagement sur des sujets différents.





Chapitre III

La fraude sur Instagram en France



La fraude, est-ce un vrai sujet ?



Le marketing d'influence est estimé entre 5 et 10 Mds \$ en 2020, mais des études ont montré qu'un grand nombre d'influenceurs ont manipulé leurs chiffres d'audience et d'engagement.

La croissance du marché est directement liée à la valeur du coût par post... Combien est valorisé un post d'influenceur en fonction du nombre de followers ou de likes ? En se posant la question ainsi, on comprend pourquoi la fraude sur le nombre de followers ou de likes devient un vrai sujet. La fraude des influenceurs ou les pratiques "border line" ne sont pas rares et impactent le marketing d'influence dans tous les pays.

Qu'en est-il de la Fraude en France ? Nous allons le voir si-après !



Qu'entend-on par "Fraude" pour les influenceurs ?

La croissance organique sur Instagram est un processus long et aléatoire. Tous les influenceurs ne sont pas prêts à investir leur temps pour cela.

D'un autre côté il existe de nombreux services qui proposent d'acheter des followers ou des likes ou commentaires à des prix défiant toute concurrence. La tentation est forte car c'est assez facile et les enjeux sont importants d'autant que les marques paient souvent le prix des posts relativement au nombre de followers ou à l'engagement. Certains parlent de pratiques "border line".

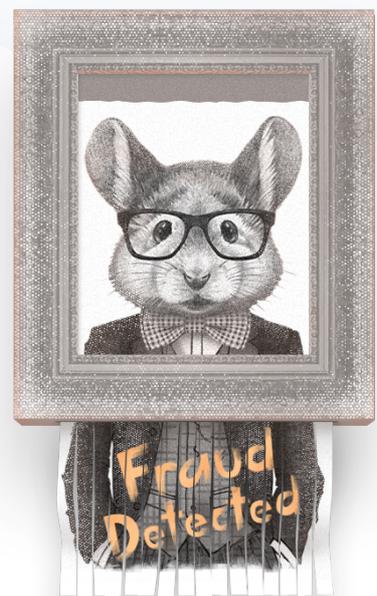
De notre côté, nous allons carrément parler de fraude car ces pratiques dupent les annonceurs qui perdent leur temps et argent avec ces "pseudo" influenceurs peu scrupuleux. Nous verrons ensuite qu'il faudra prendre du recul sur l'analyse des profils et notamment certaines fraudes ne sont pas liées à l'influenceur mais liées directement par d'autres pratiques externes à lui sur Instagram. Si les chiffres sont faussés, ce n'est pas forcément (et heureusement) dû aux influenceurs.



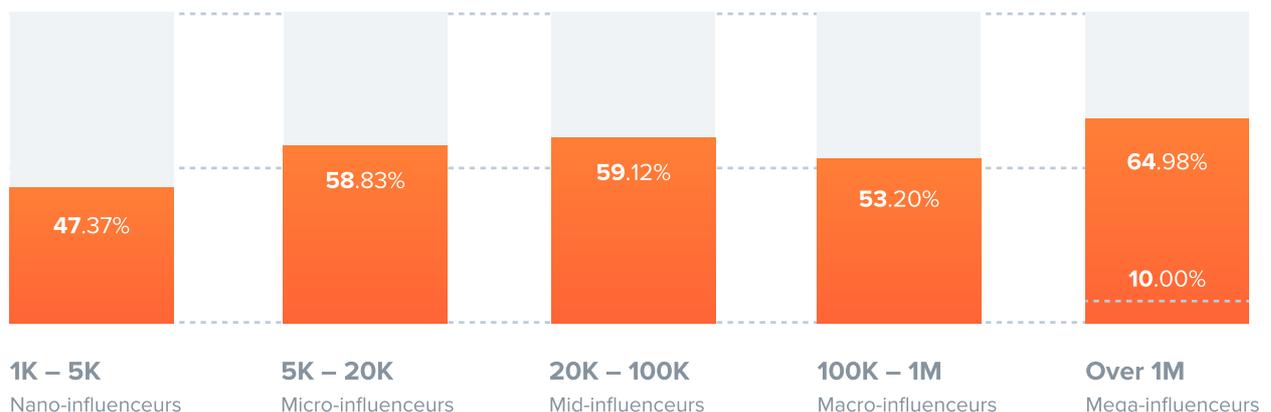
Combien d'influenceurs sont impactés par des chiffres gonflés ?

De nombreux influenceurs ont des chiffres gonflés que ce soit volontairement ou involontairement. Ceux au dessus de 5 k followers ont souvent compris les enjeux (notamment financiers) de cette corrélation et ont davantage lancé des démarches d'augmentation de leurs métriques de manière non naturelle.

En regardant de plus près la catégorie la plus importante des mega influenceurs et célébrités, 10% ont vraiment intentionnellement augmenté leurs chiffres, mais en tout 65% ont des chiffres gonflés par le SPAM (notamment des robots qui suivent les comptes les plus importants). Donc oui, une grande partie des influenceurs ont des chiffres artificiellement gonflés, mais il faut regarder plus en détail la cause et surtout le pourcentage de "d'augmentation" artificiel des chiffres, car un influenceur avec des chiffres un peu gonflé n'est pas forcément un mauvais influenceur et encore moins un fraudeur volontaire. Il faut des outils (comme HypeAuditor directement intégré à Influence4You) pour identifier cela.



Influenceurs impactés par des chiffres volontairement ou involontairement gonflés





Comment les fraudeurs font-il pour augmenter leurs chiffres?

Parmi les techniques les plus courantes on trouve :

Acheter des followers



Follow/unfollow



Acheter des likes et commentaires



Acheter des vues de stories



Les "comment pods"



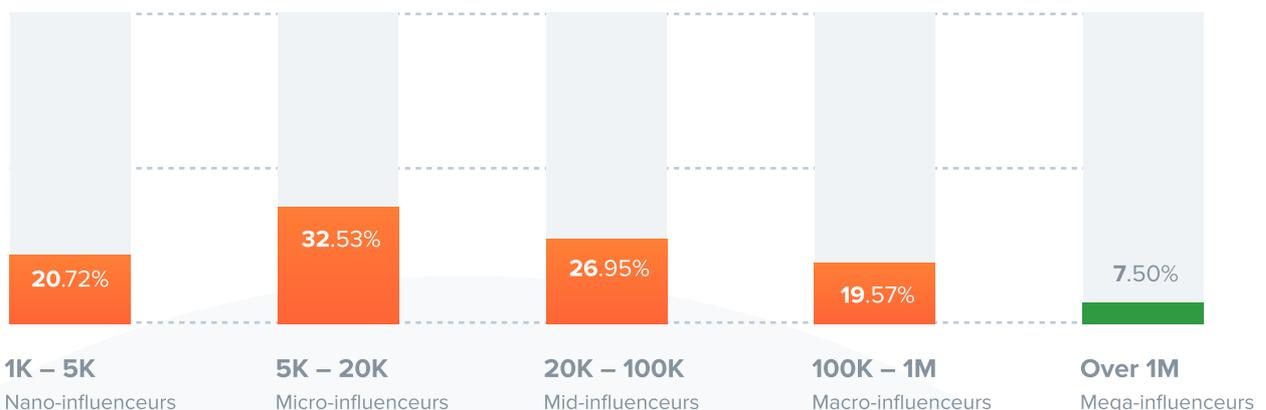


Combien d'influenceurs achètent des followers ?

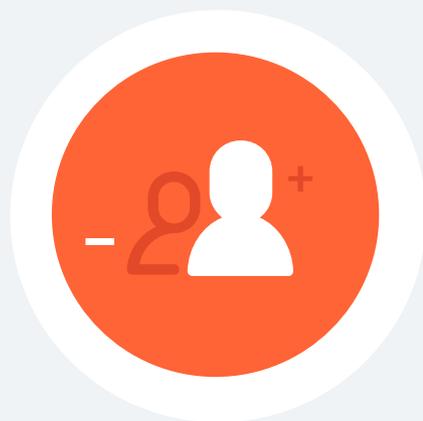
La façon la plus facile et rapide pour augmenter son nombre de followers est de les acheter. Plus de **32%** des influenceurs de **5K-20K followers** et **26%** de ceux qui ont entre **20K and 100K followers** achètent ou ont acheté des followers. Après la question est de savoir quel est le pourcentage des faux followers parmi toute leur audience.

Ce nombre est très élevé et vous pouvez éviter de travailler avec des influenceurs de ce type en vérifiant via des outils (comme HypeAuditor directement intégré à Influence4You) cela avant de les sélectionner.

Pourcentage d'influenceurs ayant acheté des followers



Follow/Unfollow

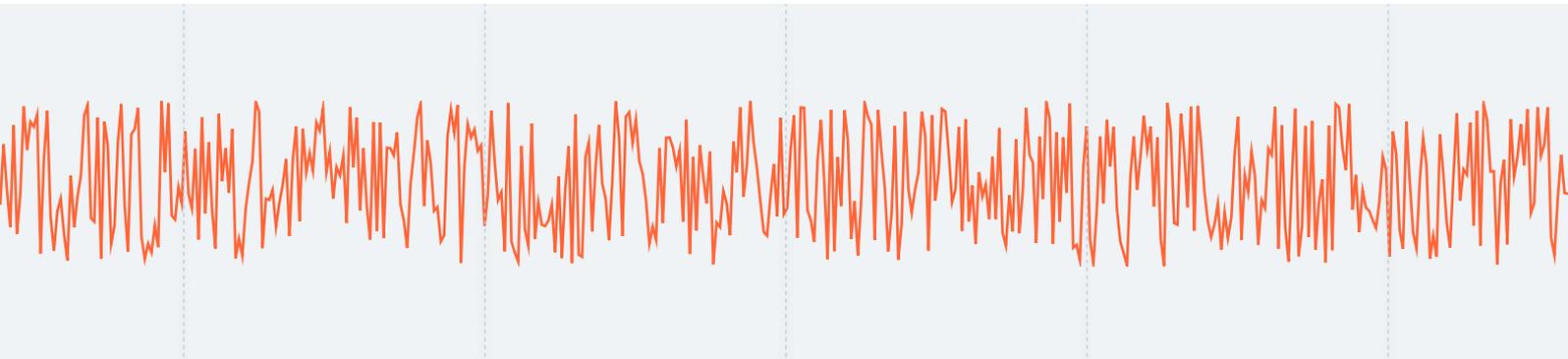


Qu'est-ce que le Follow/Unfollow sur Instagram?

Le Follow/Unfollow ou aussi le “mass following” est communément utilisé par les influenceurs pour trouver artificiellement de nouveaux followers. La mécanique est simple :

- 🔥 Un influenceur like votre compte ou un de vos posts ou laisse un commentaire
- 🔥 En conséquence vous recevez une notification et comme l'influenceur a été sympa, vous le suivez en retour
- 🔥 Mais comme cela ne fait pas bien de suivre trop de monde, alors l'influenceur vous unfollow quelques jours après... mais lui vous garde précieusement comme nouvel abonné.

Ces influenceurs qui utilisent cette technique “border line” utilisent des outils pour automatiser ce processus et notamment en filtrant les personnes à suivre selon des critères précis.



OK, mais bon, en quoi c'est mauvais?

Il y a de vrais débats au sein de la communauté des marketeurs de l'influence marketing au sujet de cette “astuce” du follow/unfollow. Chez HypeAuditor et Influence4You, nous considérons que cette pratique est une sorte de SPAM (vous n'avez pas suivi quelqu'un pour son vrai contenu, donc vous faussez la relation) et en plus cette pratique est prohibée par Instagram.

En quoi cela impacte les annonceurs ? Instagram a annoncé réduire artificiellement le reach des influenceurs qui utilisent ce type d'application de follow / unfollow...Ce qui va donc aussi réduire le taux d'engagement des influenceurs. C'est donc un jeu très dangereux à terme pour les influenceurs.

Comment détecter les influenceurs qui pratiquent le Follow/ Unfollow ?

Simplement en regardant les graphs d'évolution des followers / following sur HypeAuditor : vous pouvez constater des petits pics d'évolution anormaux. Cette donnée se retrouve aussi agrégée dans la note AQS (Audience Quality Score) qui représente la qualité de l'audience.

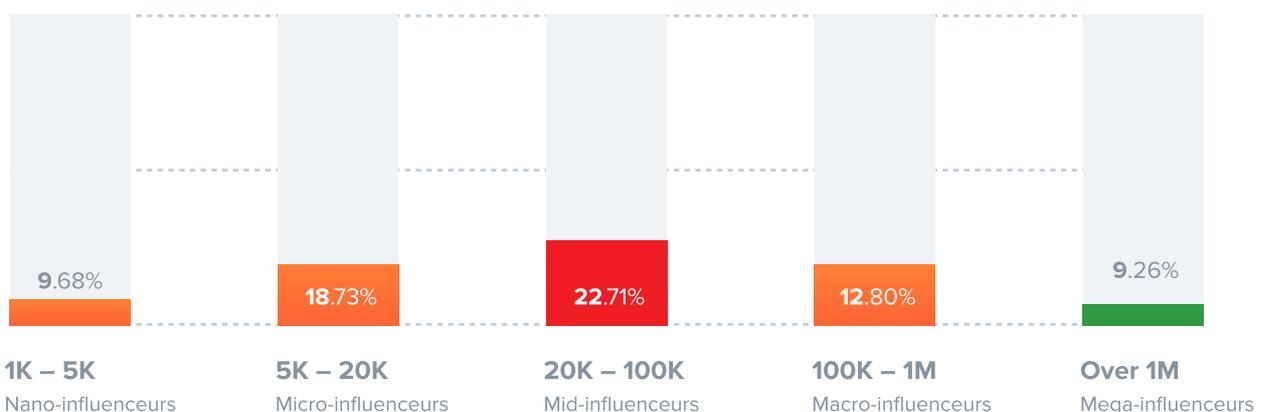


Combien d'influenceurs pratiquent le Follow/Unfollow?

L'analyse montre que le follow/unfollow est davantage pratiqué par les middle influenceurs (entre 20 et 100 k followers où 22% utilisent cette "astuce").

Donc si vous voulez travailler avec ces middle influenceurs, assurez-vous de la qualité de leur audience car le follow / unfollow s'il a été réalisé avec des outils identifiés par Instagram risque de diminuer fortement la portée des posts... et donc vous serez au final moins visible.

Pourcentage d'influenceurs faisant du follow / unfollow





Croissance anormale

La plupart des influenceurs augmentent leur nombre de followers graduellement.

Chaque mois des utilisateurs d'Instagram les "followent" naturellement. Des opérations Marketing ou de communication, des mentions dans des media ou des collaborations avec d'autres influenceurs peuvent accélérer cette croissance, mais néanmoins, le rythme est assez stable (dépendant de l'implication, du talent, de la thématique ou du rythme de publication de l'influenceur).

Cependant, certains influenceurs qui ne peuvent pas attendre utilisent des méthodes non naturelles pour accélérer cette croissance.

Comment détecter des croissances non naturelles?

Pour détecter des croissances anormales, vous devez observer le graph d'évolution des followers et voir si la croissance montre des pics anormaux et très forts (et sortent de la courbe de croissance normale). Certains peuvent s'expliquer (opération marketing à un instant T, ...) et d'autres non et sont certainement la preuve de l'achat de followers.



Qui sont ces followers non authentiques ?

On peut les catégoriser en 2 sortes :

Mass followers



Les comptes Instagram qui suivent plus de 1500 personnes sont identifiés comme des Mass Followers.

Ils viennent notamment des outils automatiques de Follow/Unfollow. Les comptes qui suivent plus de 1500 personnes n'ont pas le temps de voir les posts des influenceurs et sont donc des followers inauthentiques et inutiles.

Les comptes suspects



Les robots (bots), comptes fakes ou comptes récupérés/volés ou notamment pour les personnes qui utilisent des services spécifiques pour acheter des followers, likes et commentaires en masse.



Commentaire non authentique



Qu'est-ce qu'un commentaire non authentique ?

Les commentaires du type “taggez pour gagner des cadeaux ou concours”, les spams de commentaires et les commentaires réalisés par des robots Instagram ou des “comment pods” sont considérés comme non authentiques.

Comment les détecter ?

Lorsque vous regardez l'authenticité des commentaires, vous devez prendre en compte plusieurs facteurs comme le contenu du commentaire en lui-même, la qualité du compte qui a laissé ce commentaire. Nous considérons les commentaires suspicieux comme ceux étant :

- 🔥 **Des simples emojis ou des mots “bateau” comme: wow, cool, fantastic etc.**
- 🔥 **Monosyllabiques ou non cohérents.**
- 🔥 **Consistant en la mention simple d'un autre compte**

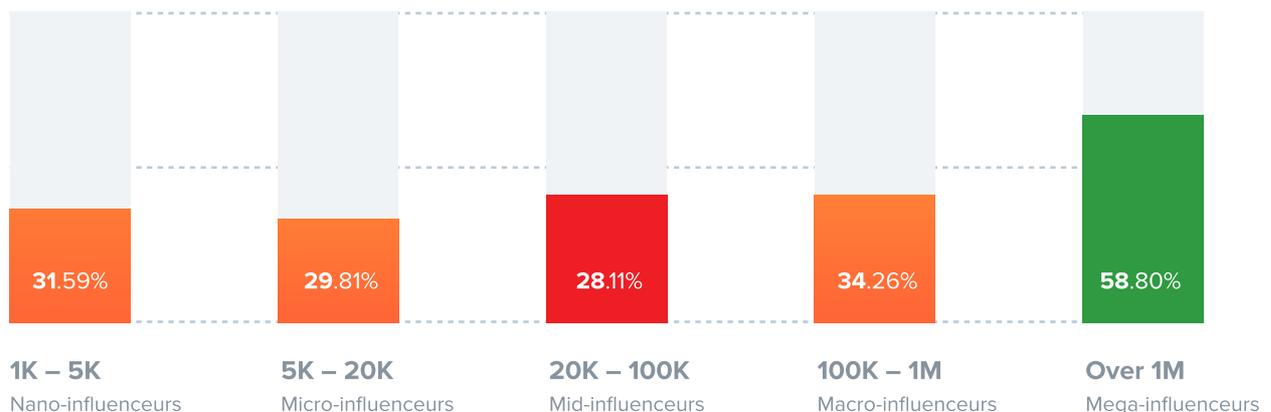
Combien d'influenceurs ont des commentaires non authentiques

Quasiment un tiers des influenceurs a des commentaires jugés non authentiques. Le plus gros pourcentage porte sur les comptes des mega influenceurs ou célébrités. Nous pensons que ce n'est pas spécifiquement dû à des actions volontairement frauduleuses, mais plus au niveau de SPAM global sur Instagram. La plupart venant de robots qui déposent des commentaires sur ces comptes et qui ciblent ces comptes sur des critères comme la géo-localisation, les hashtags ou simplement des comptes suivis par d'autres comptes.

Il y a 2 principales façons non authentiques de booster son nombre de commentaires :

- 🔥 L'achat de commentaires
- 🔥 Les Comments Pods (nous verrons cela en détail ci-après).

Pourcentage d'influenceurs qui utilisent ou sont victimes de méthodes artificielles pour booster leur nombre de commentaires





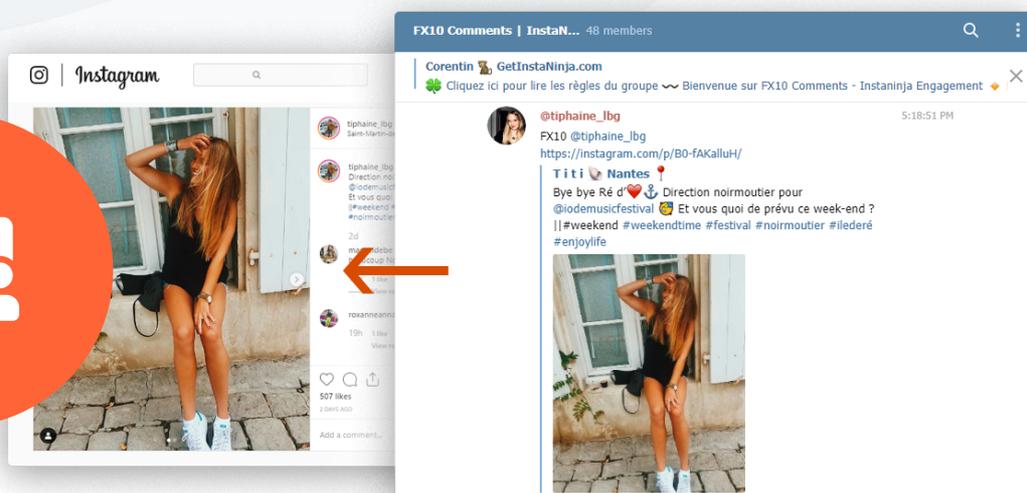
Comment Pods

Qu'est-ce qu'un Comment Pod ?

Comment pods (Engagement Pods ou Boost Groups) sont des groupes d'influenceurs collaborant ensemble pour booster leur activité. Ils se retrouvent souvent sur Facebook, Telegram ou d'autres messageries.

Un Instagrammer d'un tel "Pod" fait un post et envoie le lien vers son post par messagerie aux autres membres du groupe pour liker et commenter son post. De la même façon, il regarde les 10 derniers messages pour lui-même commenter et liker les posts des autres Instagrammers.

Cette méthode est difficile à détecter à l'oeil nu car ce sont de vrais utilisateurs qui publient du vrai contenus qui participent à ce type de mécanique.



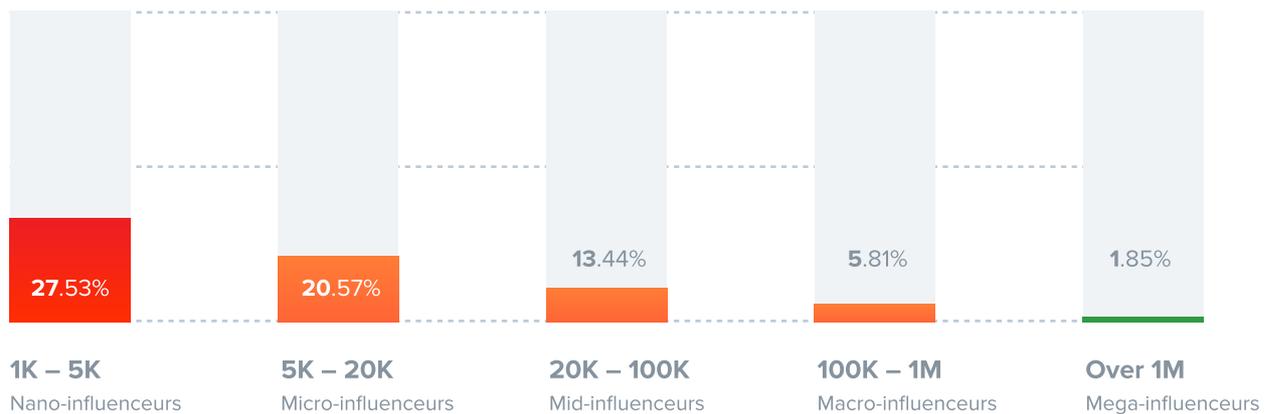
Comment les détecter ?

Il est difficile et chronophage de détecter les engagement pods manuellement. Pour le faire, vous devez analyser chaque commentaire et regarder ensuite la personne qui l'a déposé. Si vous constatez que les commentaires viennent du même groupe d'utilisateurs, il est probable que ce soit un "Comment pod". Pour détecter les comment Pod, HypeAuditor utilise la puissance du machine learning et prend en compte de multiples facteurs comme les matrices comportementales, le contenu des commentaires et l'analyse des commentateurs.

Combien d'influenceurs participent à des Comment Pods ?

Investir du temps dans des comment pods n'a de sens que pour les plus petits comptes. C'est pourquoi ils sont utilisés essentiellement par des influenceurs de moins de 20k followers.

Pourcentage d'influenceurs qui utilisent des Comment pods





✔ Enseignements clés pour les marketeurs

L'influence marketing est loin d'être transparent. Mais il est possible d'éviter des dépenses inutiles liées à la fraude en mettant en place des processus de vérification dans votre stratégie.

Ce n'est donc pas suffisant de choisir des influenceurs uniquement en se basant sur la qualité de leur contenu, le nombre de followers ou même leur engagement. Ces métriques peuvent être artificiellement augmentées et donc l'utilisation d'une data erronée vous induira dans de mauvaises décisions. Il vous faut donc des analyses plus qualitatives de l'audience réelle des influenceurs ce qui vous permettra de maximiser le ROI de vos campagnes d'influence.





Chapitre IV

Performance des posts liés aux marques

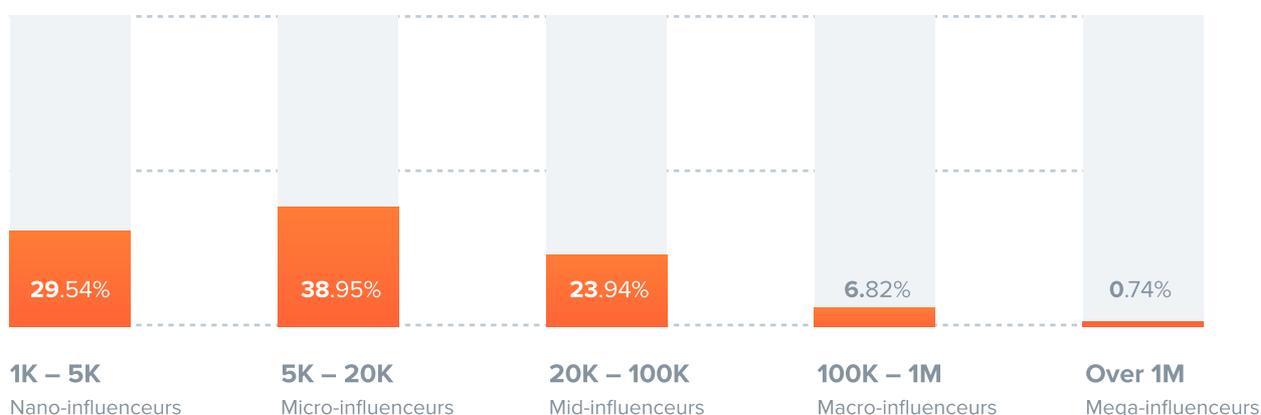


Quel est le pourcentage des influenceurs qui mentionnent des marques dans leurs posts?

L'influence marketing est en pleine croissance, mais notre étude montre que seulement 21% des influenceurs ont mentionné une marque dans leurs posts dans les 180 derniers jours, ce qui au final est très peu.

Mentionner une marque ne veut pas forcément dire qu'il y a eu un partenariat (rémunéré ou pas) avec les marques. Cela signifie donc que beaucoup moins de 21% des influenceurs ont eu des partenariats avec des marques. Ce chiffre est assez étonnant quand on a l'impression en entendant les media que les influenceurs sont gavés de partenariats !!!

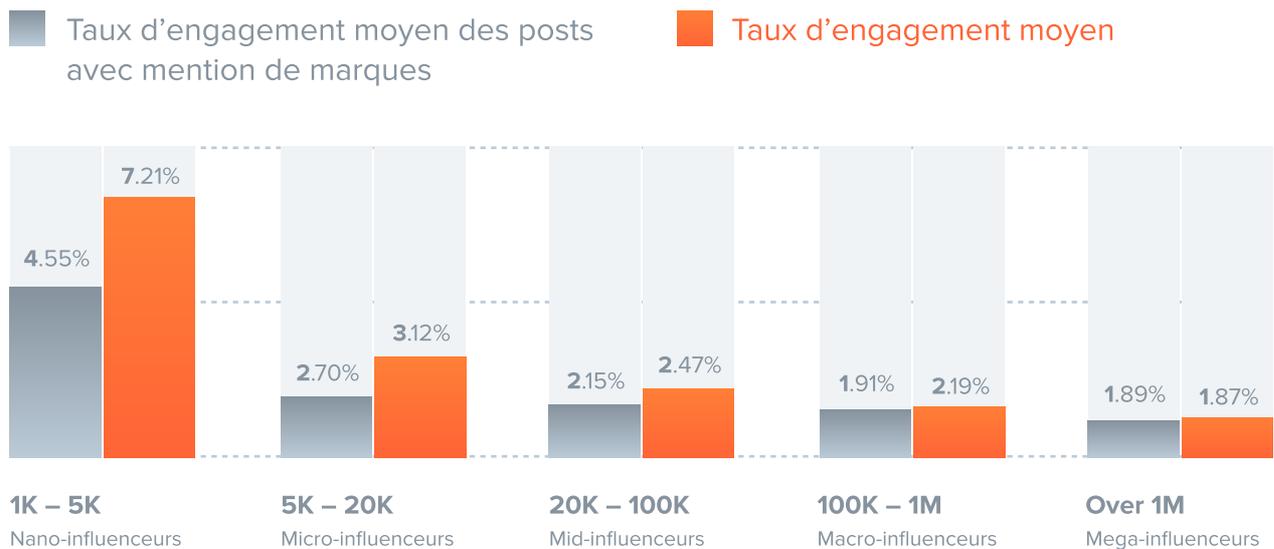
Pourcentage d'influenceurs qui ont mentionné au moins une marque dans leurs posts dans les 180 derniers jours



Quel est l'engagement des posts mentionnant des marques ?

Les posts mentionnant une marque ont en moyenne un taux d'engagement 30% moins élevé... La seule exception est sur les mega influenceurs et célébrités avec un taux d'engagement légèrement supérieur.

Oui, les partenariats avec les marques peuvent impacter le taux d'engagement.





Fréquence moyenne de posts avec une mention de marque en France

Parmi les influenceurs ayant mentionné une marque dans les 180 derniers jours, Nano et Micro-influenceurs font en moyenne plus d'un post par semaine mentionnant une marque quand les mega et macro influenceurs sont plus sur 1 à 2 par mois. On peut donc penser que les petits influenceurs (qui ne font généralement pas de posts sponsorisés sous les 20 k followers) sont très ouverts à travailler avec les marques pour promouvoir les produits et services ... Alors que les plus gros qui demandent rémunérations sont plus sélectifs ... ou ne mentionnent simplement pas les marques sans être rémunérés

Sur le dernier mois, part des posts avec mention de marque sur les influenceurs ayant parlé au moins d'une marque dans les 180 derniers jours.

Over 1M

Celebrités



1,5/21

100K—1M

Macro-influenceurs



2/28

20K—100K

Mid-tier influenceurs



3,5/30

5K—20K

Micro-influenceurs



4/28

1K—5K

Nano-influenceurs



4,5/26

Même parmi les influenceurs qui parlent de marque, ce type de contenu reste très limité.

✔ Enseignements clés pour les marketeurs

Seulement 21% des influenceurs mentionnent des marques dans leurs posts et en particulier chez les comptes de moins de 100 k followers. Une partie de ces posts est sponsorisée. Donc 79% des influenceurs n'ont pas mentionné de marques dans les 180 derniers jours ce qui va contre l'idée que les influenceurs ne parlent que de marques. Le potentiel marketing des influenceurs est donc loin d'être exploité !

D'un autre côté, il faut que les marques travaillent vraiment dans la ligne éditoriale des influenceurs car les posts avec mention sont 30% moins engageants que les posts habituels des influenceurs.

Parmi les influenceurs qui ont mentionné des marques, seulement 10% de leur contenu a mentionné une marque. Cela renforce là encore le fait que le potentiel n'est pas assez exploité.

POST SPONSORISÉS D'INFLUENCEURS

Les bonnes pratiques en France



L'influenceur s'est engagé à créer un contenu en échange d'**une contrepartie** quelle qu'elle soit : **un paiement/une invitation/un cadeau**. Dans ce cas il convient d'indiquer la collaboration commerciale de manière explicite et instantanée.

POUR ÊTRE CLAIR

Si vous avez eu une contrepartie financière

= mention obligatoire

(comme pour les contrats de partenariat)

Si vous vous êtes engagés à créer un contenu en échange d'une contrepartie, même en nature

= mention obligatoire

(dans le cas des plateformes d'influence marketing)



Si vous n'avez pris aucun engagement à poster un contenu ET que la marque n'a aucun contrôle a priori sur votre potentiel post, ET que vous n'avez pas eu de contrepartie financière = pas de mention (cas des relations presse où il n'y a pas d'obligation de poster)

De façon explicite :



#Sponsorisé #Publicité
#Partenariat #Collaboration

Ou mieux : utiliser les outils Youtube / Instagram indiquant les communications commerciales



#ad

(pas clair pour des non-anglophones)

#produitgratuit

ou « Merci à [marque] pour cette opération » car n'est pas explicite sur l'engagement réciproque

Et de façon instantanée :

Communiquer au début du post - Ne pas avoir à scroller - Ne pas avoir à cliquer - Ne pas avoir à regarder toute la vidéo (l'indiquer dans les premières secondes)



Ne pas oublier : s'il y a des collaborations dans certains secteurs, des règles légales encadrant les communications commerciales s'appliquent (notamment pour l'alcool, les produits financiers, la santé, les jeux d'argent et de hasard, l'automobile...

Demandez à l'ARPP

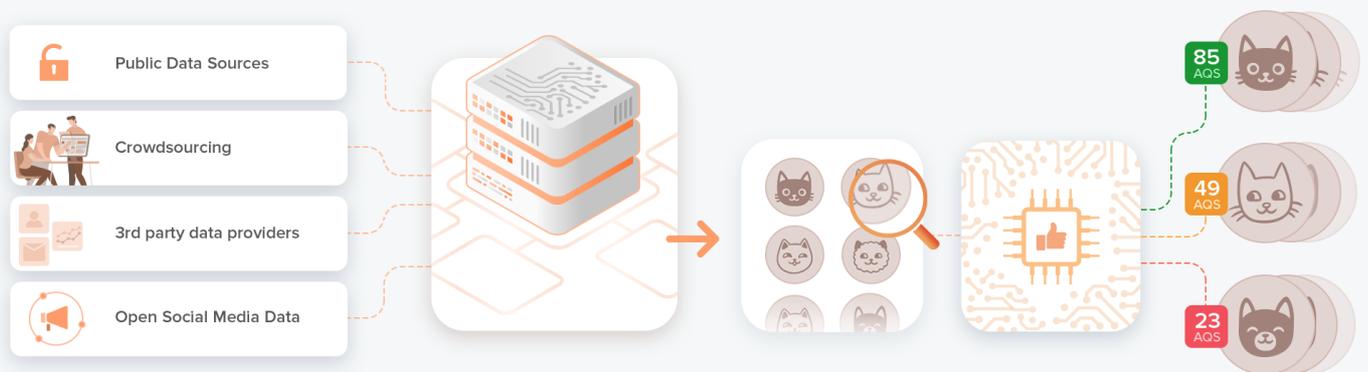


Est puni d'un emprisonnement de deux ans au plus et d'une amende de 300 000€ quiconque affirme faussement ou donne l'impression qu'il n'agit pas à des fins commerciales ou se présente faussement comme un consommateur.

Le respect de la communauté :

Au-delà de l'aspect légal, vous devez la transparence à votre communauté qui vous fait confiance. C'est loyal, c'est sain, c'est clair !

Methodologie



Cette étude porte sur des sources larges (analyse d'agences et société media ainsi que les analyses directes).

Les data provenant des plateformes sociales ont été anonymisées, triées, structurées, nettoyées des irrégularités et enrichies de plusieurs autres sources.

Ces data ont été passées sous les algorithmes et des mécanismes de machine learning développées par nos équipes de data scientists et experts d'influence marketing.

Vous avez aimé cette étude ?

Contactez HypeAuditor & Influence4You



www.hypeauditor.com
info@hypeauditor.com



www.influence4you.com
contact@influence4you.com

HypeAuditor est directement intégré dans
Influence4You. Lancez vos campagnes d'influence
en toute sécurité sur www.influence4you.com

Top Mega influenceurs (>1M) en France par qualité d'audience



Usermane	Name	Number of followers	Engagement Rate	AQS
jesta_hillmann	Jesta ASSADI HILLMANN	1,014,839	25.96%	99
jujufitcats	MAMAN FITCATS 🐱	1,391,133	9.25%	98
roxane.lmp	L'atelier de Roxane ~ Officiel	1,184,370	6.78%	97
joyca	JOYCA	1,086,601	14.33%	97
xsqueezie		5,093,130	10.16%	96
tiboinshape	Tiboinshape	3,056,918	4.13%	96
gmk001	GMK	1,066,897	7.46%	96
amixem		1,806,091	9.29%	95
jessica_thivenin	Jessica Garcia	4,360,915	7.93%	94
rafcarlito	Calvo	2,093,069	13.22%	94
vodkirl	VodK 🍷	1,122,043	9.57%	94
normanthavaud	NORMAN	5,792,639	4.22%	93
lufyyyy	L U F Y ❤️	1,402,265	9.07%	93
anaiscs7officiel	Anaïs Camizuli 💎S💎	1,998,204	5.96%	92
jazztvshow	Jazz Correia	2,087,667	11.93%	91
henrirejaune	Henry Tran	1,185,180	4.5%	91
pierreCroce	Pierre Croce	1,004,326	7.51%	91
maddyburciaga	🇫🇷 Maddy Burciaga	1,780,696	7.59%	90
sarahfraisou.paris	Sarah Fraisou	1,355,097	4.83%	90
6pri1	Cyprien	5,690,680	5.21%	89
nabilla	Nabilla Vergara	4,490,600	6.16%	89
carlamoreau_____	Carla Moreau	2,206,939	7.02%	89
aureliedotremont	Aurelie Dotremont	1,655,583	3.89%	89
hillaryoff	Hillary	1,542,258	3.88%	89
vargass92	VARGASSS 📺📺📺	1,571,727	9.21%	89
gossiproomoff	Gossip Room	1,389,024	4.47%	89
fidji_ruiz	Le Bonheur est une Femme	1,305,329	5.37%	89
elhadjofficiel	Elhadj Gaye	1,685,728	6.01%	88
manonmarsault	Manon Tanti	2,178,060	4.62%	87
jeremstar	JEREMSTAR	2,003,365	2.65%	87
jimmylabeuu	Jimmy Labeuu	1,910,807	5.66%	87
andyrowski	Andy Rowski	1,861,788	5.72%	87
horia_insta	Horia	1,403,342	4.6%	87
romy		1,056,917	14.24%	87
irismittenaeremf	Iris Mittenaere	2,227,995	4.22%	86
kevinguedj	Kevin GUEDJ	1,737,569	5.24%	86
thedollbeauty	Maroua	1,696,802	6.1%	86
julienbert42	Julien Bert	1,292,281	4.48%	86
sananas2106	• •	2,192,846	3.27%	85
seblafrite	SEB	1,994,131	6.34%	84
benji_samat	Benji Samat	1,350,655	5.38%	84
sarahlopezoff	SARAH LOPEZ	1,312,188	3.89%	84
iam_billionaire	BILLIONAIRE 🏠	1,558,558	8.19%	83
gaellegd	Gaëlle Garcia Diaz	1,064,327	8.23%	83
natoogram	Nathalie Odzierenko	3,636,429	4.61%	82
thibaultgarcia	Thibault G	3,092,787	5.03%	82
millajasmineoff	MILLA JASMINE	2,101,040	5.66%	82
paga_lmsa	P A G A	1,675,797	5.85%	82
amelieofficieloff	Amélie Neten	1,136,340	2.65%	82
maxencelaperouse	Maxenss 🌻	1,021,002	3.56%	82

NB : un AQS supérieur à 65 est un bon score. Supérieur à 80 est un excellent score

Top Macro influenceurs en France par qualité d'audience



Usermane	Name	Number of followers	Engagement Rate	AQS
poi.family	PoiFamily	158,631	21.39%	100
__dooms__		137,907	23.61%	100
rose.thr	ROSE	525,159	23.35%	99
jamal.jml	jamal.jml	476,423	24.78%	99
deujna	Nadège	256,735	19.73%	99
fabien_pch	Fabien Pch	184,615	13.56%	99
valouzz_	Valouzz	166,524	13.33%	99
matt.brt	Matthyss	166,175	15.01%	99
hugodecrypte	HugoDécrypte	165,129	7.16%	99
_universdesora	Sora	147,211	18.7%	99
tristanlopin	Tristan Lopin	136,822	8.5%	99
sisters_alipour_off	Sisters Alipour	135,972	8%	99
la_vie_de_tata_carine	Carine nancy	132,057	7.37%	99
marie_crayon	Marie Crayon	134,213	11.28%	99
valentinyt	Neoxi	580,971	13.92%	98
neo.official	Néo - Néo The One	527,992	8.38%	98
kellyvedovelli	Kelly	535,513	9.81%	98
alexia_mori__	Alexia Mori	392,441	10.08%	98
coucoulesgirls	Coucou Les Girls	361,137	14.39%	98
terracid	Terracid	313,260	15.41%	98
loromat06	Loïc	312,022	9.24%	98
jemenbatsleclito	Jemenbatsleclito	336,926	8.68%	98
akramjunior	AKRAMJUNIOR	297,066	11.59%	98
brunomaltor	Bruno Maltor	211,934	6.62%	98
alexandrecavez	Alexandre Calvez	185,301	7.05%	98
jorian_ponomareff	Jorian Ponomareff	183,194	15.92%	98
lebledartofficiel1	Anas	149,173	16.49%	98
ayo_coralie	★ ★	148,698	24.57%	98
brvhym	PANVME	153,397	10.59%	98
sanaakblog	Sanâa K.	140,928	10.86%	98
tiffany_mapr	TIFFANY INFLUENCER	126,278	8.65%	98
maud_bettinamarie	Maud Bettina-Marie	124,213	17.27%	98
jlcfamilyoff	JLC Family	137,784	11.61%	98
agatheauproux	Agathe Auproux	699,965	7.23%	97
inoxtagytb	Inoxtag	422,130	15.57%	97
sophie_officiel	Sophie Fantasy	393,328	7%	97
lainkk	Laink	342,591	15.97%	97
gregguillot	Greg Guillotin	394,200	9.7%	97
maryloueloup	Marylou J 17 yo	344,787	22.52%	97
lorylyn79	LoryLyn & The Happy Family	307,305	8.17%	97
gmk009	GMK	319,854	9.64%	97
freddygladieux	Freddy Gladieux	292,421	19.53%	97
hectordnloff	Hector Dnl	271,728	12.04%	97
lefoubruiteurofficiel	LeFouBruiteur	219,191	9.98%	97
doc_jazy	Doc Jazy	175,027	12.68%	97
samiouladitto	Sami Ouladitto	141,615	14.54%	97
fastgoodcuisine	Charles (Food addict)	990,557	5.28%	96
el_larrygarcia	LORENZO	935,748	15.27%	96
levraibouseuh	Romain G - LeBouseuh	822,961	12.32%	96
swanthevoice_officiel	Swan The Voice - Néo & Swan	549,234	5%	96

NB : un AQS supérieur à 65 est un bon score. Supérieur à 80 est un excellent score

Top Mid-tier influenceurs en France par qualité d'audience



Usermane	Name	Number of followers	Engagement Rate	AQS
fuzeiii_hd	Julien	84,258	19.68%	100
furiousjumperofficiel	Furious Jumper	78,457	17.67%	100
meghane070	Mégh Caron	78,731	16.15%	100
emma__smet	†	96,871	10.31%	99
esl_locklear	Locklear	80,308	18.06%	99
dejante_official	Déjanté	76,490	25.78%	99
sosoomao	Sophie Déco Lifestyle	68,136	10.31%	99
familycoste	Family Coste	65,467	13.75%	99
adriensponsoring	Adrien Nougaret	57,310	16.02%	99
alizeewill	Alizée Williot	67,367	12.47%	99
justinewdm	JUSTINE WDM	59,492	10.84%	99
tziganette	Amélie	55,321	17.19%	99
charline_mapr3	Charline MAPR Saison 3	57,512	12.95%	99
loris.giuliano	Loris Giuliano	60,064	15.39%	99
johanna_et_sa_tribu	Johanna Les Mamans 6ter	97,770	10.79%	98
leadorables	L E A M u m o f T h r e e.	93,448	13.13%	98
maximelanglais	Maxime Langlais	96,017	9.43%	98
pommeofficial	Pomme 🍏	95,070	11.81%	98
lepandaman	Le Pandaman	83,896	9.91%	98
raptorvsfonte	RaptorVsFonte	81,067	12.63%	98
julia_life_family	julia les mamans 6ter	75,889	9.64%	98
margauxstips	Les astuces de Margaux	75,018	8.81%	98
molas.frederic	frederic	66,991	15.13%	98
margaux_ragnar	margaux_ragnar	75,843	17.53%	98
cookingformybaby	Céline Laurent	68,003	5.95%	98
livioetlaviemoderne	La Vie Moderne	71,542	10.38%	98
matthieu_longatte	Matthieu Longatte	65,532	8.84%	98
realken7	R7👉	70,665	16.81%	98
iammistergeorgeous	Mister 🍷 Georgeous	66,701	28.62%	98
bjranna	annabelle 🍏	65,978	37.32%	98
paulinedjulyanofficiel	Pauline & Djülyan	85,895	11.97%	97
jamygourmaud	Jamy Gourmaud 🍷	97,945	11.87%	97
albane_ft	Albane_ft	86,501	24.88%	97
angelicastellaa	Angelica Les Mamans	72,744	10.25%	97
mariongagnot	Marion GAGNOT	73,975	7.74%	97
mavachou	🌸 Maëva 🌸	60,675	7.37%	97
christinaguilloton	Guilloton Christina	56,654	7.72%	97
pinkgeekofficiel	PinkGeek aka PG	94,651	12.72%	96
veronikaloubry	Veronika Loubry	91,354	5.47%	96
valentine_caporale	Valentine Reine des tartines	77,860	7.14%	96
fabiancrfx	Fabian CAYUELA--RUIZ	86,377	22.75%	96
patriciabinfrance	PATRICIA B - Expat Vlogger	74,893	5.25%	96
amoureuxdumonde	Yann ♡ Aurélie - Blog Voyage	81,643	6.11%	96
revecompulsif	Reve Compulsif	74,622	20.79%	96
75_josh		79,252	23.15%	96
camillecmp	Camille Chastel	68,267	6.06%	96
alphadelta06	Alex	71,457	10.21%	96
sushibiker	🇫🇷	72,427	16.35%	96
__happymom3__	Instagrameuse 🇫🇷	61,921	5.49%	96
yolauvideo	Youri Lauriette	69,487	9.16%	96

NB : un AQS supérieur à 65 est un bon score. Supérieur à 80 est un excellent score

Top Micro influenceurs en France par qualité d'audience



Usermane	Name	Number of followers	Engagement Rate	AQS
sleeperyou	Dessins/Manga /Creepy 🐱🐱🐱	19,178	19.7%	99
ipromx_officiel	iProMx	18,863	17.34%	99
sheshounay	Sheshounet	15,629	16.33%	99
superconeri	Superconeri	16,866	19.33%	99
seroths	Aaron Anthony	15,033	15.22%	99
vanessa_romain_lisa	Vanessa, Mam'Ange	14,872	17.34%	99
twistoparrun	Twisto Parrun	16,103	23%	99
helene.du.val	Helene 🌿🌿	15,257	11.2%	99
alexandrablanc3	Alexandra Blanc	14,881	10.24%	99
collinskosuke	CollinsKosuke	17,937	16.23%	98
paolacarla	PaolaCarla	16,957	12.96%	98
maman_de_10loulous	🌸Magalie🌸	17,076	13.08%	98
chagdeslutins	Chag des lutins	15,140	11.47%	98
litalaharonovitch	Lital Aharonovitch Haddad	19,298	9.95%	98
vincent_lahouze	Vincent Lahouze 🍷	17,266	10.83%	98
noemylifemu	NoemylifeMU	15,856	10.61%	98
lemondedesalome		17,265	26.34%	98
furax.barbarossa.official	° °	15,766	10.6%	98
laupok_yt	Laupok	14,860	16.82%	98
la_maison_du_pati	Maéva	16,041	9.97%	98
bioubiou_family	Garder la Bioutitude 😊😊	15,186	12.53%	98
the_team_twins	🌟 🌟	16,135	12.27%	98
ceciledohertybigara	Le Palais Savant 🌟	14,028	8.12%	98
mllevitz	Lindsay Vitz	16,197	13.89%	98
nwoagius	Christophe Agius	14,270	14.62%	98
margot_9945	Margot 🌟	15,178	8.58%	98
poissonfecond	poissonfecond	19,742	13.04%	97
juu_ie	• Ju. ■	19,964	8.81%	97
ronanfollic	Ronan Follic	19,415	12.39%	97
maxime_kohlanta2019	Maxime KohLanta 2019	19,614	9.53%	97
johanabrnr	Johana Brn ⚡	17,702	13.9%	97
eleusis_megara	Laëtitia	17,695	7.16%	97
prunette60		16,794	8.53%	97
leroisamoo	Samo l'huile de monoï	19,438	18.27%	97
inantesyou	🌍 Océane 🌍 I Nantes You 🌍	16,066	7.69%	97
stephaniednd	👉Stouf👉	16,096	10.56%	97
stephaniednd	👉Stouf👉	16,096	10.56%	97
renaud_grincheux_rgi	Rgi Renaud Sechan	14,017	8.14%	97
stl__ou	Estelle 🌸 Petite-Maman	15,334	10.87%	97
notabenemovies	Nota Bene	13,571	10.04%	97
grosse_avec_frange	Ludivine	16,603	11.8%	97
samuel_lebihan	Samuel Le Bihan	19,685	6.92%	96
carole_dechantre	Carole Dechantre	19,976	6.78%	96
bennevert	Benjamin Névert	19,195	9.92%	96
zecharia_hs	Zecharia	17,728	16.2%	96
pandrezzmusic	Pandrezz	18,758	10.47%	96
tiffanykats	Tiffany Kats ⚡	19,676	7.61%	96
chateau.leg0	Home + Deco I by Héloïse	18,895	7.53%	96
youcanheartit	VICTORIA ⚡	19,543	9.02%	96
telpere.tellefille2.0	Telpere.tellefille2.0	19,261	7.33%	96

NB : un AQS supérieur à 65 est un bon score. Supérieur à 80 est un excellent score

Top Nano influenceurs en France par qualité d'audience



Usermane	Name	Number of followers	Engagement Rate	AQS
erоз_y	Elodie ✨	3,801	21.43%	99
mael.run	Mael	3,843	21.78%	99
alexlxl68	Alexlxl68	2,690	23.85%	99
sametlesdramas	Sam & les Dramas	2,548	30.83%	99
sandra_lpr		5,129	20.21%	98
la_maison_des_mijons	La_Maison_des_Mijons 🇫🇷🇩🇪	3,444	23.29%	98
octoroky	Octy	3,039	27.06%	98
skvisza	Alma	2,789	19%	98
laurent_dronemylife	Laurent	2,161	19.37%	98
mamanoosaure	Loéva	4,240	15.94%	97
bygllt	🌿🌸🌻 Gaëlle Le Louët 🌿🌻	3,909	32.69%	97
vianney.rudent.photo	Vianney Rudent	3,929	21.01%	97
graph_iam	GRAPHIAM	3,083	19.92%	97
kilira	Kilira Cooper	2,765	18.92%	97
vaso_de_agua	vaso_de_agua	2,543	14.57%	97
notre_simple_vie_	Ca ro li ne Maman d'Ariana ❤️	2,697	16.02%	97
undurdechoix	Un Dur De Choix 😊	2,116	14.63%	97
yekais	Kaïs O.	4,520	14.98%	96
desmerveilles	Alice	4,641	17.01%	96
mandine.sympa	Amandine	3,899	15.2%	96
maxitravaux	Maxitravaux 🛠️	4,243	14.91%	96
madame_cinq	Julie	2,862	16.46%	96
paulette_en_vadrouille	🐱Paulette aka Queen Pau'🐱	3,308	20.07%	96
quentinrue1	Quentin Ruel	3,122	29.24%	96
le.souriredenoemy	Noémy D .	3,245	14.45%	96
blanchekiene	Blanche	2,789	26.64%	96
unetouchedepastel	◦ auRa • 26 yearS • #Pastel	2,614	17.08%	96
viixbzh.fit	» Virginie 🌸; 28 yo 🥰; 78 🇫🇷	2,513	13.75%	96
mathilde.2204	Matouxx	2,852	15.43%	96
linstadugeek	Matteo - La chaine du geek	4,911	15.12%	95
regelegorila	Regelegorila	4,367	15.91%	95
lapinsrunners	Lapins Runners	4,254	12.2%	95
deavy.b	Deavy 🌿	4,566	18.83%	95
caroline_suchard	Caroline SUCHARD	3,857	25.24%	95
thedreamskingdom	Lucas	4,087	14.5%	95
la_sans_chichis_	Aurelie sans chichis	3,230	10.68%	95
tatj.ana_	_ Tatiana . ❤️	3,666	13.11%	95
vincent_ducheman	Vincent Photos de Paysage	3,640	16.62%	95
jeanmariecorda	Jean-Marie CORDARO	3,225	12.87%	95
alex.landais	Alex Landais	3,145	26.55%	95
cedric_americanprestige	Cédric	3,441	22.03%	95
stayapanda	Mirana 🐼 Foodie Paris	3,095	14.93%	95
croquette.and.co	Croquette&Co'	2,905	28.42%	95
ingie_off	🐼	3,316	14.93%	95
oceaneetsonbazar	Les vikings ✨🛠️	2,030	11.6%	95
la.petite.rousse.fleurie	🐼 26y 🇫🇷 🐱 🌿	2,838	18.87%	95
gnacgnac	Léo Ginailhac	2,455	14.42%	95
motopfille	M O T A R D E ♀ 17 ans 🇫🇷	2,776	15.76%	95
_maowa	🌸Maowa	1,889	11.14%	95
ni.noushka	Nina	4,514	11.81%	94

NB : un AQS supérieur à 65 est un bon score. Supérieur à 80 est un excellent score