



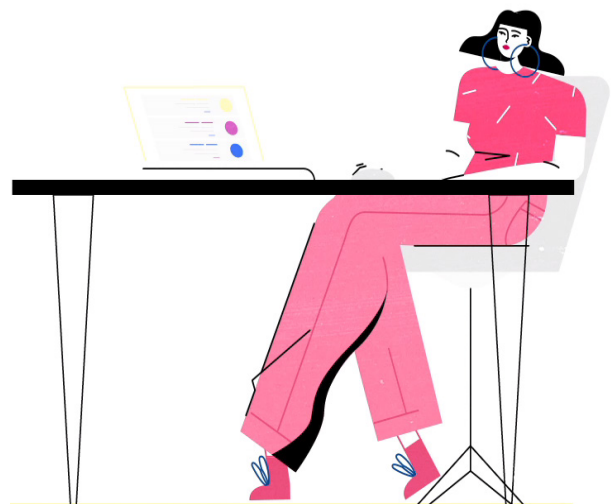
LES DÉRIVES ET LES OPPORTUNITÉS DE L'INFLUENCE MARKETING

sur Instagram en France en 2019

Une étude réalisée en exclusivité par Influence4You et HypeAuditor

Dans un contexte de marché en pleine croissance, l'influence marketing devrait représenter \$22,3 B en 2024 (contre \$10 B en 2020), **quels sont les moyens de contrôle sur la fraude ? Comment éviter les dérives de certains influenceurs et profiter des réelles opportunités du marketing d'influence dans un marché prometteur ?***

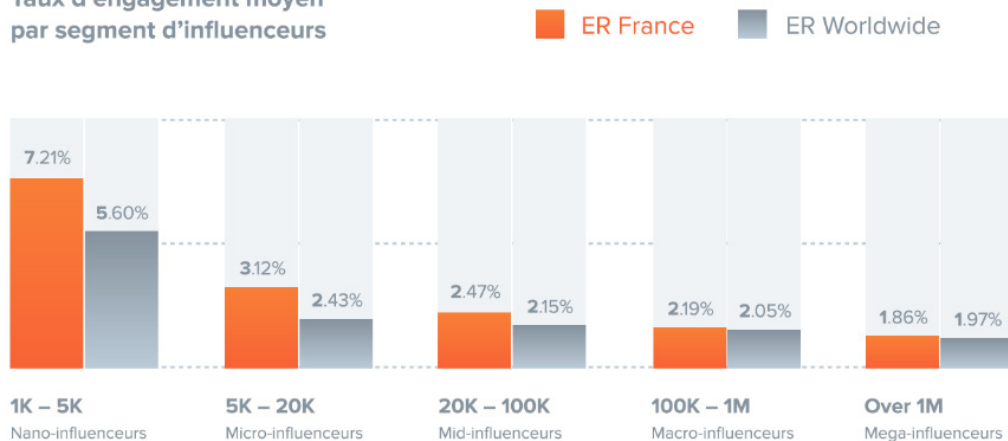
Pour guider les directions marketing et communication dans la promotion de leurs produits et services sur Instagram, Influence4You et HypeAuditor s'associent pour **dresser l'état du marketing d'influence sur Instagram en France** et donnent un éclairage sur les dernières pratiques des influenceurs.



La croissance du marché tirée par l'engagement en France

Bonne nouvelle : l'influence marketing se porte bien en France. De plus en plus prisé par les directions marketing qui organisent souvent des services dédiés, ce marché a tendance à se professionnaliser et à se réguler. **Le taux d'engagement en France est d'ailleurs 19% supérieur à la moyenne mondiale** et **la micro influence tire ces taux vers le haut avec des taux d'engagement 2 à 3 fois supérieurs aux grands influenceurs** :

Taux d'engagement moyen par segment d'influenceurs



Il est clair que les marques qui maîtrisent l'art de travailler avec des micro-influenceurs bénéficient de surcroît d'engagement. Mais ces chiffres sont-ils faussés ? Et si oui, comment le détecter ?

La course aux chiffres pour séduire les marques sur Instagram

Si ce marché est en pleine croissance et que les budgets augmentent, **certains influenceurs en profitent pour augmenter artificiellement leurs chiffres** (de followers, likes ou commentaires) pour montrer qu'ils ont un fort pouvoir media. D'autres aussi – et de manière involontaire – sont victimes collatérales de certaines pratiques de Community Manager qui utilisent des robots pour augmenter leur audience. Si Instagram fait régulièrement le ménage, il reste encore beaucoup de « gonflements » de chiffres.

L'étude complète Influence4You / HypeAuditor explique et mesure ces pratiques sur le marché Français et s'attache

aussi à voir si les influenceurs font trop de partenariats :

Achat de followers

Follow-unfollow

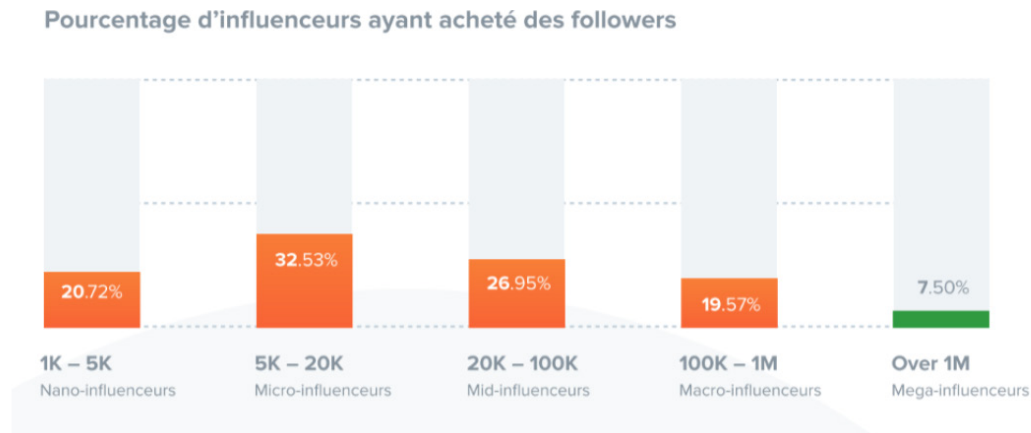
Achat de likes et commentaires

Achat de vues de stories

"Comment pods"

Impact et analyse, les chiffres parlent

La fraude aux chiffres (tout comme l'est la fraude aux clics et impressions dans le marketing digital) est un vrai enjeu pour les marketeurs car **elle impacte directement le coût de leurs campagnes et leur ROI**. Les chiffres de ces fraudes sont parfois importants :



"Si oui, environ 20% des influenceurs ont eu recours à des achats de followers et cette pratique est clairement à dénoncer (ces tricheurs sont facilement identifiables via nos outils), **le gonflement global des chiffres est surtout subi par les influenceurs qui sont honnêtes pour leur très grande majorité**. De plus on voit que contrairement à ce que nous pensions, assez peu d'influenceurs parlent finalement de marques et cette étude nous a beaucoup surpris... Comme quoi le marketing d'influence a de très très beaux jours devant lui : le potentiel est énorme... reste à se protéger des mauvaises pratiques", déclare Stéphane Bouillet, fondateur de Influence4You !

L'étude montre que cette fraude est soit voulue soit subie par les influenceurs et permet de comprendre que **la très grande majorité des influenceurs est honnête** en analysant le détail des pratiques qui impactent les chiffres d'audience et d'engagement.

Pour faire du marketing d'influence de façon sécurisée, il est indispensable non seulement de comprendre ces mécaniques et surtout **d'avoir les outils adaptés pour savoir si l'influenceur choisi a des audiences réelles ou gonflées**. La croissance du marketing d'influence ne continuera que si les marketeurs peuvent séparer le bon grain de l'ivraie.

"Si la fraude est une vraie préoccupation des marques, il existe aujourd'hui des outils (comme HypeAuditor / Influence4You) pour permettre aux marketeurs de limiter son impact. L'enjeu est donc avant tout de s'équiper de ce type d'outils car les conséquences économiques peuvent être importantes." déclare Aleksandr Frolov, DG de HypeAuditor.

Conclusion : oui, la fraude existe, mais elle souvent due à des pratiques involontaires et il est facile de l'identifier et l'éviter avec les bons outils.

Non, les influenceurs ne sont pas des panneaux publicitaires ambulants puisque **79% d'entre eux 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 marché est loin de la saturation !

*"L'influence marketing est effectivement un domaine qui se développe fortement et qui intéresse les marques. Nous le voyons au sein de l'ARPP avec le nombre croissant de demandes de conseil et d'accompagnement sur les sujets liés à la transparence, à la loyauté et aux secteurs réglementés. **D'ailleurs nous travaillons avec l'ensemble des professionnels, y compris les influenceurs, pour que soit préservée et développée une communication légale, loyale et éthique à l'égard des communautés.** Vous trouverez notre Recommandation au sein de cette étude",* déclare Mohamed MANSOURI, directeur délégué de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité.

"Les influenceurs se professionnalisent et la plupart ont créé leur audience naturellement. Nous avons voulu par ces classements mettre en avant ceux ayant les audiences les plus qualitatives."
déclare Stéphane Bouillet

Nano, micro, macro ou mega influenceurs, Influence4You publie le nouveau top 50 des influenceurs par score de qualité d'audience (AQS) et catégorie d'influence.
A retrouver en annexe de l'étude.

L'ÉTUDE COMPLÈTE À TÉLÉCHARGER ICI
<http://bit.ly/HypeInfluence4You2019>

Les tableaux sont librement diffusables sous réserve de conserver la source Etude Influence4You / HypeAuditor octobre 2019.

Au besoin Hashtag à utiliser : #HypeInfluence4You



A PROPOS DE INFLUENCE4YOU

Influence4You est l'agence et la technologie leader en Europe de gestion de campagnes d'influence. Basée à Paris depuis 2012, ses 45 experts ont menés plus de 5000 campagnes de micro et macro influence. 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** permettant de contacter 8 M d'influenceurs.



A PROPOS DE 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.

* d'après <https://www.researchandmarkets.com/reports/4791785/influencer-marketing-platform-market-by>

CONTACT PRESSE

Blandine Dabrowski - blandine.dabrowski@gmail.com
06 61 55 04 99

CONTACT COMMERCIAL

Sébastien Bouillet - sebastien.bouillet@influence4you.com