



Baromètre de l'influence

*Qui sont les influenceurs de la Grande Distribution
avec la meilleure Media Value en France ?*

■ ■ STARTUP
■ ■ ACCELERATOR

we▲risma

Agence79, l'agence media data et conseil, HAVAS STARTUP ACCELERATOR, l'accélérateur de startups du Groupe Havas à Station F et WeArisma, solution de marketing d'influence, ont souhaité dresser un bilan de l'année 2022 pour mettre en exergue la media value des influenceurs par secteur sur le territoire français.

Cette nouvelle approche du marketing d'influence consiste à déterminer avec précision en s'appuyant sur des critères objectifs le potentiel ROI d'un influenceur et son affinité avec la marque avant de jeter son dévolu sur sa personne dans le cadre d'une collaboration. Qu'il s'agisse d'endorsement ou de partenariat ponctuel, la startup WeArisma incubée chez HAVAS STARTUP ACCELERATOR à Station F et partenaire d'Agence79, permet de répondre aux interrogations légitimes des marques.

Ce baromètre passe ainsi en revue dix secteurs d'activités et les influenceurs y opèrent bien souvent dans des secteurs très éloignés que ceux où ils peuvent apparaître...

Secteur étudié : *grande distribution*

LEXIQUE METHODOLOGIQUE

Influenceur (créateur ou personnalité)

Un compte avec un minimum de 1000 followers, qui publie du contenu original et professionnel sur les plateformes de médias sociaux et présente des sujets spécifiques. Le compte a un contenu qui présente un intérêt à collaborer avec des marques et, dans certains cas, dispose d'un agent ou d'une société de gestion. Le compte publie pour influencer son public/la communauté en ligne afin qu'ils deviennent des acheteurs potentiels ou des défenseurs d'un produit, d'une marque, d'un mouvement...

Presse

Un compte social d'un magazine, d'un journal ou d'un blog, par exemple Vogue.

Célébrité

Un compte d'une personnalité célèbre, acteur, musicien, personnalité de la télévision, par exemple Lionel Messi.

Media Value (valeur média)

L'estimation exclusive de WeArisma de l'investissement nécessaire pour générer un niveau spécifique de Follow et d'engagements (générés par les posts ou les vidéos des influenceurs/de la presse/des célébrités), sur la base des taux du marché, dans un secteur géographique donné. La valeur média est donc calculée sur la base d'un taux moyen ou d'un coût de marché moyen par mesure de performance d'un influenceur avec un certain niveau de suivi, de portée et d'engagement sur un réseau social (similaire à la façon dont la valeur média est calculée pour la publicité imprimée). La valeur média est ajustée de façon dynamique en fonction des moyennes du secteur et pondérée en fonction du secteur, de la saisonnalité, etc.

Taux d'engagement = Engagements/Followers x 100

Basé sur les différentes interactions sur les réseaux sociaux. Le calcul du taux d'engagement correspond au ratio d'engagements par rapport au nombre total de followers, de reach ou d'abonnés. Il indique le niveau d'intérêt d'un public pour une publication ou un contenu donné. Les taux d'engagements indiqués dans ce baromètre ne prennent en compte que les posts avec les hastags corrélatifs aux secteurs étudiés.

Engagements

Une combinaison des moyens par lesquels une audience peut interagir avec le contenu sur différentes plateformes de médias sociaux, par exemple les likes, les partages ou les clics.


Suivi

Le nombre de followers d'un compte social d'influenceur, de presse ou de célébrité.

Mentions

Le nombre de contenus créés au sujet d'une marque, par exemple, si un influenceur publie trois posts taguant une marque, cela correspond à trois mentions pour cette marque.

Top Supermarket Influencers Jan- Feb 2023

Media Value - Instagram 

1



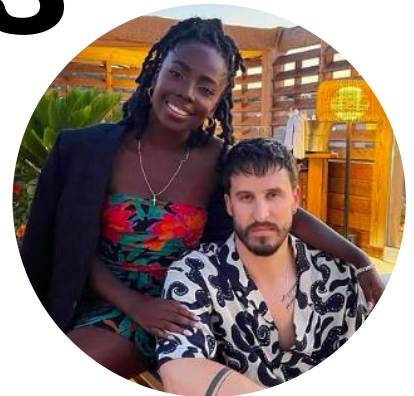
Razika
@mes_secrets_de_nana
Media Value: **€39,081**
Followers: **149.2K**
Engagement Rate: **0.66%**
Shopping influencer

2



Anais Sanson
@anaissanson_officiel
Media Value: **€30,861**
Followers: **473.3K**
Engagement Rate: **1.78%**
Collaboration with Intermarché

3



Gaël & Grâce
@coupleofg
Media Value: **€30,062**
Followers: **353.7K**
Engagement Rate: **0.82%**
Collaboration with Monoprix

4



Melanie
@enmodemel
Media Value: **€17,071**
Followers: **216.3K**
Engagement Rate: **0.45%**
Collaboration with Carrefour

5



Célia
@lesperlesdebrunette
Media Value: **€16,576**
Followers: **180.1K**
Engagement Rate: **2.78%**
Collaboration with Monoprix

6



Anais
@lora_luneee
Media Value: **€8,842**
Followers: **47.2K**
Engagement Rate: **1.41%**
Collaboration with Monoprix

Top Supermarket Influencers Jan- Feb 2023

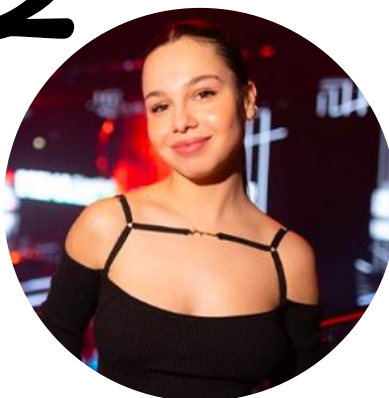
Media Value - TikTok 

1



Razika
@messecretsdenana
Media Value: €141,983
Followers: 101.3K
Engagement Rate: 18.66%
Shopping influencer

2



Elise
@elise_cm
Media Value: €83,643
Followers: 3.7M
Engagement Rate: 3.09%
Collaboration with Intermarché

3



Alicia
@alicia_tv_
Media Value: €45,924
Followers: 145.5K
Engagement Rate: 31.35%
Shopping influencer

4



Kelly
@kelly.cruz.67
Media Value: €45,487
Followers: 1.6M
Engagement Rate: 41.15%
Collaboration with Lidl

5




Nour
@nourbenh
Media Value: €43,706
Followers: 976.6K
Engagement Rate: 18.55%
Collaboration with Carrefour

6



Miss Serbia
@miss_serbiaa
Media Value: €42,001
Followers: 452.3K
Engagement Rate: 1.6%
Collaboration with Picard

Top Supermarket Influencers Jan- Feb 2023

Media Value - Youtube 

1



Razika
@messecretsdenana
Media Value: **€1,224,925**
Followers: **335.1K**
Engagement Rate: **9.32%**
Shopping influencer

2



Thibaud Delapart
@tiboinsshape
Media Value: **€434,904**
Followers: **8.9M**
Engagement Rate: **9.69%**
Collaboration with Lidl

3



Rachel & Emilien
@racheletemilien
Media Value: **€29,537**
Followers: **610K**
Engagement Rate: **24.95%**
Collaboration with Lidl

4



Les Freres Poulain
@lesfrerespoulain
Media Value: **€23,213**
Followers: **301K**
Engagement Rate: **55.3%**
Collaboration with Lidl

5



Celine
@celineetsespetitescombines
Media Value: **€2,047**
Followers: **15.1K**
Engagement Rate: **66.6%**
Shopping Influencer