



# Carnet stratégique

Année 2025

Les textes de ce carnet appartiennent à l'équipe Les Gens d'Internet. Toute reproduction ou repartage est interdit.

Pour toute question, merci d'envoyer un mail à [contact@gensdinternet.fr](mailto:contact@gensdinternet.fr).

**Bonne lecture**

# Édito

L'année 2024 a été plus que challengeante pour l'industrie de l'influence, habituée à avoir une croissance constante. Ces derniers mois ont montré que, comme dans tous les secteurs, il y avait des moments de ralentissement. C'est ce qu'il s'est passé pour beaucoup d'acteurs: budgets serrés ou gelés avec les tensions internationales, budget travaillé au niveau européen et plus segmenté par pays, annonceurs qui se détournent de l'influence pour se concentrer sur d'autres sujets comme l'intelligence artificielle...

Et tous ces faits doivent être dits et mis en avant pour comprendre l'évolution de l'industrie. Dans ce carnet, c'est ce que nous avons souhaité montrer. Faire un état des lieux sans langue de bois de ce qu'est le secteur du marketing d'influence.

Nous avons créé ce carnet stratégique pour aider les annonceurs, les agences et les créateurs à y voir plus clair sur qui fait quoi et l'évolution de l'industrie, avec des chiffres clés.

Le travail a été long, stimulant et nous permet une projection dans les mois à venir. L'influence marketing est une stratégie qui s'est fait sa place, mais les marques ont encore besoin de réfléchir concrètement à leurs campagnes et leur présence sur les réseaux sociaux.

**Myriam Roche, fondatrice Les Gens d'Internet**

# **Pourquoi nous ne vous présentons pas le tarif d'un créateur?**

Dans cette étude du marché, un élément est manquant: celui de la rémunération des créatrices et des créateurs. Nous avons fait le choix de ne pas nous aventurer sur ce sujet pour plusieurs raisons.

La première est que le tarif des profils évoluent constamment selon plusieurs éléments :

- Le contenu demandé
- La plateforme où il est publié
- Les droits liés à la création du contenu
- L'évolution de leur communauté/taux d'engagement

La seconde raison est que le tarif est toujours négocié. Il s'agit en réalité d'un vrai case-tête pour beaucoup d'acteurs, d'agences et d'annonceurs. La rémunération des créateurs est recalculée pour chaque projet, même si certains ont des offres stables et claires. Ce n'est pas le cas de toutes et tous, difficile donc d'en faire une généralité.

# Sommaire

**Le contexte économique**

**Page 5**

**Les acteurs de l'influence**

**Page 12**

**Les marques dans l'influence**

**Page 57**

**L'aspect juridique**

**Page 87**

# Chiffres clés 2024

- **Budget minimal en moyenne pour une campagne** : moins de 50 euros par mois pour les moins chères
- **Manière dont elles trouvent les clients** : prospection majoritairement, puis appel d'offres
- **Nombre de clients moyen à l'année en moyenne** : plus d'une centaine

# Liste des plateformes françaises d'influence :

- **Bazaarvoice**
- **Click Analytic** (clients Snug, Bulk, NordVPN...)
- **Favikon**
- **Featt** (clients B-in-Touch, Sport, Career Assist, Petit Dessin...)
- **HypeAuditor**
- **Impact** (clients Levi's, Lenovo, Canva...)
- **Influence4You** (clients Celio, Asus, Deezer...)
- **Kolsquare** (clients Caudalie, Lush, Sephora...)
- **Reech** (clients Yves Rocher, Carrefour...)

# Beauté et Cosmétiques

La beauté et les cosmétiques sont également un secteur plus que présent dans l'influence. Des entreprises comme Sephora ou encore L'Oréal travaillent avec des créateurs depuis de nombreuses années. L'enseigne Sephora réunit de nombreuses marques, qui sont visibles en ligne grâce aux partenariats noués avec les ambassadeurs.

Les contenus se renouvellent peu. Les tutoriels maquillage ou les routines sont privilégiés pour mettre en avant le produit, montrer son effet sur la peau et donner des indications. L'objectif est de gagner en visibilité, de travailler l'image de marque ou encore de vendre.

Voici quelques chiffres intéressants sur le secteur des cosmétiques :

- il génère **45 milliards d'euros** de chiffre d'affaires
- il y a plus de **3200 entreprises** du secteur de la cosmétique en France
- la grande distribution détient **45% des parts de marché** et c'est Sephora qui réalise le meilleur CA avec **1,47 milliard d'euros**