

Comment se faire de l'argent sur Instagram ?

Qu'appelle-t-on un « influenceur » ?

Dans le jargon marketing, un « influenceur », ou « utilisateur influent », est une personne pouvant influencer le comportement des consommateurs qu'il côtoie. Par exemple, des internautes tenant un blog très lu, ou, sur un réseau social, une page avec un nombre de followers à 5, 6 voire 7 chiffres, sont des « e-influenceurs ». Cela leur vaut d'être courtis s par des marques : elles leur offrent de l'argent, des voyages, des cadeaux? en échange d'un post mettant en avant leur produit. Le phénomène a pris de l'ampleur ces dernières années sur les blogs, YouTube, Facebook et Twitter. Depuis deux ans, des marques « draguent » aussi les photographes amateurs   succès sur Instagram.

L'exemple du Fran sais Qorz

Jean-Bernard, qui officie sous le pseudo Qorz, est un influenceur fran sais sur la célèbre plate-forme de photos, où il compte 182 000 abonnés. Il s'est mis à Instagram il y a trois ans, un peu par hasard. « Je suis graphiste, passionné d'image. Je voulais travailler ma technique de photo. Se confronter aux autres et à leurs commentaires est une bonne  cole ! Je me suis vite pris au jeu, raconte-t-il. Au début, je photographiais ce qui m'entourait, librement. J'ai gagné des followers. J'ai vraiment réalisé qu'ils constituaient un audimat pouvant intéresser les marques un an plus tard, quand une agence de communication m'a contact . On m'a invité au restaurant et demandé où je voulais aller en vacances ! Je suis parti ainsi à Istanbul, dans un palace, invité par une chêne d'hôtels. Je n'avais aucune obligation : j'étais libre de photographier ce que je voulais, comme c'est le cas pour chacune de mes collaborations avec des marques. Je peux ne pas montrer le produit sur une photo et me contenter de citer la marque dans le commentaire ou en hashtag. »

« AUCUN INSTAGRAMER N'EN VIT EN FRANCE, MAIS CELA VA PEUT-ÊTRE VITE CHANGER. » QORZ, INFLUENCEUR.

Une rémunération en argent et en nature

« La rémunération varie de plusieurs centaines d'euros pour une photo à plusieurs milliers d'euros pour une série de clichés, affirme Qorz. Aucun Instagramer n'en vit en France, mais cela va peut-être vite changer. Au début, on nous offrait des voyages, maintenant, ce sont des

voyages et de l'argent en plus? Aux États-Unis, c'est devenu un vrai business pour certains. « Qorz se dit surtout intéressé par les avantages en nature : les séjours, le matériel? » « Autre atout : les rencontres avec des Instagramers du monde entier, confie-t-il. Aux États-Unis, l'un d'eux est venu me chercher à mon arrivée et m'a fait visiter Hollywood ! » Et l'indépendance dans tout ça ? « Je peux garder ma liberté artistique. Je ne vais pas vendre mon âme : on ne m'obligera pas à faire la photo "brute" d'un produit. Je suis avant tout passionné. »

Une négociation au nombre d'abonnés

Parmi les agences de communication faisant le lien entre annonceurs et influenceurs, il y a Tribegram Lab. « Nous travaillons avec une cinquantaine de power Instagramers, plus de 50 000 followers. Aucun n'est sous contrat d'exclusivité avec une agence, comme c'est souvent le cas aux États-Unis », précise Séverine Bourlet, cofondatrice de Tribegram Lab. Ils sont payés au moins 0,002 centime d'euro par follower. Les six ou sept plus gros Instagramers français, dont VuTheara (813 000 abonnés), peuvent facturer 1 000 à 3 000 euros la journée, « comme des photographes pro ».

Quels annonceurs sont les plus adeptes ?

« Les plus actifs se trouvent dans les secteurs du sport, de l'automobile, des cosmétiques et de la mode », détaille Séverine Bourlet. Pour une grosse opération avec un Instagramer suivi par 500 000 followers faisant une série de 10 photos, l'annonceur débourse 10 000 euros. Les marques se tournent vers les influenceurs pour leur travail de recherche photographique et parce qu'ils sont en contact permanent avec leurs abonnés. Ils détectent bien les tendances des modes et, en photo, les tendances de tonalité d'image, de colorimétrie. Et cela coûte bien sûr moins cher qu'une campagne de pub à la télévision ou dans la presse. Dernière marotte des marques : « Snapchat, de plus en plus demandé », annonce Séverine Bourlet.

C'EST QUI ? C'EST QUOI ?

Instagram

Réseau social de partage de photos et de vidéos, accessible gratuitement sur mobiles via une application et sur navigateurs. Il permet de capturer des images et de leur appliquer des effets visuels. L'utilisateur peut les partager avec son réseau d'amis et laisser des commentaires, « liker » les clichés des autres

L'application Instagram a été lancée en octobre 2010 par l'Américain Kevin Systrom et par le Brésilien Mike Krieger, alors âgés de 26 et 24 ans. Sur iPhone, 200 000 personnes l'ont téléchargée la semaine de sa sortie. Lors de son lancement sur Android, 1 million de

personnes se sont ruées dessus en 24 heures !

Cet article est extrait de l'Eco, hebdo destiné aux 12-16 ans.

Si vous voulez abonner votre enfant cliquez sur la bannière ci-dessous.