

Bordeaux, le 10 Janvier 2022

**Eliette, l'agence de communication et de stratégie de marque du groupe Sud Ouest, dévoile Influences Locales, sa nouvelle offre de Marketing d'Influence à dimension locale.**

Influences Locales, c'est :

- **L'offre de marketing d'influence** initiée et portée par Eliette, avec le soutien du groupe Sud Ouest, qui met en lien annonceurs et influenceurs de la Nouvelle Aquitaine.
- Une **charte pour les influenceurs locaux**, portant sur la qualité de leur contenu et de leur audience, et l'attachement au territoire de ces créateurs de contenus.
- Une **équipe d'influenceurs créateurs de contenus** réunis pour développer un marketing d'influence "made in Sud Ouest" responsable.

**Influences Locales, une offre de marketing d'influence pour accompagner marques et influenceurs du besoin marketing initial à l'analyse des résultats.**

Aujourd'hui, le marketing d'influence est un levier quasiment incontournable dans les stratégies de communication. Mais c'est un outil encore récent, et autant les marques que les influenceurs ont besoin d'être accompagnés.

Ce constat, Eliette le partage depuis plusieurs mois. Fabrice Bory (Responsable Agence Eliette) : *"De plus en plus de partenaires font appel à nous car ils veulent faire du marketing d'influence mais ne savent pas comment, ou bien s'y sont essayés mais sont déçus des résultats. Le constat est le même du côté des influenceurs : trop de propositions qui ne font pas sens, une rémunération opaque, demandes de ne pas dire clairement que c'est un partenariat"*.

C'est donc en toute logique, et pour répondre à un besoin des partenaires mais aussi des influenceurs, qu'Eliette lance Influences Locales, son offre de marketing d'influence intégrée.

Eliette accompagne les annonceurs du brief à la sélection des profils, à l'établissement d'un budget adapté (pas de commission sur les rémunérations des influenceurs), à la proposition de concepts créatifs, au choix des plateformes d'influence (réseaux sociaux, blogs, réseaux de contenus), aux échanges avec les influenceurs, au suivi et à l'analyse des résultats.

## La dimension locale, pour répondre au besoin de proximité et d'authenticité

L'étude d'Harris interactive de 2020 fait un constat sans appel : les français recherchent de l'authenticité dans leur rapport aux autres mais aussi dans leur rapport aux produits et aux marques qu'ils consomment. Le local apparaît comme un critère clé lors de la décision d'achat.

Fabrice Bory : *"C'est une véritable tendance qui a explosé avec la crise du covid. Nous le constatons et le mettons en pratique au quotidien dans les stratégies de communication que nous recommandons et mettons en œuvre avec nos partenaires."*

Face à ce constat, Eliette a décidé d'intégrer cette tendance dans son offre de marketing d'influence, en s'appuyant sur des créateurs de contenus de la région, qui sont attachés à leur territoire et le mettent en avant. Ces "influenceurs locaux" sont au plus proches des cibles, ils connaissent les néo-Aquitains et leur territoire et sont les mieux placés pour mettre en avant le terroir et le savoir-faire de la Nouvelle-Aquitaine.

## La Charte

Dans la continuité de cette tendance de besoins d'authenticité, de proximité, de confiance, mais aussi dans la lignée du travail de l'ARPP sur le marketing d'influence responsable, Eliette a créé la **charte "Influences Locales"**.

Cette charte, signée par Eliette et les Influenceurs locaux, est un engagement sur la qualité du contenu (pas de contenu injurieux ni provoquant), des audiences (pas d'achat d'abonné ni de faux comptes), des collaborations (pas de collaboration cachées ni faisant la promotion de marques non réglementées) et de mise en avant du territoire (un certain pourcentage est à respecter).

C'est une condition sine qua non pour faire partie de l'équipe Influences Locales.

## Les créateurs de contenus d'Influences Locales

Concrètement, qui sont les créateurs de contenus membres d'Influences Locales ?

1. des influenceurs qui ont signés la charte Influences Locales
2. des influenceurs nano et micro (entre 5 000 et 100 000 followers)
3. des créateurs de contenus de toute la région Nouvelle Aquitaine (Bordeaux, Limoges, La Rochelle, Hossegor, ...)
4. Une attention toute particulière a été portée sur leur profil : chacun des créateurs de contenus est un véritable expert dans son domaine, ou une personnalité forte, suivie et appréciée
5. Ils s'expriment sur les différentes plateformes d'influence (réseaux sociaux - insta, facebook, etc... -, blogs, réseaux de contenus - youtube, twitch, tiktok-)

Influences Locales, c'est également une équipe, avec des rencontres prévues entre les membres, des échanges, voire des featurings, des conseils, de la bienveillance et de l'entraide.

## Influences Locales en quelques chiffres

Jean-Marie de Lauzun (Content Manager) *“Nous sommes très fiers des premiers retours sur le projet Influences Locales. Les créateurs de contenus adhèrent au projet, ils sont super enthousiastes ! ils ont tous hâte de participer à la première rencontre, dès que le contexte sanitaire le permettra”.*

Aujourd'hui, ce sont 20 influenceurs qui ont intégré le label Influences Locales. *“Nous espérons être 50 au premier trimestre 2022”.*

L'offre est en tout cas très attendue.

*“Nous n'avions même pas encore lancé Influences Locales que nous étions déjà sollicités par nos partenaires !”*

## Une équipe d'experts

L'équipe d'Influences Locales est composée d'experts des réseaux sociaux et de la production de contenus.

**Matthieu Ribeiro**, Social Media Manager, est un expert des réseaux sociaux, il est à l'affût des nouvelles tendances digitales. Il a notamment travaillé chez l'annonceur (H&M) mais aussi en agence (Parker & Parker) et en freelance.

**Jean-Marie de Lauzun**, Content Manager, est un expert du brand content. Il a notamment travaillé à l'Office de Tourisme de Bordeaux Métropole, en agence (Havas) et dans des médias internationaux (Eurosport), à gérer des projets pour des marques nationales (Peugeot, Unilever, Pepsico, Nike) et internationales (Longines, Oakley, Mumm).

L'expertise, le savoir-faire et la vision de ces deux talents est une force majeure pour le projet Influences Locales.

Ils sont accompagnés d'une équipe de chefs de projet afin de gérer les futures collaborations.

## Jean-Marie de Lauzun

Responsable Contenus

0661268388

[jm.delauzun@sudouest.fr](mailto:jm.delauzun@sudouest.fr)

