



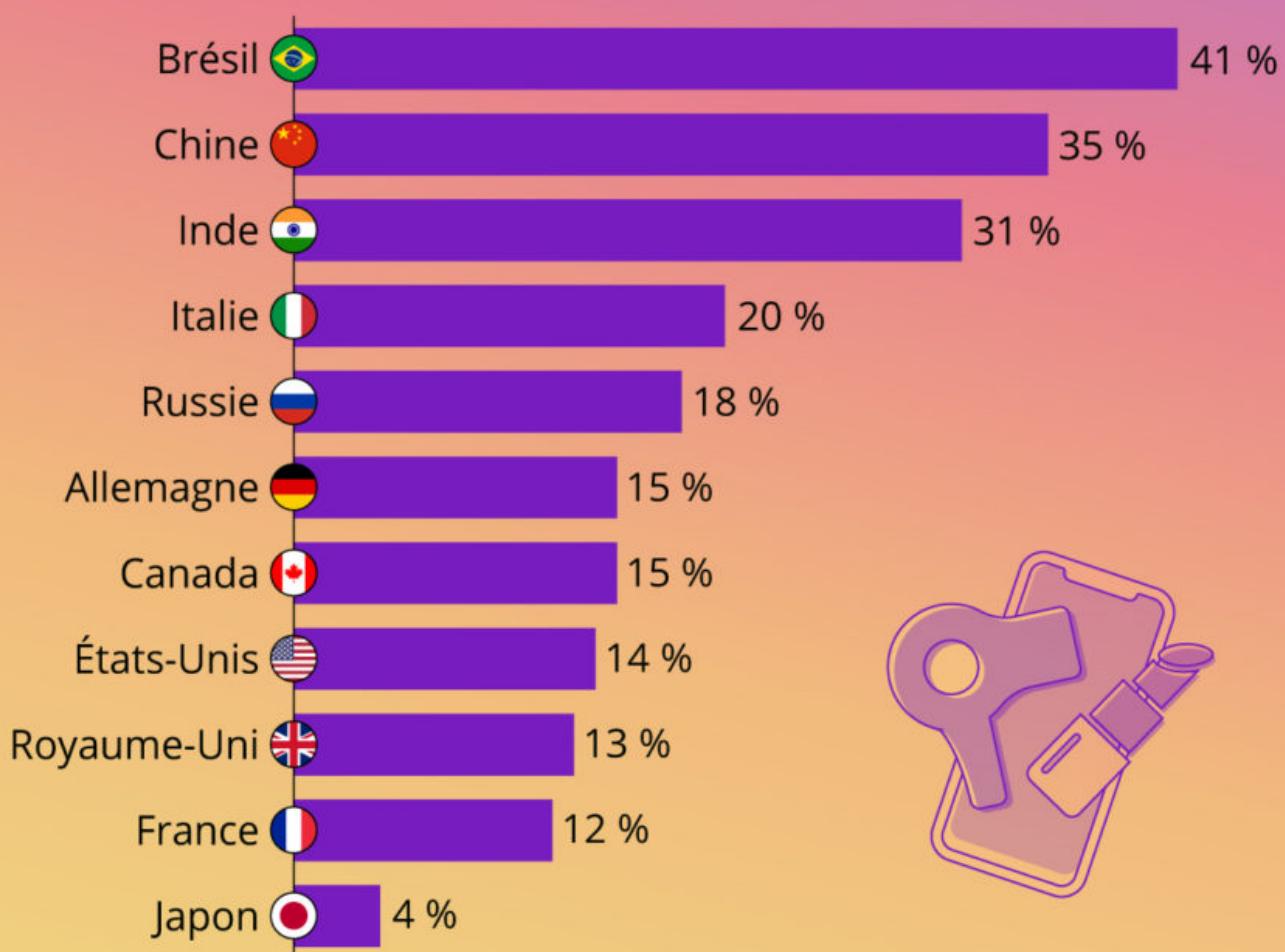
Ecrit par Echo du Mardi le 29 mai 2021

L'influence des influenceurs

Ecrit par Echo du Mardi le 29 mai 2021

L'influence des influenceurs

Part des répondants déclarant avoir acheté quelque chose parce que des influenceurs/célébrités en ont fait la promotion *



* Base : 26 654 répondants dans 11 pays (18-64 ans).

Données issues de 3 vagues d'enquête entre février 2020 et mars 2021.

Source : Statista Global Consumer Survey




Ecrit par Echo du Mardi le 29 mai 2021

12 % des personnes interrogées en France dans le cadre du [Statista Global Consumer Survey](#) ont déclaré avoir déjà acheté quelque chose parce que des [influenceurs](#) ou des célébrités en avaient fait la promotion. Comme le révèle notre graphique, cela signifie que les Français sont comparativement peu enclins à se laisser influencer par ce type de publicité, à l'image des Britanniques (13 %) et des Japonais (4 %), qui sont eux parmi les plus sceptiques à cet égard. À l'inverse, cette forme de marketing semble beaucoup plus efficace au Brésil et en Chine, où plus du tiers des répondants ont avoué avoir acheté un bien ou un service suite à une promotion faite par un influenceur.

Le marketing d'influence connaît un [véritable essor ces dernières années](#) et il est également de plus en plus utilisé par des acteurs politiques. En début de semaine, des influenceurs français ont notamment [révélé](#) qu'ils avaient été approchés par une mystérieuse agence afin de dénigrer le vaccin de Pfizer/BioNTech moyennant finances. Une pratique jugée « minable », « dangereuse » et qui « ne marche pas » selon les mots du ministre de la Santé, Olivier Véran.

De Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)