

Influence locale

Concevoir des stratégies d'influence
portées par les créateurs en région

Lumière



01

Notre réseau d'influence locale

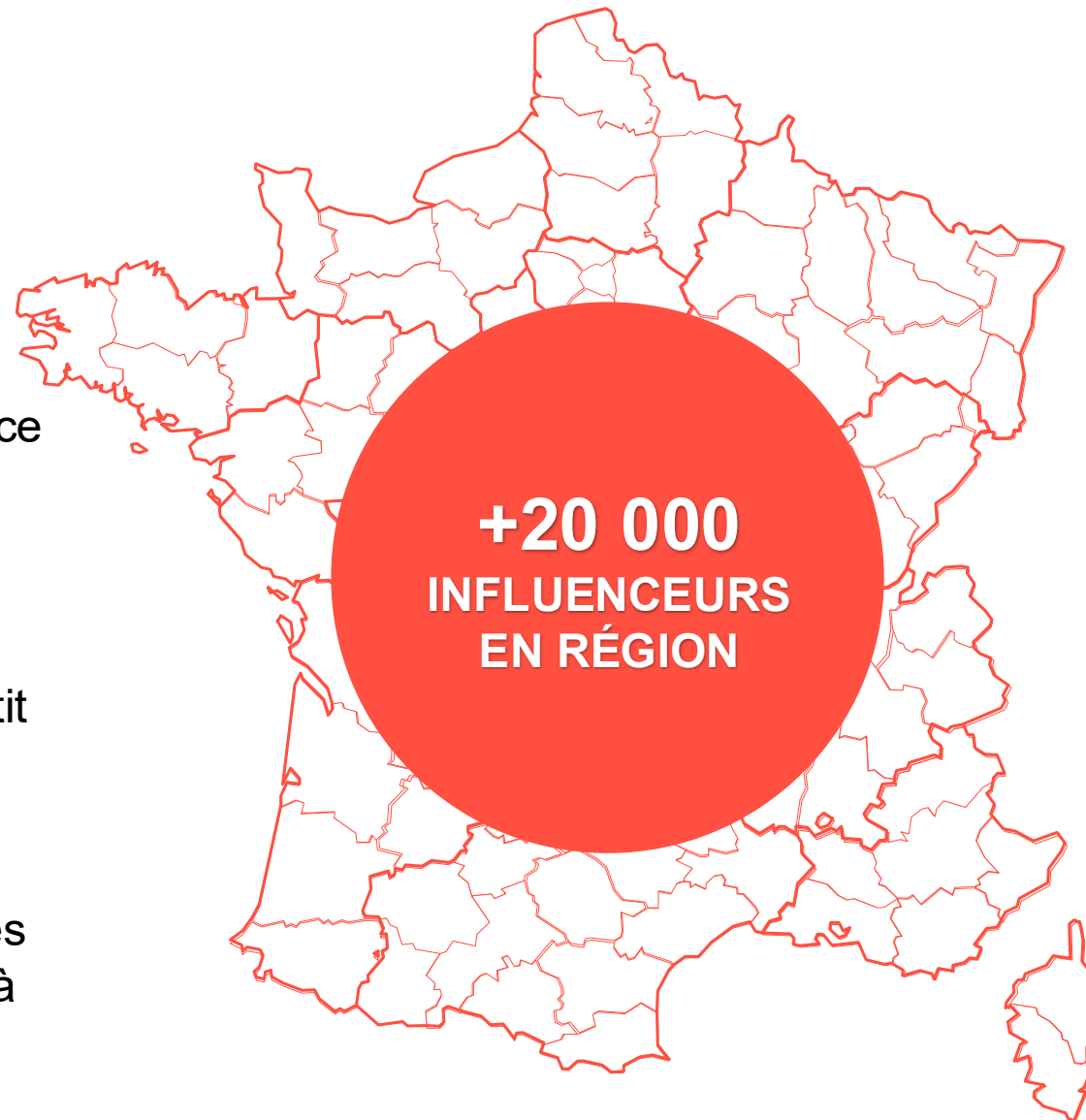


L'influence ancrée dans les territoires

À l'heure où la proximité et l'authenticité sont devenues des leviers clés de performance, l'influence locale s'impose comme un puissant moteur de confiance et d'engagement.

Lumière étend son offre combinant puissance et granularité avec un volet **INFLUENCE LOCALE** bâti sur **+ de 20 000 créateurs en région fédérant des communautés de 5k à 500k abonnés***.

Ce maillage territorial unique permet l'adaptation des messages aux spécificités locales, et une capacité à activer simultanément plusieurs bassins de vie.



✦ Communautés engagées, impact maximisé

L'approche **INFLUENCE LOCALE** de Lumière conjugue

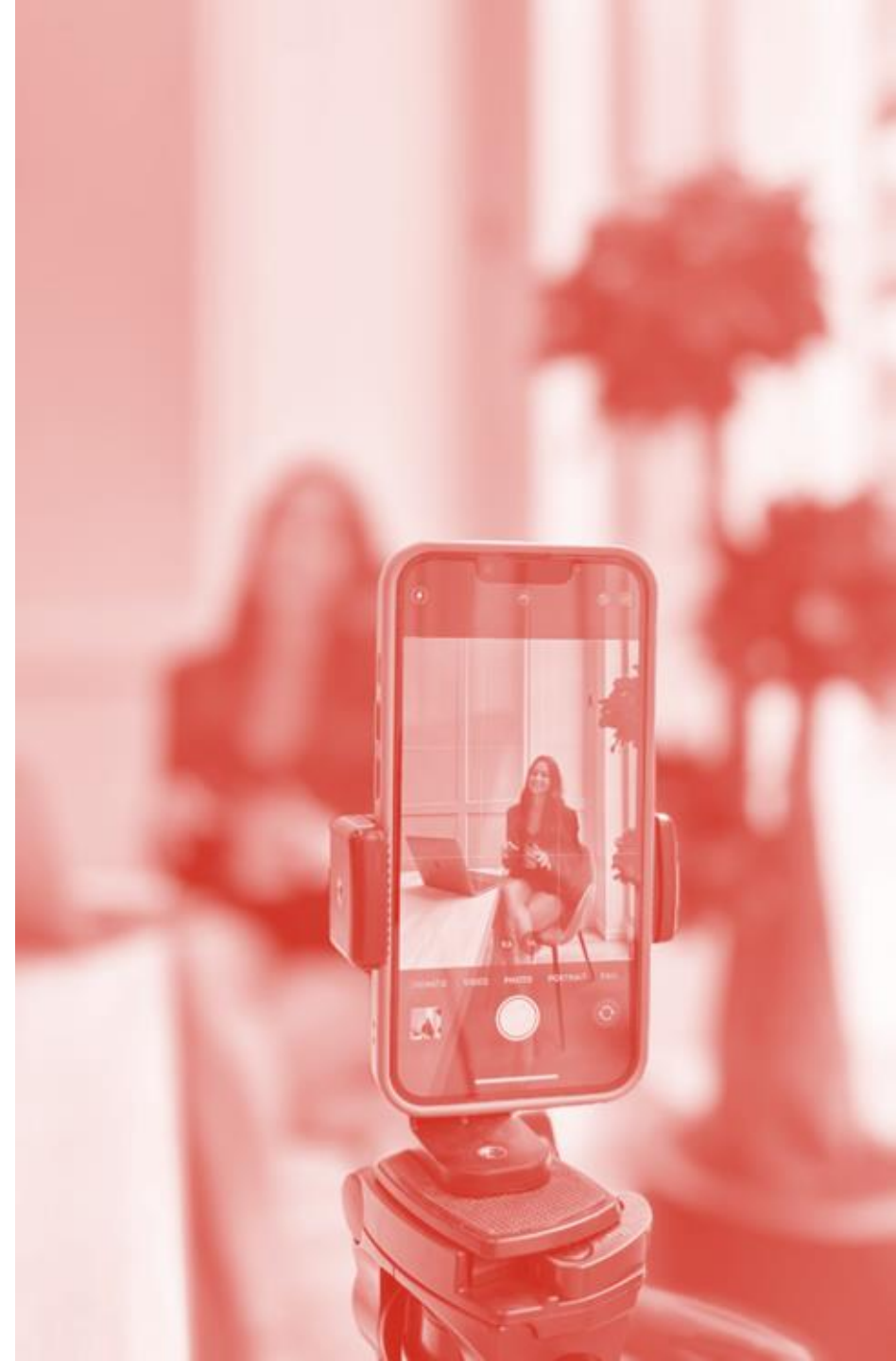
- la force de la recommandation,
- la crédibilité des profils locaux
- et l'impact d'une diffusion ciblée

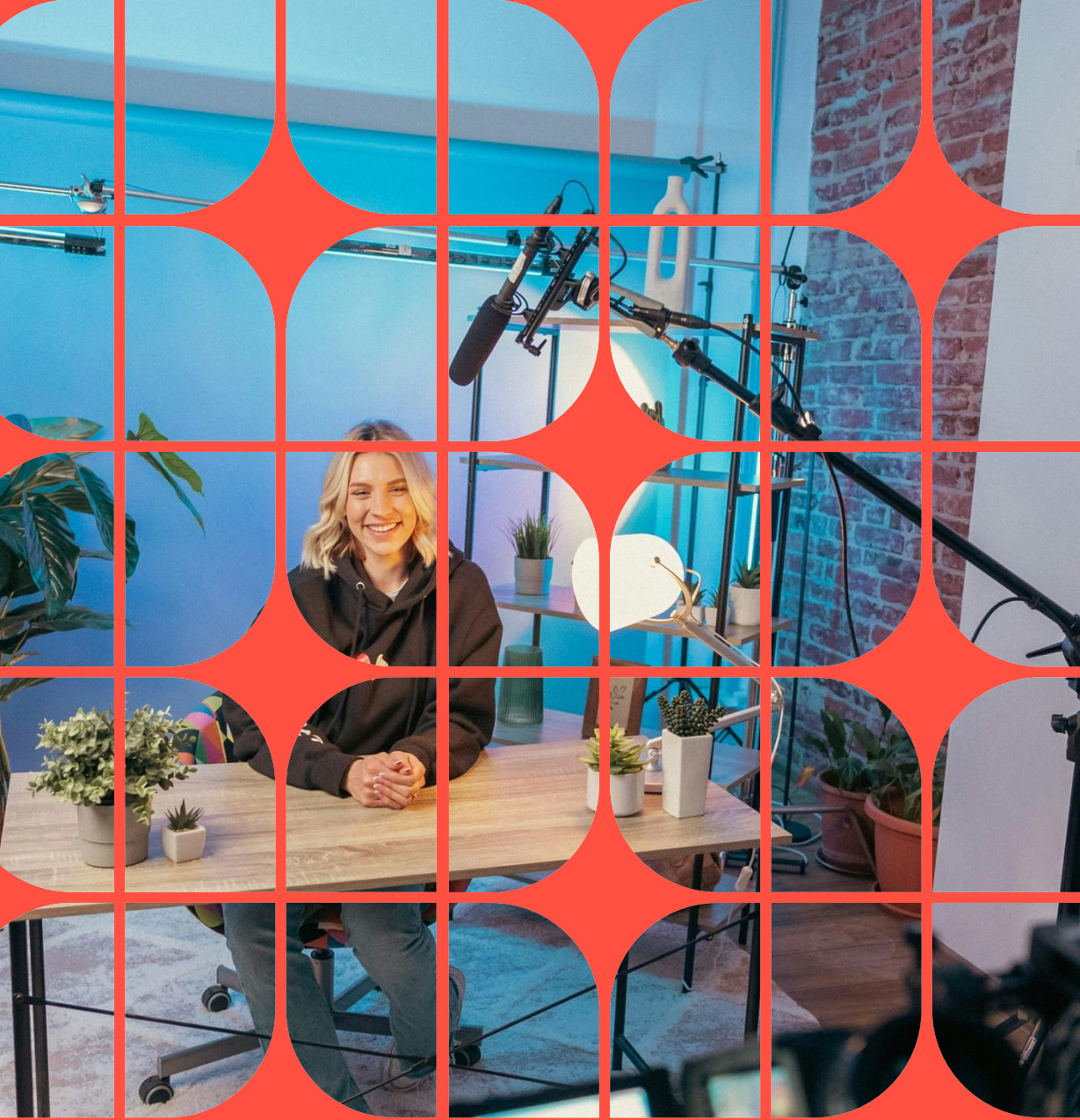
pour générer de la visibilité, de la considération et de la conversion

Les micro-influenceurs génèrent des
taux d'engagement

3 à 6x supérieurs
vs macro-influenceurs natio

Source : Rapport annuel de Influencer Marketing Hub (2025/2026) / Jonah Berger, Expert en viralité à Wharton.
Taux d'engagement : l'indice de l'attention et de la confiance active qu'une communauté porte à un créateur. Il est calculé sur les dernières publications actives de l'influenceur par le nombre d'interactions (likes, commentaires, partages, enregistrements...) divisé par le nombre de followers (d'abonnés)

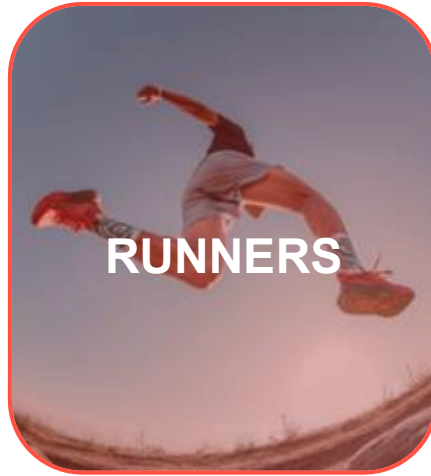




02

Nos régions ont des talents

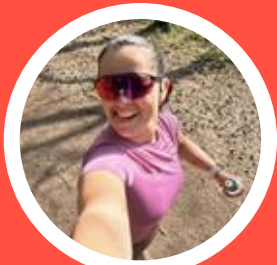
✦ **Des territoires
d'influence
au service des
marques**



RUNNERS

des passionnés de running et de sport au sens large

± 1000 influenceurs | 52,5M followers



@laurunmind

Santé mentale et course à pied
Bretagne



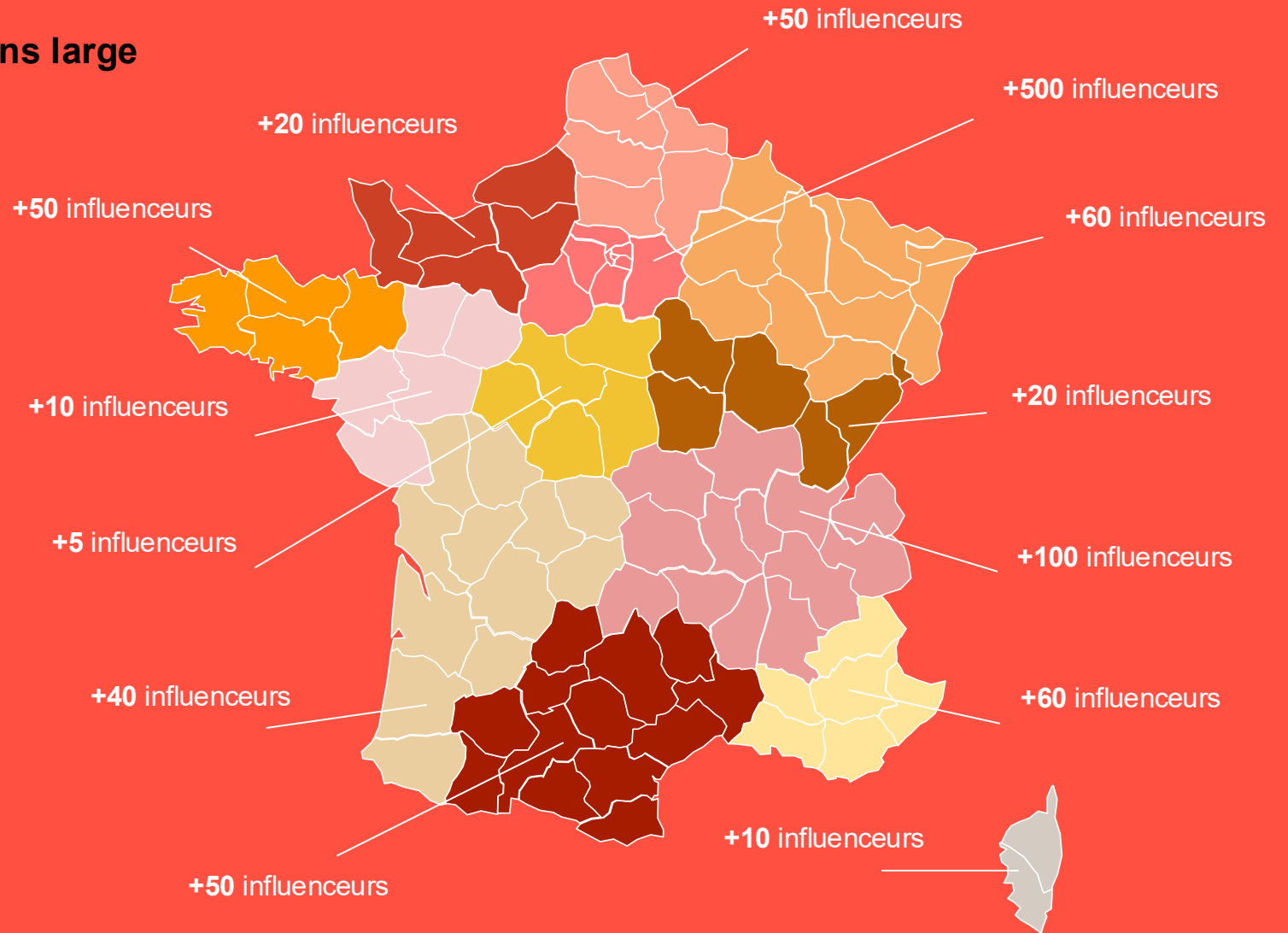
@anthony.frontera

« Vis ma passion avec moi »
Lyon



@julie_cfs

Trentenaire bien dans ses baskets
Marseille / Aix



LOCAVORES

des amoureux du terroir, qui valorisent la consommation responsable

± 1000 influenceurs | 50M followers



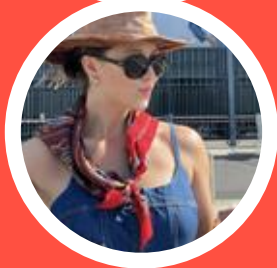
@popo.mood

Mets en lumière les pépites du terroir
Gers - Sud Ouest



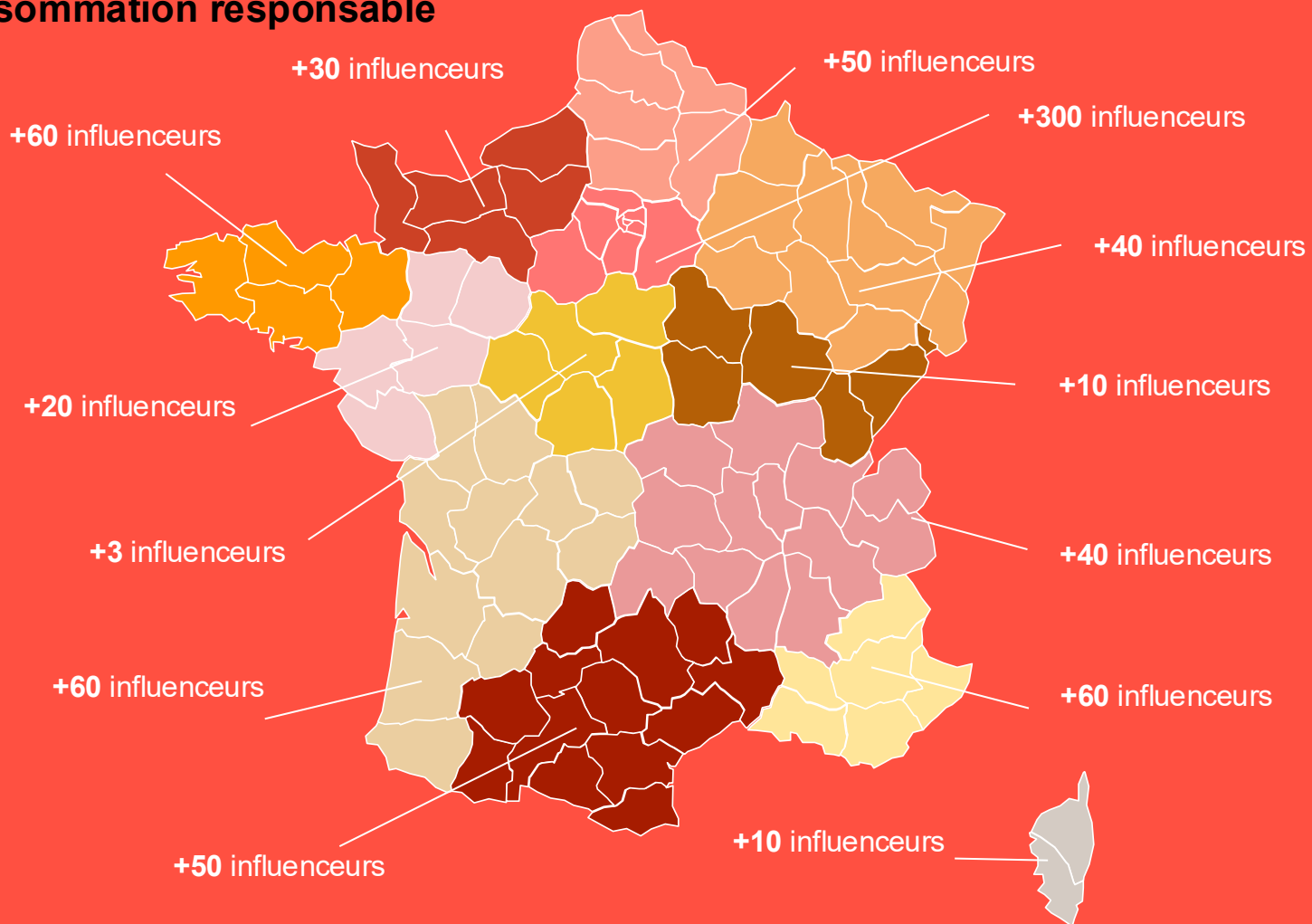
@roxane_alacampagne

"En télétravail depuis mon potager »
Bretagne



@juliettehenry

Pâtissière œnophile
Bordeaux

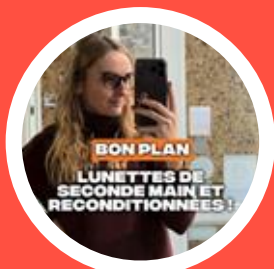


PROMOVORES



Des profils malins, à l'affût des bons plans

± 150 influenceurs | 10M followers



@lesbonsplanslillois

Dénicheuse de bons plans
Lille



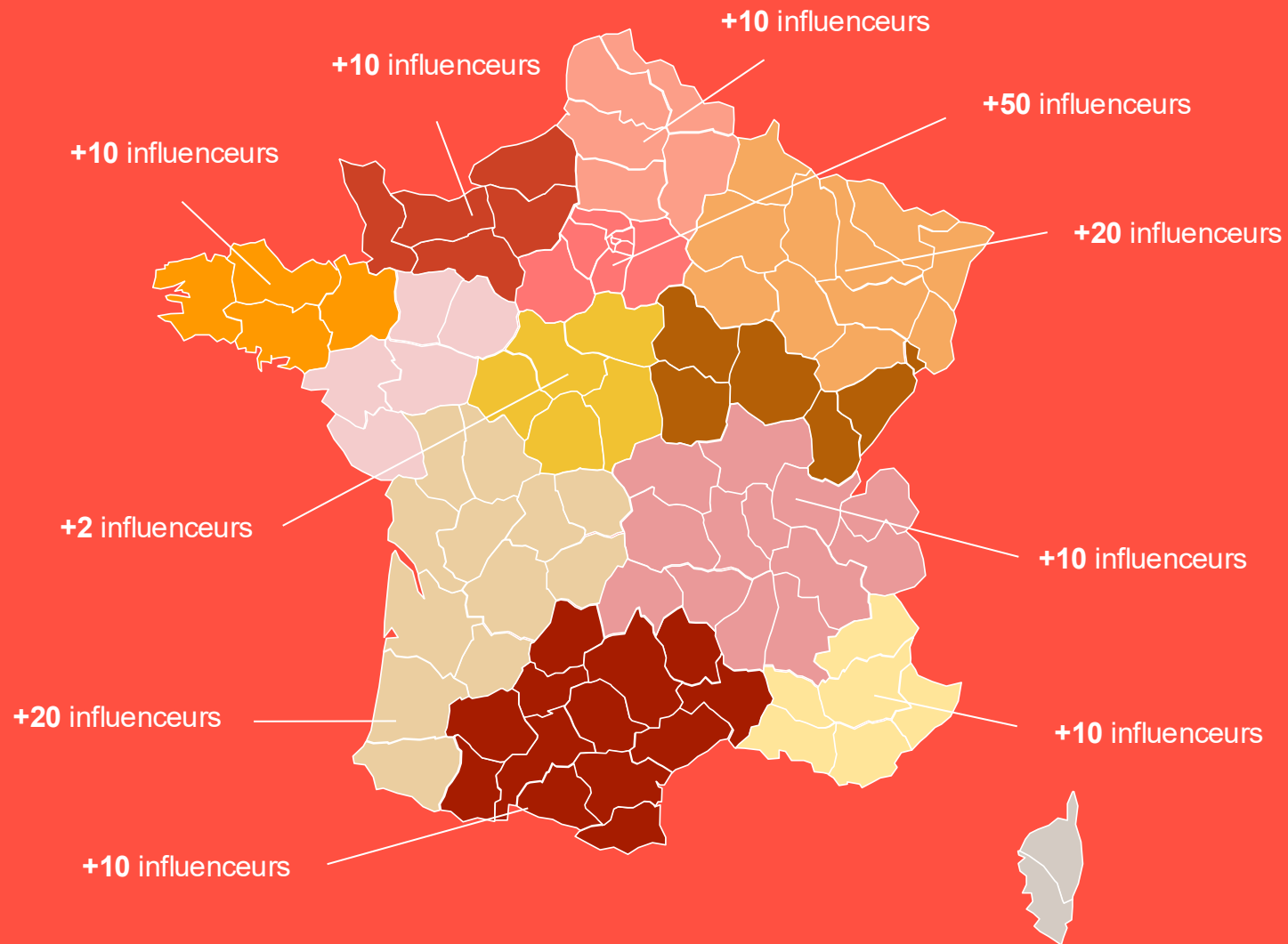
@lesbonsplansdejulie

Pouvoir d'achat et compléments de revenus
Lyon



@nelson_mrq

Bons plans | Recettes | Lifestyle
Paris



VOYAGEURS EN FRANCE



Des explorateurs qui mettent en lumière les destinations françaises

± 500 influenceurs | 25M followers



[@au.pire.on.part](#)

Famille nomade depuis 2017
Lyon



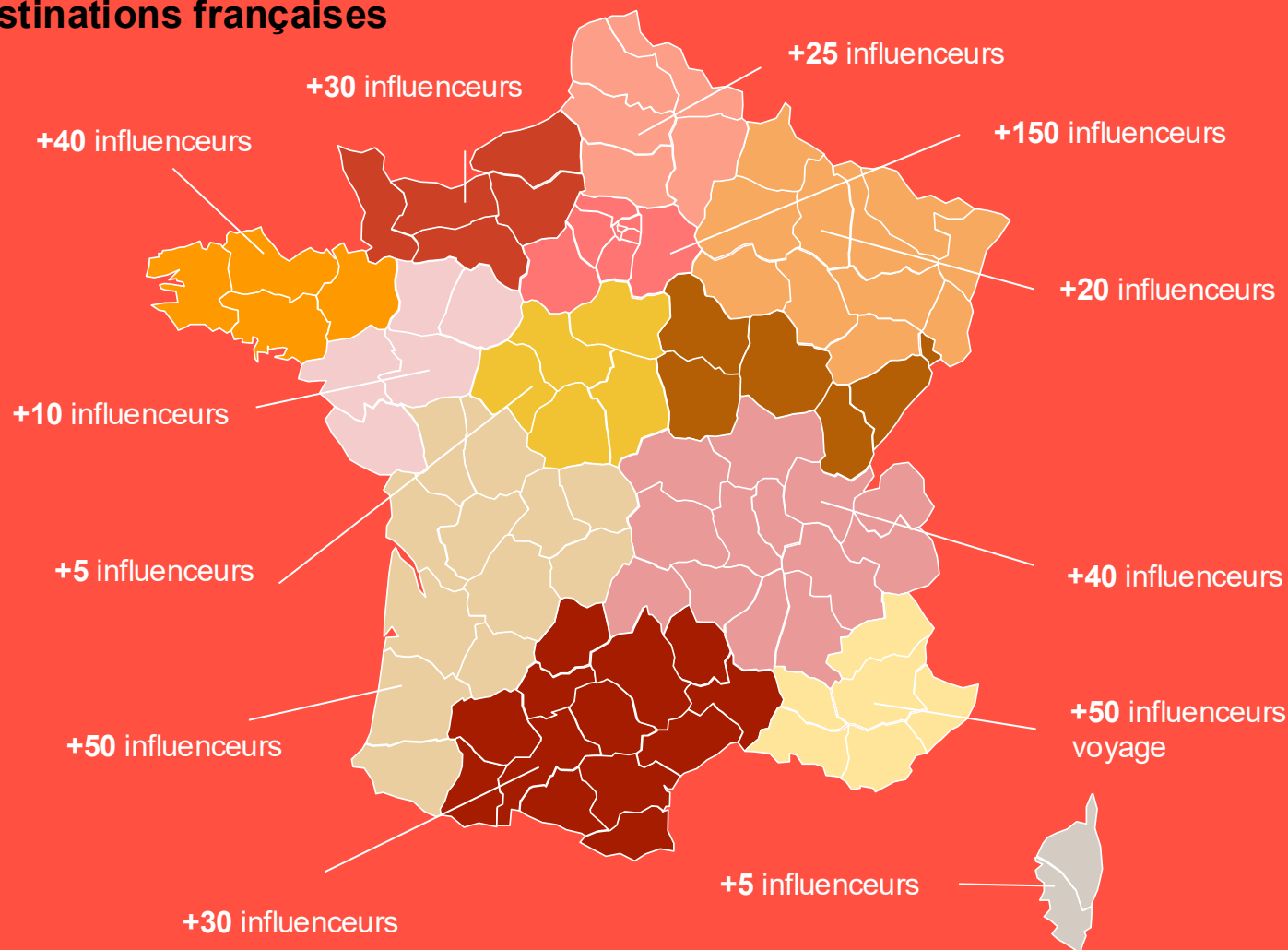
[@latrace.voyage](#)

Pédalez, explorez, savourez, recommencez.
Reims



[@guillaumepayen](#)

« Sûrement quelque part dans un train »
Occitanie



GESTIONNAIRES FINANCIERS



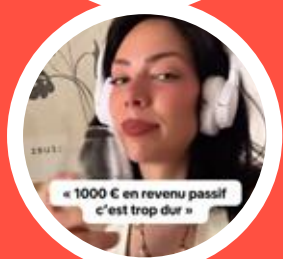
Des profils orientés business et performance financière

± 200 influenceurs | 10M followers



@lea_lejeune

Journaliste éco & entrepreneure
Paris



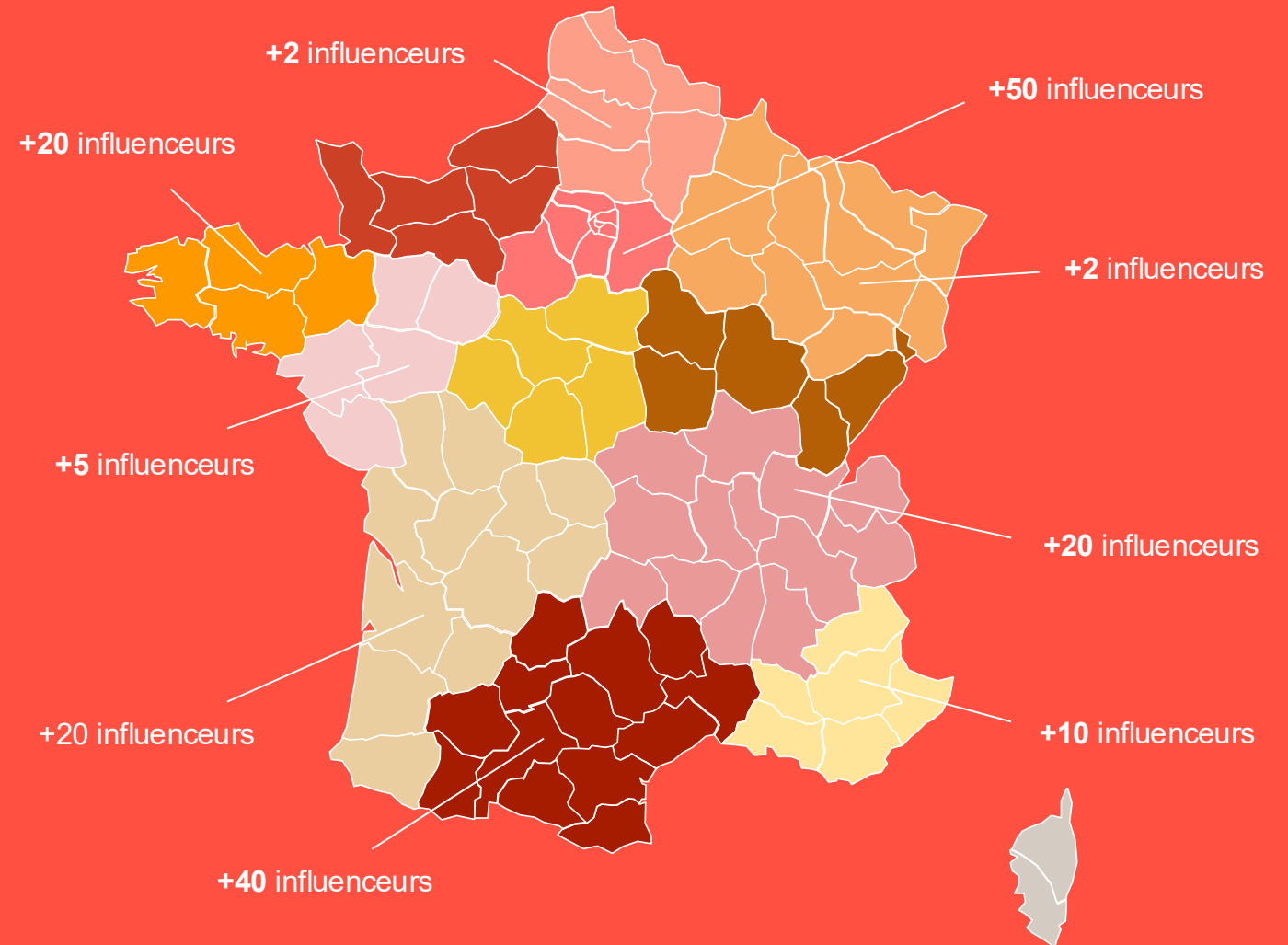
@emeline_mas

Gestion financière & immo
Reims



@sego.oia

« Le prof qui t'aide à bien investir en Bourse »
Marseille



BEAUTÉ – LIFESTYLE

Des profils inspirants axés sur le style de vie, les tests et recommandations produits

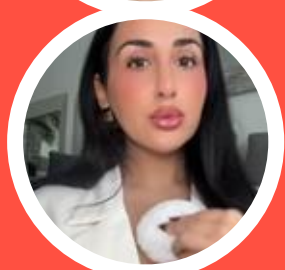
± 500 influenceurs | 15M followers



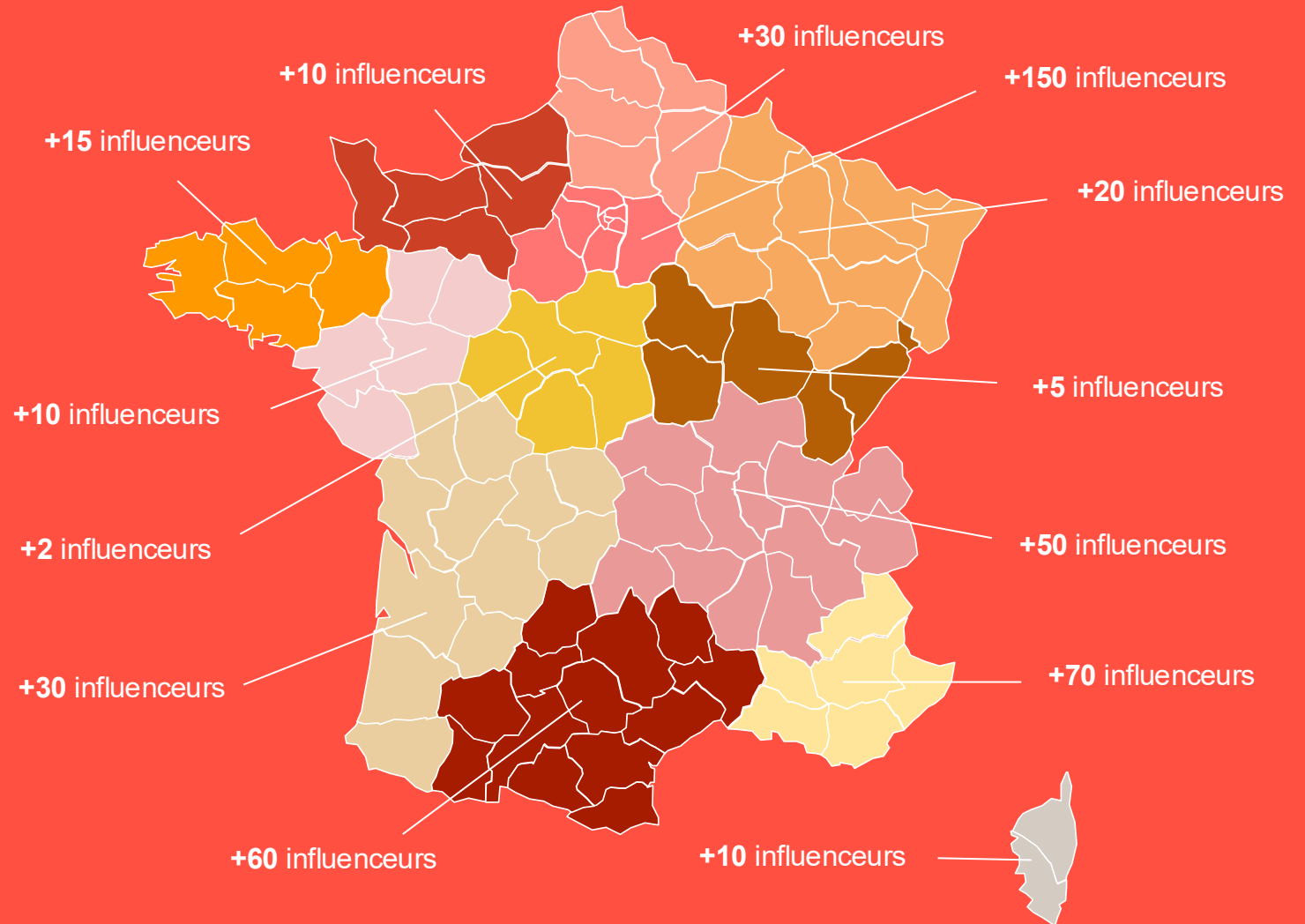
@cloe_zzini
Ta dose de soleil
Paris



@joaquim_ft
Lifestyle
Belfort / Lyon



@lailaulita
Beauty tips, parfum lover & travelling
Lyon / Cannes



SUR MESURE

Nous créons vos audiences cibles régionalisées **grâce à notre panel d'influenceurs locaux**



AGRICULTEURS



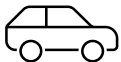
INDÉPENDANTS



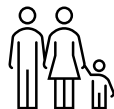
BRICO / DÉCO



ÉCOCITOYENS



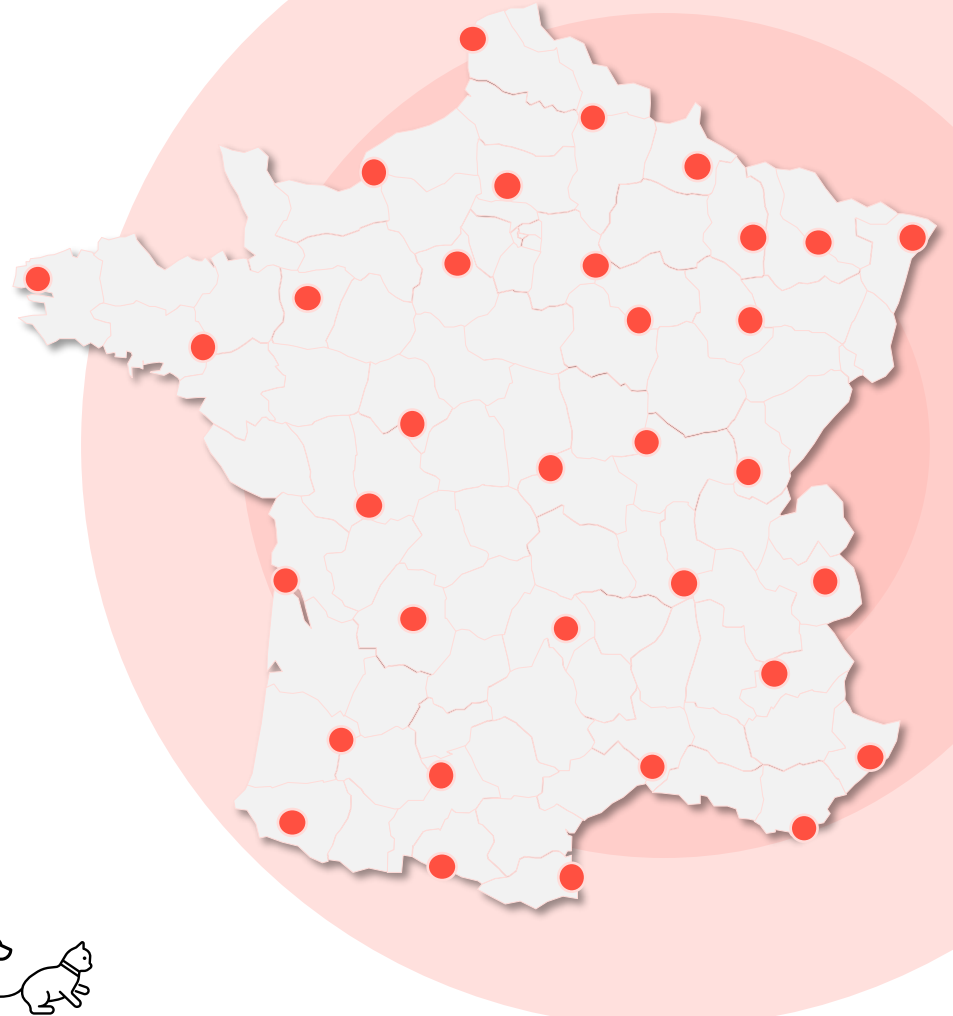
PILOTES DU QUOTIDIEN



FAMILLES ACTIVES



PET LOVERS ...





03

**Nos offres
influence
locales et
multi locales**

DRIVE TO

Générer du trafic en magasin ou sur un événement via l'influence locale amplifiée

CIBLAGE

Définition des zones et de la communauté cible

PROXIMITÉ

Sélection d'un pool d'influenceurs locaux pour créer et diffuser du contenu affinitaire

AMPLIFICATION

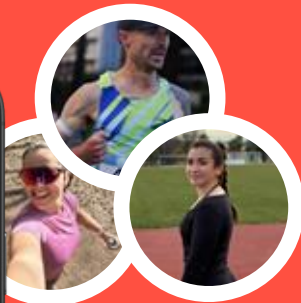
Renfort média digital et amplification des vidéos sur les réseaux sociaux des médias régionaux de référence des zones ciblées



Le dispositif DRIVE TO

Activation locale ou multi locale

TEASING



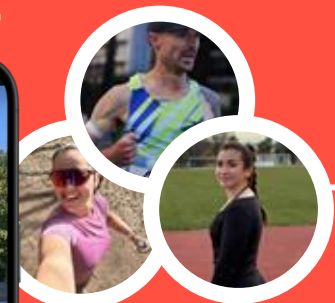
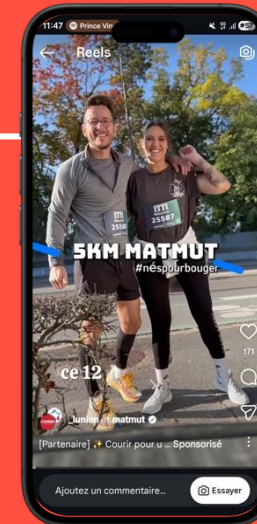
- ★ 3 influenceurs** & 3 stories par zone
- ★ 1 campagne display géolocalisée sur les sites de nos médias régionaux

LIVE



- ★ 3 influenceurs & 9 stories

REVEAL



- ★ 3 influenceurs & 3 réels par zone
- ★ Amplification sur les réseaux sociaux des médias locaux de référence sur les zones ciblées.
Format : posts sponsorisés (1min)

Budget / activation* : 30K€

(dont 14K€ de frais techniques)

1,6M d'impressions estimées globales

3 à 4% d'engagement sur les followers

*Cession de droits des contenus à l'annonceur

**micro-influenceurs



IMMERSION PRO

Recruter vos cibles stratégiques grâce aux communautés de nos influenceurs locaux

CIBLAGE

Définition des profils à adresser (étudiants, reconversion...) selon vos enjeux de recrutement

IMMERSION

Sélection d'un pool d'influenceurs locaux pour créer et diffuser du contenu immersif offrant une vision authentique d'un métier ou d'un environnement professionnel

AMPLIFICATION

Amplification des vidéos sur les réseaux sociaux et sites des médias régionaux de référence des zones ciblées





IMMERSION PRO

Des angles créatifs à la carte

VIS MA VIE

L'immersion totale

L'influenceur suit un étudiant ou un collaborateur pendant une journée type : cours, pauses, ambiance, projets.

Idéal pour : Montrer la réalité du quotidien sans filtre.

LE FAST-CHECK

L'interview micro-trottoir

L'influenceur part à la rencontre des personnes sur place pour leur poser 3 questions rapides et décalées (ex: "Le meilleur spot ici ?", "Pourquoi tu as choisi cette école ?").

Idéal pour : Donner la parole aux "pairs" de manière dynamique.

L'ENQUÊTE COULISSES

Droit de réponse

L'influenceur récupère les préjugés ou questions de sa communauté sur le secteur et va chercher les réponses directement auprès du directeur ou des équipes.

Idéal pour : Briser les clichés sur un métier ou une formation.

Le dispositif IMMERSION PRO

Activation locale ou multi locale



INFLUENCE

CONTENU EN IMMERSION

3 influenceurs activés
autour de la zone
définie

- 3 réels
- 12 stories



MÉDIAS RÉGIONAUX

Amplification sur les réseaux sociaux et les sites des médias locaux de référence sur les zones ciblées.

Format : posts sponsorisés et préroll (1min)

Budget / activation* : 45K€

(dont 12K€ de frais techniques)

1,8M d'impressions estimées

3 à 4% d'engagement sur les followers



SUR MESURE

Lumière conçoit vos campagnes d'influence en fonction de vos objectifs





04

**ils nous
font
confiance**



Accompagner et amplifier une tournée de festivals de running



Dans chaque festival de running, un influenceur local invite sa communauté à s'inscrire au 5km #néspourbouger via ses réseaux sociaux. La marque média locale s'associe à cette prise de parole en amplifiant le contenu de l'influenceur sur ses réseaux sociaux.

INFLUENCE LOCALE – activation de 5 influenceurs sport locaux dans cinq villes de France

SOCIAL LOCAL – amplification des contenus vidéos des influenceurs sur cinq marques media PQR

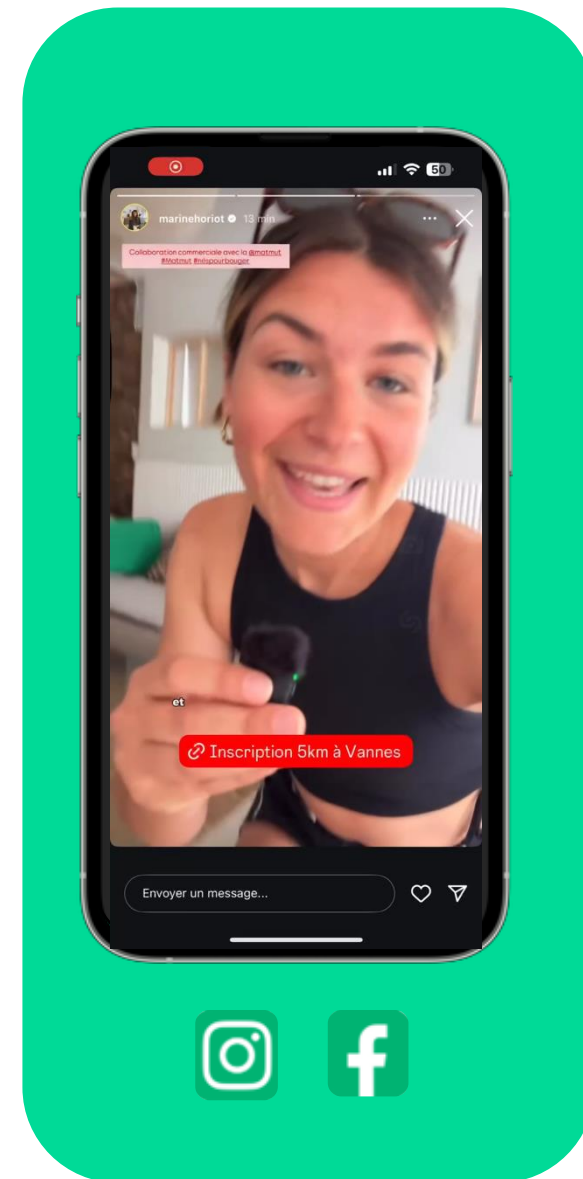
x2

moyenne taux d'engagement national



Prix bronze au Grand Prix Sport Business 2025

La tournée #néspourbouger





Valoriser la Région des Pays de la Loire à travers Ma Région Virtuose



La région Pays de la Loire souhaite faire connaître la programmation et attirer du public dans toutes les grandes et petites communes de la région. Une valorisation de la région comme moteur culturel accessible à tous.

INFLUENCE LOCALE - activation d'un influenceur avec un dispositif associé

PRE-ROLL NATIONAL - Diffusion du contenu story de 30s sur sites de nos marques média régionales

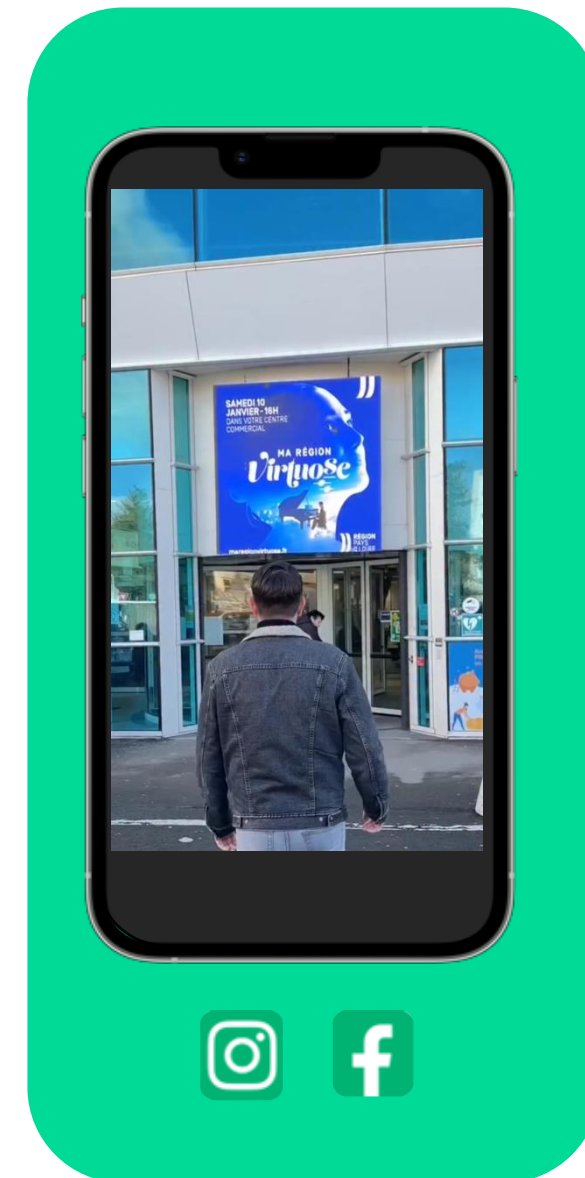
187K

Impressions

175K

Vidéos vues à
100%

Lumière





Se positionner comme un acteur clé de son secteur

GUY HOQUET

À l'occasion de la Saint-Valentin, Guy Hoquet souhaite renforcer son positionnement de partenaire de confiance dans la recherche du logement idéal. En s'appuyant sur un territoire émotionnel et affinitaire, la marque valorise son expertise et son accompagnement pour aider chacun à trouver le lieu où construire son histoire.

INFLUENCE LOCALE – activation d'un dispositif d'influence locale avec [@Sissyinparis](#) et [@Sogirlyblog](#)

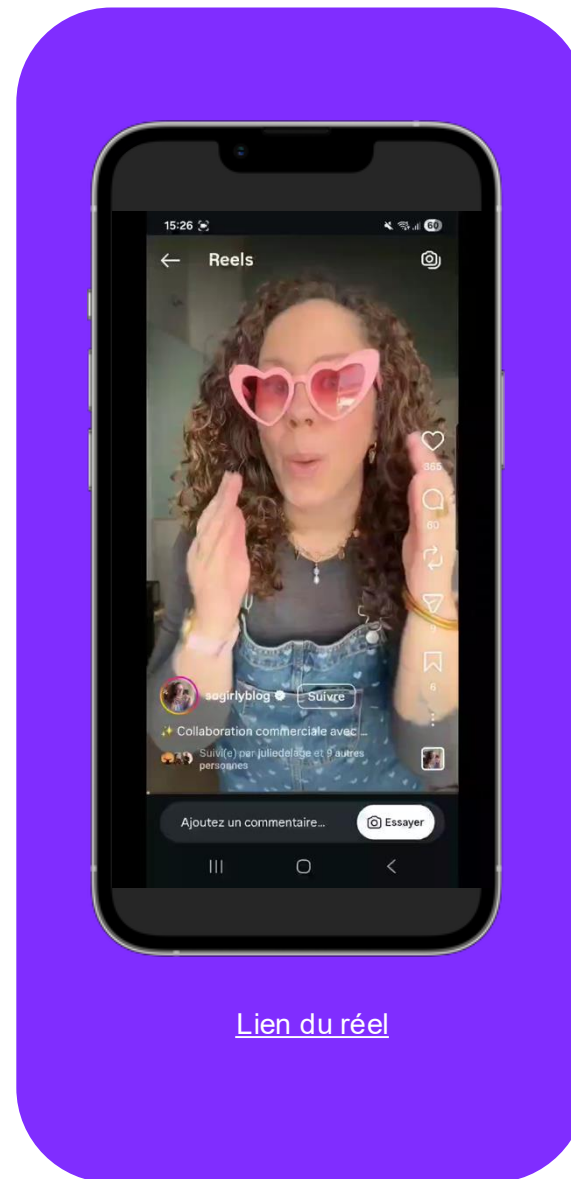
- 1 set de stories en amont du jour J
- 1 réel le jour de la Saint Valentin

284K

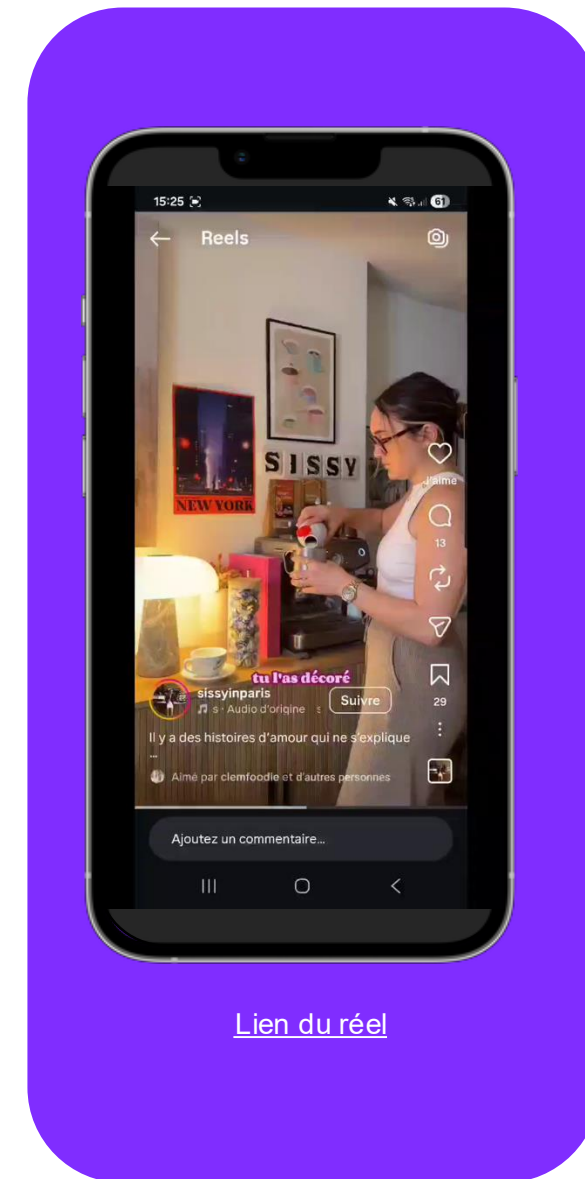
impressions

1 460

Actions prises
(clicks et swipes
ups sur les @ des
stories et posts)



[Lien du réel](#)



[Lien du réel](#)



Se positionner comme le partenaire des entrepreneurs

Qonto

Qonto souhaite se positionner comme le partenaire idéal accompagnant les entrepreneurs, du lancement de leur entreprise à la gestion quotidienne de leurs finances professionnelles, grâce au compte pro 100% en ligne

INFLUENCE LOCALE – activation d'un dispositif d'influence locale dans 4 villes : Marseille, Lyon, Bordeaux et Lille

- 1 set de stories
- 1 réel

Diffusion des réels sur l'écosystème digital vidéo de nos médias régionaux

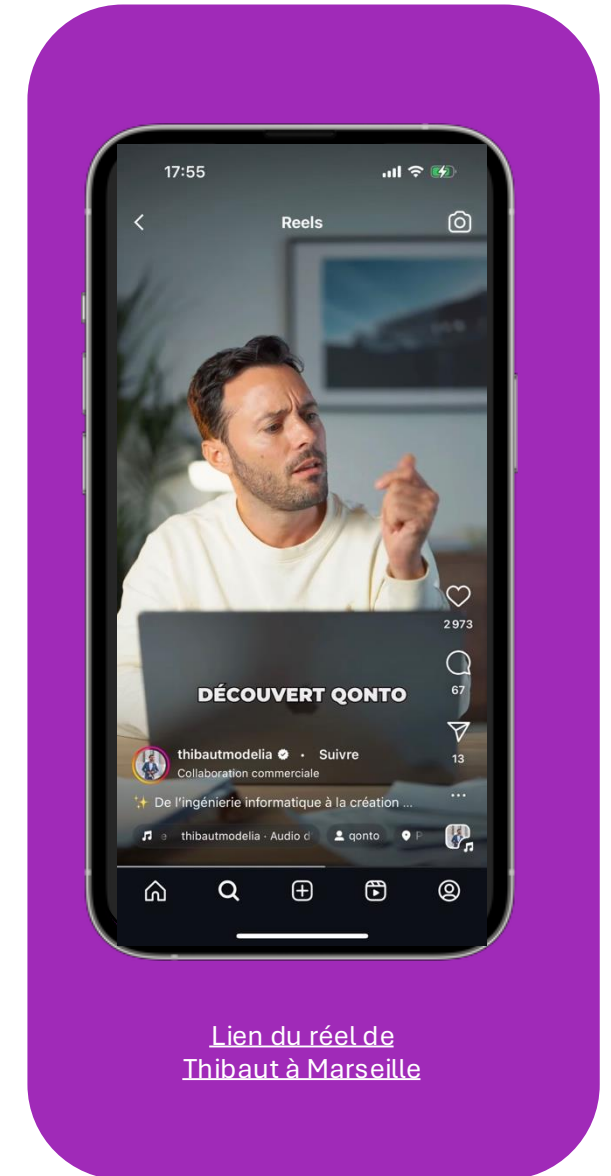
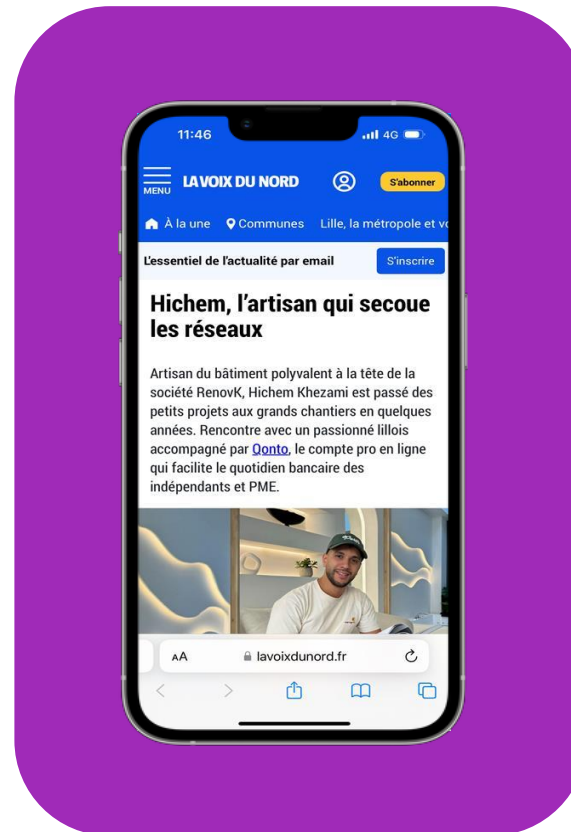
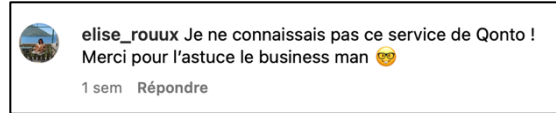
EPUBLI LOCAL – 4 epublis locaux hébergés sur les sites de médias régionaux référents sur les villes ciblées.

598 650

Impressions globales (influence)

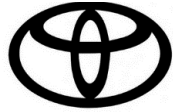
2,5%

De taux d'engagement





Créer du trafic sur événements



À l'occasion des Jeux Olympiques 2024 en France, Toyota souhaite créer du trafic sur les dates de la tournée Toyota Wheel Park partout en France et prôner la Mobilité pour tous.

INFLUENCE LOCALE – activation d'un dispositif d'influence locale dans 10 villes avec 20 influenceurs

- 1 set de stories
- 1 réel

PRINT LOCAL – 10 publis print locaux diffusés sur les titres référents des villes ciblées

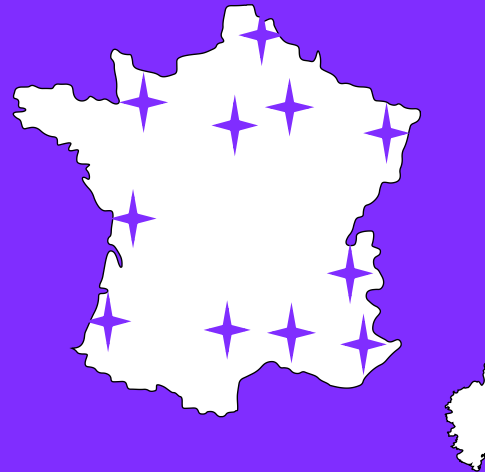
DIGITAL GEOCIBLE – campagnes displays géociblées autour des 10 villes ciblées en amont de l'événement

+453K

Impressions géolocalisées sur les sites de PQR

228

Contenus publiés par les influenceurs





Valoriser les métiers de l'artisanat



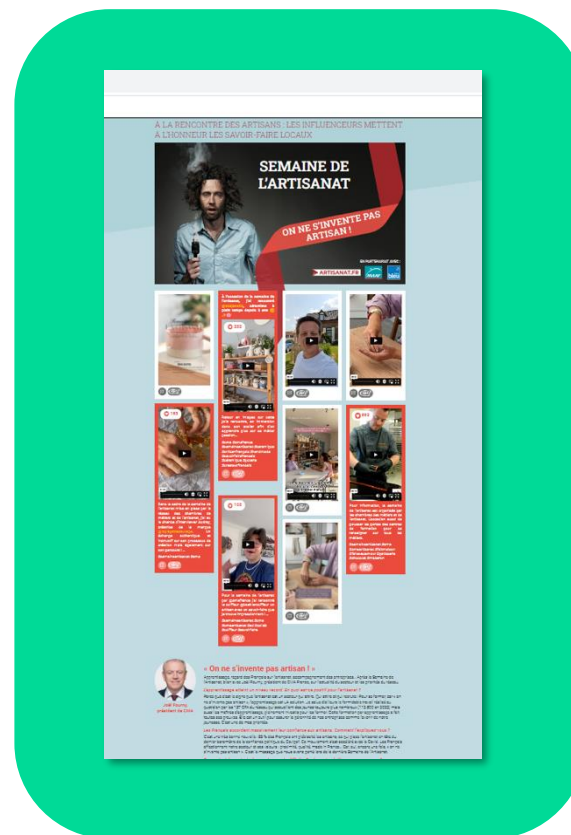
À l'occasion de la Semaine de l'artisanat, la Chambre des Métiers de l'Artisanat souhaite valoriser les métiers qui font la fierté de notre économie locale et notre savoir-faire français reconnu mondialement « On ne s'invente pas artisan »

INFLUENCE LOCALE – activation d'un dispositif d'influence locale dans 4 régions
Diffusion des réels sur l'écosystème digital vidéo de nos médias régionaux

ESPACE DEDIE – médiatisation d'un espace dédié pendant 2 semaines avec reprise des posts des influenceurs et contenu annonceur

+143K
impressions
délivrées

+26K
visites sur
l'espace dédié





Mettre en avant ses producteurs locaux



A l'occasion du Tour de France 2023, E.Leclerc souhaite mettre en avant les producteurs de leurs Alliances Locales et la relation qu'ils entretiennent avec les magasins E.Leclerc qu'ils fournissent. En suivant 6 étapes du Tour de France, nous mettons en avant les producteurs locaux qui travaillent avec E.Leclerc en région via des interviews ainsi que des recettes régionales réalisées par des influenceurs locaux.

INFLUENCE LOCALE – activation de trois influenceurs locaux sur 3 étapes du tour
- 1 set de stories
- 1 réel

PRINT NATIONAL – 6 publi diffusés sur l'ensemble des titres de nos médias régionaux couvrant 6 étapes du Tour de France
DIVERTO PRINT – 3 publi reprenant les recettes de cuisine réalisées par les influenceurs

LES ALLIANCES LOCALES
E.Leclerc

LE TOUR DE FRANCE DES CIRCUITS COURTS
ESCALE GOURMANDE AU CŒUR DU PAYS BASQUE

Cette année encore, E.Leclerc profite de son soutien au Tour de France pour mettre en lumière de nouvelles plantes locales. Accompagné par producteurs passionnés qui font vos vignes rigoler, votre amour du métier et traditions, cette semaine, le Tour des circuits courts fait escale au Pays basque, sur les terres d'Irène Lanouguère et de Benoît Ondars.

LES PRODUCTEURS ET LEURS CIRCUITS COURTS
Agriculteur à la Bergerie Ondars, à Lantabat

Parlez-vous de votre exploitation ?
Cela a été l'avantage familial en 2018. Nous avons converti l'exploitation en bio et avons lancé la fabrication de produits frais, avec une quarantaine de produits. La bière est la plus vendue, elle est belle, douce et légère.

De quelle façon transmettez-vous ?
Nous espérons d'être aussi vertueux que possible. Nous surveillons notre impact environnemental, nous sommes écoresponsables, nous sommes au bénéfice de nos animaux. Nous ne produisons que ce que nous pouvons respecter la gestion des terres, qui fait partie de nos valeurs.

Que vous apporte votre Alliance Locale E.Leclerc avec le magasin de Bayonne ?
C'est la visibilité. Le magasin nous a soutenu dès le début en respectant et en valorisant la saisonnalité de nos produits, ce qui n'était pas évident. Tout est beaucoup plus simple et nous espérons poursuivre encore longtemps.

LES BISCUITS ARTISANNAUX SALES
Créateur de la biscuiterie OKINA, à Izaux-Mendy

Comment est née la biscuiterie Okina ?
Je l'ai créée en 2004, dans ma région natale de la vallée d'Ay. Après les biscuits sucrés et les gâteaux, nous avons lancé les biscuits salés, dont le modèle phare est le fromage de chèvre et le pain d'épice.

Comment fonctionne votre Alliance Locale E.Leclerc avec le magasin de Bayonne ?
Depuis quatre ans, elle renforce notre présence locale, soutient notre activité et nous apporte des clients. C'est un plaisir d'être en phase avec nos valeurs, aussi bénéfique pour nous que pour le consommateur et le magasin.

LES ALLIANCES LOCALES
C'est une relation saine, humaine et durable.

PLUS DE 15 000 PARTENAIRES EN CIRCUITS COURTS
APPUI DE L'ÉCONOMIE LOCALE ET DE NOS TERRITOIRES
RESPECT DE LA DURABILITÉ ET DES MOYENS NATURELS





05

Annexes

✦ Une expertise stratégique & éditoriale **sur-mesure**

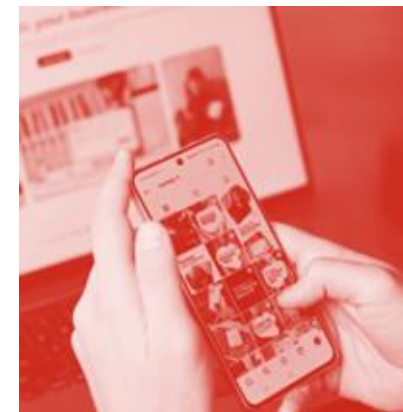
Recommandations personnalisées avec des concepts dédiés

Storytelling pensé comme une véritable narration de marque



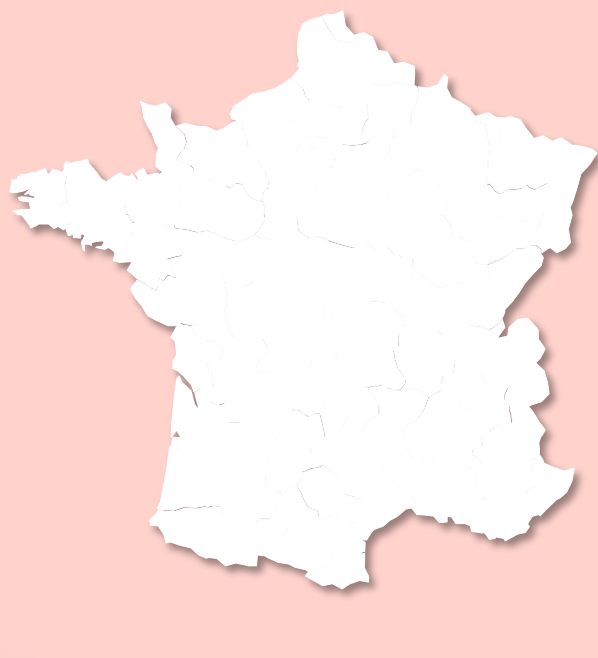
Analyse des objectifs et des enjeux de l'annonceur

Sélection humaine et qualitative de créateurs pertinents

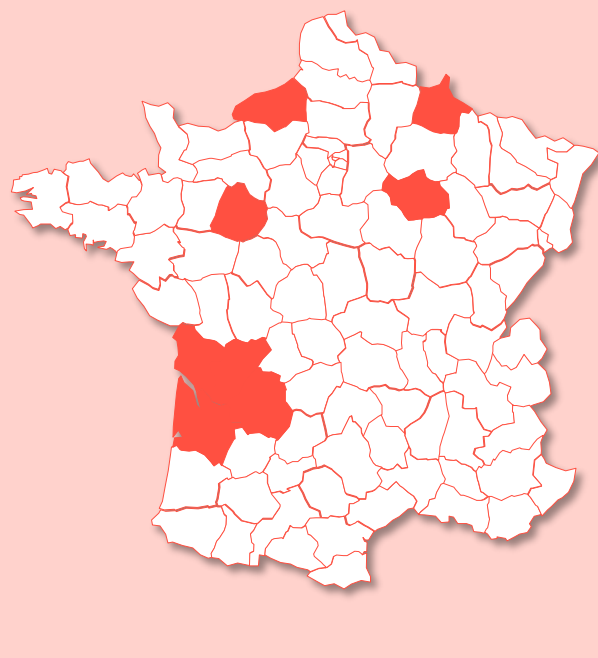


✦ Du national au local, pour des prises de parole sur-mesure

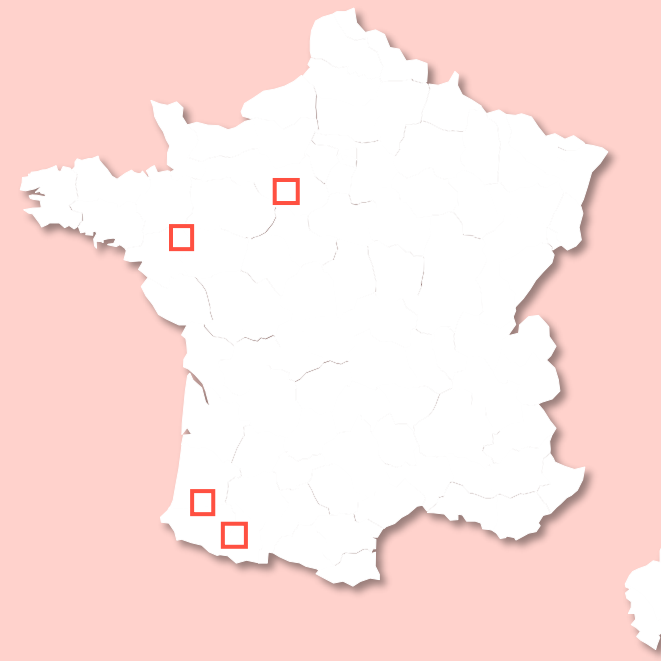
NATIONALES



RÉGIONALES



LOCALES



✦ **Nos critères de sélection pour intégrer notre catalogue**

AUDIENCE : Minimum 5K abonnés.

CONTENU : Qualité du discours, authenticité et ancrage territorial.

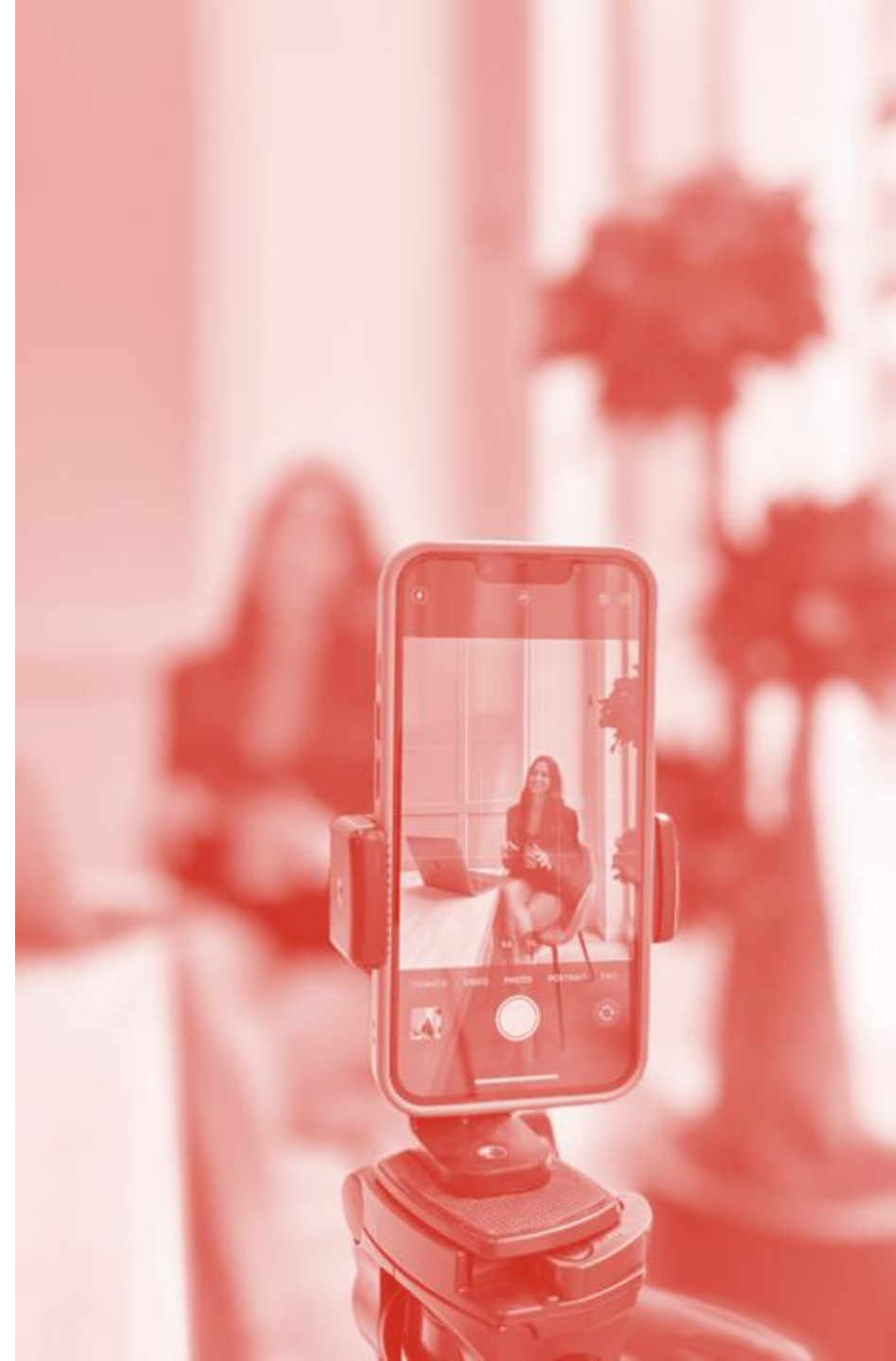
FIABILITÉ : Vérification de la véracité de l'audience et du lieu de résidence (Favikon et Stellar).

UN + : Influenceurs qui ont passé la formation ARPP.



✦ Taux d'engagement Micro-influenceurs vs macro-influenceurs

Plateforme	Micro-influenceurs	Macro-influenceurs
Instagram	4,0 % à 8,0 % (jusqu'à 6,5% sur les Reels)	2,0 % à 4,0 %
TikTok	3,5 % à 6,0 % (les nano/micro grimpent parfois à +10%)	1,5 % à 2,5 %





Hiérarchie des profils d'influenceurs

