

Café TMNlab : Influence, comment travailler avec un.e créateur.ice de contenu culturel ?

Posted on 6 mars 2025 by Anne Le Gall

Nous parlons régulièrement d'influences dans les Cafés TMNlab, lors des Rencontres #CMCulture ou au sein des espaces de discussions de la communauté. L'influence est aujourd'hui un type de prescription culturelle à intégrer dans une stratégie d'établissement, au même titre que les relations presse ou les relations avec les publics. Les influenceurs et influenceuses se situent à un endroit atypique de la médiation et de la communication comme le souligne le récent rapport de Marie Ballarini que nous recevions d'ailleurs lors d'un Café en 2024.

Pour cette séance, nous parlerons des différentes façons de collaborer avec un ou une créatrice de contenus, en présence de **Zarifa Achmedova** ([Feed Culture](#) 27 k followers sur Instagram), également membre de la Communauté, et **Marie-Odile** ([Imagine-Moi](#) 15,4 K followers sur Instagram).

Deux créatrices de contenus aux pratiques de mise en scène très différentes, réunies par leur goût de l'art et de la création.

Restitution du Café du 16 janvier 2025

La restitution ci-dessous a été générée avec un outil d'IA générative et relue par un.e humain.e – quand même.

Points abordés:

Présentation des intervenantes: Zarifa Akhmedova et Marie-Odile ont présenté leurs comptes respectifs, leurs approches éditoriales et des exemples de collaborations passées. Zarifa se concentre sur l'actualité culturelle à Paris avec un ton léger et accessible, tandis que Marie-Odile propose du contenu en anglais axé sur l'histoire de l'art, visant une audience internationale.

Spécificités de la langue anglaise: Une discussion s'est engagée sur l'utilisation de l'anglais dans la création de contenu culturel, notamment son potentiel pour attirer un public touristique ou issu de communautés non francophones. L'importance d'adapter la langue à la cible et aux

objectifs de l'institution a été soulignée.

Médiation et adaptation du ton: Les intervenantes ont expliqué comment elles adaptent leur ton et leur approche en fonction du contexte : contenu personnel vs. marque blanche. L'importance de comprendre les attentes du client et de respecter l'image de l'institution a été mise en avant.

Importance du brief: Le brief est essentiel pour cadrer les collaborations et éviter les malentendus. Il permet de définir les objectifs, le ton, les limites et les attentes de l'institution. Un échange a eu lieu sur la gestion des situations où le brief est absent ou incomplet.

Modes de collaboration et rémunération: Différents modes de collaboration ont été évoqués : invitation simple, collaboration ponctuelle rémunérée, partenariat à long terme. Les intervenantes ont partagé leurs tarifs et les facteurs qui les influencent (nombre d'abonnés, temps de travail, complexité du projet). Des pistes pour les petits budgets ont également été proposées (stories, contenus épinglés).

Aspects contractuels et éthiques: La question de la réutilisation des contenus, des droits d'auteur et de l'obligation de mention des collaborations rémunérées a été abordée. L'importance de formaliser les accords (devis, chartes) a été soulignée.

Promotion des publications: L'utilisation de budgets publicitaires pour augmenter la portée des publications a été discutée. L'accent a été mis sur l'importance de privilégier l'engagement organique.

Spécificités du spectacle vivant: La question de la courte durée d'exploitation des spectacles et des difficultés à créer du contenu en amont a été soulevée. Des solutions ont été proposées, comme la création de vidéos face caméra ou l'évocation du thème du spectacle.

Les intervenantes ont encouragé les institutions culturelles à s'adapter aux codes des réseaux sociaux pour toucher un public plus jeune. Elles ont insisté sur l'importance d'intégrer la création de contenu dans la stratégie marketing et publicitaire.

Influence, comment travailler avec un.e créateur.ice de contenu culturel ?

FEED
CULTURE

À L'ORIGINE DE FEED CULTURE



@zarakaty sur Instagram

Je suis Zarifa, la fondatrice de **Feed Culture**, un média culturel présent sur les réseaux sociaux depuis 3 ans.

À travers Feed Culture, mon objectif est de rendre la culture plus visible et accessible en créant des contenus qui adoptent les codes et formats propres aux réseaux sociaux. Je collabore avec de nombreuses institutions et acteurs culturels pour concevoir des contenus sur mesure, soit pour mettre en avant leur programmation sur Feed Culture, soit pour leurs propres réseaux sociaux, en marque blanche.



@feed_culture sur Instagram

QUELQUES CHIFFRES

L'audience de Feed Culture est composée est majoritairement composée de jeunes (+42% de 25 à 35 ans) Parisiens qui manifestent un intérêt pour la culture et sont régulièrement à la recherche d'activités culturelles.

• Instagram : nombre d'abonnés	• 27K
• TikTok : nombre d'abonnés	• 10K
• Comptes touchés par mois	• 300K
• Nombre d'impressions par mois	• 500K
• Impressions en moyenne par contenu	• 25 000

QUELQUES PARTENAIRES

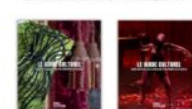


FORMATS REELS/TIKTOK

Format le plus recommandé et utilisé pour les collaborations d'influence



Les partenariats peuvent être inclus dans le Guide Culturel du mois qui propose 5 expositions, 5 spectacles et 5 activités culturelles à faire à Paris chaque mois.



FORMATS STORIES

Format le plus recommandé pour les événements courts, à promouvoir en peu de temps et des plus petits budgets.



MARQUE BLANCHE

Production de contenu, principalement des vidéos courtes adaptées aux formats verticaux des réseaux sociaux, en marque blanche au nom de l'institution, avec cession des droits inclus.


Exemple : compte TikTok du Théâtre du Châtelet
Production de contenu de l'institution du compte
16 rue du Théâtre du Châtelet - 75001 Paris
Des vidéos courtes, etc.



Actions à suivre:

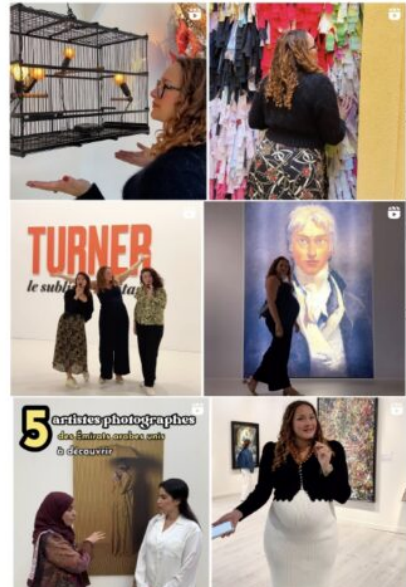
- Mise en ligne des supports de présentation (en attente)
- Compilation de ressources pour aider les institutions à convaincre leur direction de l'importance de la collaboration avec les créateurs de contenu : rejoignez le [groupe CMCulture](#) et consultez prochainement la plateforme d'autoformation [TMNlab x Prospero Extended Theatre](#)
- Poursuite des échanges au sein de la communauté TMN Lab ([projet Unlock Théâtre](#) et [Discord](#)).

Influence, comment travailler avec un.e créateur.ice de contenu culturel ?



imagine_moi [Suivre](#) [Contacter](#) [+A](#)
 920 publications 15,4 k followers 985 su
 Marie-O • Art & other stuff
 Création digitale
 Art topics for Curious Minds & my Parisian life
 Accessible English content
 Art collector & NFT lover
 Brazilian &... plus
 linktr.ee/imagine_moi + 1

[Manifest...](#) [Storytime](#) [Art NEWS](#) [Spotted artères](#) [Paris+ by Artemis](#)
 my favorites




AUDIENCES

Marie-Odile Pantoja Falois


Formée-Bachelier à Paris depuis + de 10 ans, je suis diplômée d'un Master recherche en Histoire de l'Art, Sorbonne Paris 1. J'ai commencé les réseaux en parallèle de mon travail en galerie. Je partage mes art-revues, mes revues d'expo en respectant le bon de mes connaissances et découvertes.

15K followers



100 % français

14 K followers



Pour contacter nos intervenantes :

- **Zarifa Achmedova** ([Feed Culture](#) 27 k followers sur Instagram) – contact@feedculture.fr
- **Marie-Odile** ([Imagine-Moi](#) 15,4 K followers sur Instagram) – marieodile@artemis.fr