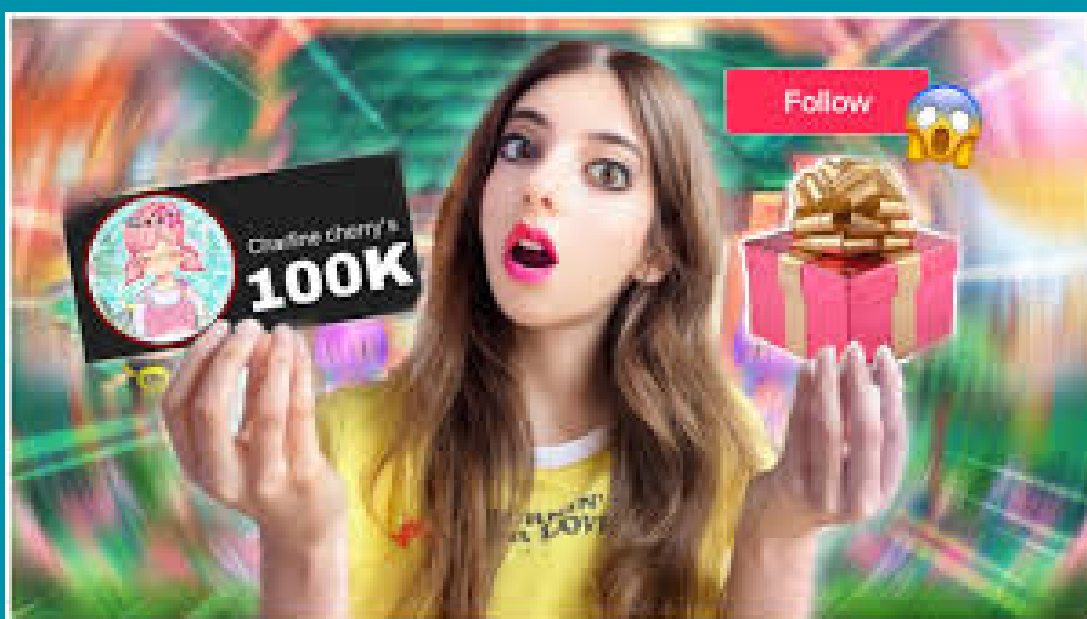


MINI-ENCYCLOPÉDIE DES INFLUENCEURS

TOME 1 : DE ANDREA_DRW
À ELIOTT & LILIAN



PAR LES ÉLÈVES DE 6ÈME
COLLÈGE DU LARZAC 2025-2026

PROJET PÉDAGOGIQUE
ACCOMPAGNÉ PAR

 ENCYCLOPÆDIA
UNIVERSALIS

@ANDREA-DRW



Andréa propose des tutos pour dessiner des pages de garde

FAIRE DU DESSIN UNE AVENTURE

Andréa est née en 2000 et elle est niçoise. Elle propose dans ses vidéos pour apprendre à faire des pages de garde de cahiers de classe et toutes sortes de défis. Sur ses réseaux sociaux, elle partage quotidiennement des tutos faciles pour apprendre à dessiner.

Elle a su transformer son amour du dessin en une véritable aventure artistique. Andrea est très forte en dessin et surtout sur les personnages. Elle utilise beaucoup les feutres à alcool et les crayons de couleur.

DEUX FORMATS POUR DEUX PLATEFORMES

Elle fait des vidéos longues toutes les semaines, qui durent environ 10 à 20 minutes sur YouTube, et des vidéos courtes ponctuellement (1 à 2 minutes) sur TikTok. Dans ces vidéos, elle nous explique comment elle fait ses dessins. Ces vidéos sont tournées chez elle, en extérieur ou à l'endroit où elle fait des dédicaces.

- 2020 → Tout commence pendant le premier confinement en 2020, quand elle a posté ses premières vidéos amusantes et créatives sur YouTube et sur TikTok. Elle a conquis une immense communauté en ligne.
- 2023 → Elle arrête ses études pour faire son métier d'influenceuse.
- 2024 → Elle a presque 4 millions de fans : 3 millions sur TikTok, 500000 sur YouTube et 30000 sur Instagram.

Retrouve l'interview de Andréa sur France Bleu le 7 octobre 2024



NOS AVIS

Angèle : "J'aime beaucoup les vidéos d'Andréa, car ça m'apprend à dessiner. Les défis qu'elle se donne sont originaux et rigolos"

Coline : "J'adore le dessin, je trouve que ses vidéos sont passionnantes, pour les enfants comme pour les adultes qui veulent apprendre à dessiner."

Lise : "J'aime beaucoup, parce qu'elle dessine très bien et elle explique comment faire. Je trouve que ses pages de garde sont bien faites"

SA RECETTE DU SUCCÈS

Des marques la payent pour qu'elle parle de leurs produits dans ses vidéos. Ça s'appelle faire de la publicité.

Elle propose par exemple de jouer au jeu vidéo *Dice dream* pour gagner du matériel de dessin. Pour le gagner il faut arriver à un certain niveau. Pour jouer à ce jeu, il faut payer.

Sur YouTube, elle gagne aussi de l'argent grâce aux pubs qu'on voit avant ou pendant ses vidéos. Plus il y a de personnes qui regardent, plus elle gagne de l'argent.

Elle vend aussi des objets de sa création comme des livres de coloriage, un semainier, des agendas, des livres pour apprendre à dessiner, des boîtes surprise.

Angèle BODOT, Lise DAUTY, Coline CAYLA

@ANYME023

cc Wikimedia Commons



Anyme pendant l'enregistrement du podcast "Zack en roue libre", le 25 mai 2025

L'HUMOUR AVANT TOUT

Anyme023 est né en 2003 dans le Pas-de-Calais. Son vrai nom est Maxence Turlot. C'est un streameur qui a des millions d'abonnés. Il fait des vidéos divertissantes et aussi des vidéos de jeux, des jeux d'horreur ou des jeux drôles, ou encore des jeux en réalité virtuelle.

Il fait aussi des vidéos de sa vie (vlogs). Il est connu pour son humour. Au début de son parcours, il a travaillé chez la chaîne de fast-food Mac Donald's, ce qui lui a inspiré plusieurs vidéos.

UN STREAMER ENGAGÉ

- Il a pris position contre les mauvaises conditions de vie de certains chiens de compagnie
- Il a dénoncé le harcèlement en ligne, en particulier contre les femmes
- Il a annoncé qu'il reverserait l'ensemble de ses droits d'auteur pour le titre Shamballa à une association liée aux DOM-TOM

- 2017 → Il commence à publier des vidéos parodiques sur musical.ly.
- 2021 → Il publie sur TikTok les blagues qu'il envoie à ses amis sur Snapchat.
- 2022 → Il sort ses premières chansons comme "Pardon" sur Soundcloud.
- 2024 → Il devient connu grâce à une vidéo dans laquelle il imite avec humour un autre tiktokeur. Cette vidéo lui permet de dépasser les 50000 abonnés sur TikTok.
- 2025 → Il fait des jeux de rôle sur Twitch, à travers le jeu GTA, où il incarne plusieurs personnages. Il devient un des streamers les plus regardés avec plusieurs millions d'abonnés

Retrouve l'interview de Anyme sur Brut le 11 avril 2025



NOS AVIS

Nous l'aimons bien parce qu'il est drôle et qu'il est gentil. Il sait aussi être sérieux et se confier à ses abonnés, malgré qu'il crie fort et qu'il soit souvent en retard pour ses lives.

SA RECETTE DU SUCCÈS

Anyme a créé sa propre entreprise, Anymempire, en 2024. Il a fait plusieurs collaborations commerciales avec Revolut, une banque en ligne, ou avec Redbull, une marque de boisson énergisante destinée aux jeunes. Il a porté le logo de la marque sur la tenue qu'il portait au GP explorer, un grand événement auquel participent beaucoup de streamers.

Son public se développe encore grâce à de courts extraits de live diffusés sur toutes les plateformes. Il continue la musique et obtient le single de diamant avec 50 millions de vues pour son tube "Shamballa" en 2025, avec la chanteuse martiniquaise Shaydee's, dans le style jamaïcain shatta.

@BATZAIR



BEAUCOUP DE CRÉATIVITÉ

Batzair est un créateur de contenu français né en 1995 à Marseille. De son vrai prénom Baptiste, il publie des vidéos humoristiques pendant lesquelles il se lance des défis, invente des personnages, avec des mises en scène et des effets spéciaux spectaculaires. Il habite à Dijon ou il a fait des études de commerce.

2019 ➔ Il diffuse des vidéos sur TikTok filmées avec son téléphone et montées avec des logiciels gratuits

2020 ➔ Pendant le confinement, il publie des sketches sur YouTube

2021 ➔ Il crée la marque *Newzair* destinée aux créateurs de contenu

2023 ➔ Il sort plusieurs albums de musique

2024 ➔ Il propose une BD inspirée d'un de ses personnages

Retrouve l'interview de Batzair sur France Info le 4 mars 2024



UN AUTEUR DE FICTIONS

Batzair a fidélisé sa communauté avec des vidéos qui mettent en scène des personnages de fiction qui reviennent souvent : l'ange et le démon, Timéo, les profs... Ils lui ont permis de tisser des liens avec ses abonnés.

NOS AVIS

Nous aimons ses vidéos parce qu'elles sont drôles, mais certaines nous énervent un peu.

SA RECETTE DU SUCCÈS

Batzair s'est lancé sur TikTok parce que la plateforme permettait d'avoir de la visibilité même si on n'est pas connu. En travaillant beaucoup et en publiant régulièrement, il a augmenté sa visibilité et il a pu gagner sa vie grâce aux publicités.

Il a ensuite publié sa série de BD "Timéo", ainsi que plusieurs albums sur les plateformes musicales. Il commercialise aussi sous sa propre marque des agendas et des jeux de société.

@CHARLINE CHERRY'S



Vignette de la vidéo "mon incroyable collection Animal Crossing" publiée le 10 juillet 2024 sur YouTube

L'ENFANT D'INTERNET

Née en 2005, Charline Cherry's a grandi avec Internet. Elle a commencé à faire des vidéos sur YouTube alors qu'elle n'avait que 10 ans. Elle propose du contenu autour du jeu vidéo et de l'univers de Nintendo. Elle est devenue la streameuse de référence du jeu Animal Crossing. Elle propose également des vlogs, du contenu lifestyle et ASMR.

Retrouve l'interview de Charline par Inter-Viewers le 2 mars 2026



- 2015 ➔ Elle publie de vidéos de gaming sur YouTube
- 2018 ➔ Elle se spécialise dans l'univers de Nintendo et Animal Crossing
- 2020 ➔ Avec la sortie du jeu vidéo *Animal Crossing New Horizons* pendant le confinement, sa communauté grandit
- 2023 ➔ Première vidéo ASMR de Charline et diversification de son contenu

C'EST QUOI L'ASMR ?

L'ASMR (Autonomous Sensory Meridian Response) c'est le frisson qu'on ressent en écoutant certains sons. Par extension, ce sont des vidéos avec des bruits relaxants, par exemple le tapotement des ongles sur le micro.

NOS AVIS

J'adore quand elle imite une peste, quand elle joue des métiers en ASMR, ou encore quand elle nous montre ses cadeaux de Noël. Elle me détend, je me sens bien. Son chat est très mignon.

SA RECETTE DU SUCCÈS

En proposant plus de sujets différents dans ses vidéos, Charline a élargi sa communauté et augmenté son nombre de vues ainsi que ses revenus.

Elle a fait aussi de nombreux partenariats avec des marques de matériel de gaming, de produits de mode et de beauté, ou de décoration d'intérieur.

Enfin, elle a sa propre marque de vêtements et d'accessoires.

@CHASSE TRICOLERE



UN PASSIONNÉ

La chaîne Chasse Tricolore, animée par Thomas, est une chaîne qui propose des vidéos liées à la chasse au grand gibier, au dressage de chiens de chasse et à la ruralité. C'est aussi une chaîne de podcasts. Il est passionné de chiens de chasses. Il chasse avec des chiens de race dite "anglo-française tricolore", qui a donné son nom à la chaîne. Il fait surtout des chasses à la battue au sanglier en Bretagne.

Retrouve l'interview de Thomas par le Chasseur Français le 2 mars 2026



2019 → Lancement de la chaîne sur YouTube et du podcast sur Apple Podcast

2021 → Développement du site chasseurtricolore.fr et diversification du contenu

2022 → Création de la boutique de vêtements "chasse tricolore"

2023 → Tournage de vidéos grand format qui se rapprochent du film documentaire

LE RETOUR DE LA CAMPAGNE

Comme de nombreuses chaînes d'agriculteurs, Chasse Tricolore a bénéficié d'un grand intérêt pour les sujets liés à la campagne sur Internet, qu'on ne voyait pas beaucoup dans les autres médias. Des agriculteurs comme Etienne Fourmont ont eu beaucoup de succès en montrant leur exploitation.

NOS AVIS

J'aime bien regarder Chasse tricolore parce que j'adore leurs chiens de chasse et les paysages de Bretagne !

SA RECETTE DU SUCCÈS

Chasse tricolore diffuse des vidéos de chasse très immersives, filmant au coeur de l'action des battues avec des caméras embarquées de type Go Pro. Ces vidéos ont eu beaucoup de succès avec plusieurs millions de vues. Il fait aussi des films plus longs qui parlent de la culture de la chasse. Il filme aussi parfois des conflits avec des gens qui sont contre la chasse.

Il a développé une ligne de vêtements pour la chasse mais aussi pour porter tous les jours, avec son logo "Chasse tricolore" : pulls, T-shirts, casquettes, pantalons, sacs, auto-collants... Ses vêtements sont disponibles dans des grands magasins comme Décathlon. Il existe aussi une ligne féminine "femme des bois".

@CHOCOH



©Instagram @Chocolatandvanillah
Chocoh fête son million
d'abonnés en juillet 2023

Retrouve l'interview
de Chocoh par la
chaîne Melty
le 22 octobre 2024



VIOLENCE CONJUGALE DANS LE MILIEU DU STREAMING

Chocoh a été demandée en mariage par le streamer Tobias en mars 2024 pendant l'émission "Danse avec les stars d'internet" avant de divorcer en décembre. Selon un blogueur repris par plusieurs médias, Tobias aurait été poursuivi pour violence conjugale. Même si l'information n'est pas vérifiée, les cas de violence faites aux femmes sont nombreux dans le milieu du streaming.

NOS AVIS

Nous aimons cette youtubeuse car ses émotions sont communicatives : quand elle rigole, nous rigolons, quand elle pleure, nous pleurons !

RACONTER DES HISTOIRES AVEC LES JEUX VIDÉO

Chocoh est une star des réseaux sociaux et une créatrice de contenus française d'origine marocaine née en 2004. Elle a choisi ce nom en hommage au manga "chocolat and vanilla". Elle habite à Paris. Son vrai prénom est Safa, qui veut dire patience en Arabe. Elle s'est mariée en juin 2024 avec Tobias Whell, un autre youtubeur, qui l'a demandée en mariage pendant l'émission Danse avec les Stars d'Internet et est divorcée le 14 décembre 2024. Elle appelle ses abonné-es les Chocopops. Elle propose des vlogs, et raconte surtout des histoires autour des jeux vidéo.

- 2019 ➔ Elle publie ses premières vidéos du jeu MovieStarPlanet
- 2021 ➔ Elle propose du Role Play autour du jeu Fortnite
- 2022 ➔ Elle rejoint l'entreprise Webedia
- 2023 ➔ Sortie du clip musical "Chocolat" pour célébrer son million d'abonnés sur YouTube

SA RECETTE DU SUCCÈS

Chocoh utilise des jeux vidéo comme Fortnite ou Roblox comme supports pour raconter des histoires : c'est du jeu de rôle, ou du Roleplay. Elle a publié de longues vidéos qui s'appellent "la vie de Chocoh". En utilisant ces jeux, elle a atteint un public plus large, plus jeune et très actif sur les réseaux sociaux.

Elle utilise tous les réseaux pour se mettre en scène dans sa vie de tous les jours. Elle fait des vidéos très soignées, elle porte beaucoup d'attention à ses abonnés qu'elle appelle ses "chocopops". Elle fait beaucoup de vidéos avec d'autres youtubeurs, ce qui lui permet d'agrandir sa communauté.

En rejoignant l'entreprise Webedia, elle a eu accès à de nombreuses collaborations commerciales. Elle a notamment fait des partenariats avec la plateforme d'aide au "bien-être" en ligne controversée BetterHelp, mais aussi beaucoup d'autres marques comme Luxeol ou Whiskas.

@ELIOTT & LILIAN

FILMER CE QU'ON AIME DANS LA VIE



©x.com @eliottlilian

L'avatar du compte de Elliott et Lilian sur X en 2026

Retrouve l'interview de Elliott et Lilian sur l'émission Screenshot le 14 juin 2024



LE PARADIS DES INFLUENCEURS

Eliott et Lilian ont été à Dubaï où ils ont fait beaucoup de vidéos. Beaucoup de youtubeurs sont partis vivre à Dubaï. Ca a fait polémique parce que les influenceurs qui y habitent ne payent pas d'impôt et parce que ce pays ne respecte pas les droits de l'homme.

NOS AVIS

On aime leurs vidéos parce qu'ils ont beaucoup d'humour et de gentillesse envers les gens.

Eliott et Lilian sont deux youtubeurs français, frères jumeaux nés en 2005 à Dijon. Ils font beaucoup de vidéos pendant lesquelles ils réparent ou arrangent des motos comme leur papa, mais aussi des jeux vidéo comme Fortnite, des vlogs, des défis et des expériences insolites. Leurs vidéos sont principalement adressées aux jeunes et aux adolescents.

- 2017 ➔ Création de leur chaîne YouTube pour faire des vidéos de foot
- 2020 ➔ Lancement de leur chaîne Twitch pour faire des streams de Fortnite
- 2021 ➔ Apparition des "shorts" YouTube
- 2023 ➔ Ils remportent la "cup", le tournoi de Fortnite organisé par Inoxtag

LEUR RECETTE DU SUCCÈS

Eliott et Lilian ont appris très tôt les codes de YouTube en se filmant dans leur vie de tous les jours. Ils ciblent un public jeune et parlent de thèmes qui leur plaisent : motos, jeux vidéo, fast-food, sport...

Ils ont accompagné le développement des vidéos très courtes sur TikTok et YouTube Short et ont fait de plus en plus de vidéos dans ce format. Ils ont su publier régulièrement du contenu en lien avec les "trends", les thèmes en tendance sur les plateformes.

Ils font régulièrement des partenariats avec des marques de moto comme Yamaha; ou de fast food comme MacDonald's.