

Au-delà de la loi, comment devenir un influenceur responsable ?

A+ | A- | 

Respecter la loi, c'est bien, aller au-delà, c'est mieux... et dans votre intérêt. **En tant qu'influenceur/créateur de contenus, vous pouvez aller au-delà de vos obligations légales, en devenant un influenceur responsable.**

« Chacun pense et dit ce qu'il veut sur internet » : la liberté d'expression permet-elle toutes les opinions ?

La **liberté d'expression**, c'est-à-dire le droit d'exprimer librement ses opinions, est la même en ligne et dans la vie réelle.

Pourtant, cette liberté d'exprimer librement ses idées n'est pas une liberté absolue et certaines limites s'imposent à son exercice. Par exemple, toute incitation à la discrimination ou la violence est interdite.

De la même manière, si la diffusion de fausses informations n'est pas forcément illégale et que la publication d'une information fautive n'est pas nécessairement faite dans l'intention de tromper, dans certains cas spécifiés par la loi, elle peut être réprimée. Les plateformes en ligne ont ainsi l'obligation de prendre des mesures pour lutter contre la diffusion de fausses informations susceptibles de troubler l'ordre public ou d'altérer la sincérité des élections.

Les influenceurs, au regard de leur large audience, ont une responsabilité dans la protection des publics. Il est ainsi fondamental de vérifier par vous-même une information avant de la publier ou de la relayer, d'autant plus que les plateformes en ligne jouent désormais un rôle majeur dans les mécanismes d'information et de formation de l'opinion publique.

Comment intégrer les questions environnementales à votre activité d'influence commerciale ?

Une bonne connaissance des annonceurs qui vous sollicitent vous permet de choisir des marques alignées avec vos valeurs pour vos publicités. Vous pouvez par exemple demander aux marques des preuves de leur engagement RSE.

Vous pouvez également mettre en avant l'impact écologique de vos communications, notamment les contenus sponsorisés.

Pour en savoir plus, vous pouvez consulter la Charte d'éthique de l'influence des collectifs Paye ton influence et À quand demain.

Qu'est-ce que le Code des Recommandations de l'ARPP (Autorité de régulation professionnelle de la publicité) ?

Vous pouvez retrouver sur le site de l'ARPP des recommandations en matière de communication :

- ▶ « Communication publicitaire numérique »,
- ▶ « Développement durable »,
- ▶ « Comportements alimentaires et allégations de santé »,
- ▶ « Image et respect de la personne »,
- ▶ « Produits cosmétiques »,
- ▶ « Alcool, Jeux d'argent et secteur financier ».

Vous pouvez décider d'adhérer à l'ARPP et d'entrer dans le cadre de la régulation professionnelle de la publicité. Vous vous engagez ainsi à respecter le Code de l'ARPP des Recommandations de la publicité et en cas de non-respect de vous exposer à une sanction du Jury de déontologie publicitaire (JDP).

Comment passer le Certificat de l'Influence responsable lancé par l'ARPP ?

Le Certificat de l'Influence responsable de l'ARPP, créé en septembre 2021 prouve que l'on a été sensibilisé au cadre légal et déontologique du marketing d'influence.

Les candidats doivent suivre une formation en ligne de 3 heures 30 qui informe les influenceurs et leur donne les outils pour protéger leurs audiences et les consommateurs.

Cette formation leur permet également de se différencier auprès des marques, agences et des institutionnels qui souhaitent travailler avec des créateurs de contenu responsables. C'est une plus-value pour vous.

Ce certificat s'appuie, entre autres, sur des mesures relatives à la **transparence**, la **loyauté**, la **protection des consommateurs**, l'**environnement**, la **protection des mineurs**, le **statut de l'enfant influenceur**, l'**image**, le **respect de la personne** et la **lutte contre le sexisme et toutes formes de violence...**

Quelles sont les autres initiatives existantes ?

Respecter une charte applicable aux influenceurs, c'est l'occasion de partager **avec d'autres influenceurs**, mais aussi avec des marques et annonceurs, une vision des valeurs applicables au marketing d'influence.

Cela permet également de renforcer le sentiment de confiance que votre travail peut inspirer aux consommateurs et aux annonceurs.

Il existe plusieurs chartes éthiques dans le marketing d'influence, parmi lesquelles (liste non exhaustive) :

- ▶ Accor : Charte de collaboration influenceurs
- ▶ Charte Kid'influenceurs
- ▶ Charte de la Relation Influenceurs adoptée par le Syndicat du Conseil en Relations Publics (SCRIP)
- ▶ WOÛ – Agence Créative d'Influence Marketing : Charte d'éthique du marketing d'influence

Les 55 agences membres du SCRIP pourront même dès avril obtenir le **premier e-label « Agences conseil en Influence responsable » évalué par AFNOR Certification.**

N'hésitez pas à consulter toutes ces initiatives !

Quels sont les autres sites utiles ?

- ▶ Le site du ministère de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique
- ▶ Le site de l'ARPP
- ▶ Les conditions générales de chaque plateforme
- ▶ Le site de l'UMICC, une des fédérations professionnelles des influenceurs et créateurs de contenus

[Consulter le guide complet en ligne](#)

Partager la page   