

# Politique d'influence responsable

*Date de mise à jour : 19 février 2024*

# ODW



# Sommaire

---

<b>Avant-propos</b>	<b>3</b>
<b>Respect de la réglementation</b>	<b>4</b>
Respect de la loi	4
Respect des recommandations de l'ARPP	4
<b>Bonnes pratiques</b>	<b>5</b>
Choix des profils	5
Thématiques interdites	5
Respect de la ligne éditorial de l'annonceur et de l'influenceur	5
Sensibilisation client	5
<b>Transparence</b>	<b>6</b>
Contractualisation	6
Transparence financière	6
Mentions obligatoires	6
Mentions légales	6
Arguments et promesses	6
Droits des tiers	6
Reporting de campagne	6
<b>Limitation des impacts environnementaux</b>	<b>7</b>
Respect de la réglementation environnementale	7
Limitation des envois de colis	7
Produits non utilisés	7
Limitation des déplacements	7
<b>Contrôle et dispositif d'alerte</b>	<b>8</b>
Périmètre d'application de la Politique d'influence responsable	8
Accès à la Politique d'influence responsable	8
Dispositif de contrôle	8
Manquement à la Politique d'influence responsable	8
Dispositif d'alerte	8

# Avant-propos

---

L'émergence et la professionnalisation de l'influence soulève de nombreuses questions réglementaires et éthiques sur l'organisation des campagnes d'influence.

La présente Politique interne de l'influence responsable a pour objectif de partager les règles et principes régissant les prestations d'influence délivrées par ODW et de préciser nos devoirs et engagements vis-à-vis des différentes parties prenantes, notamment nos clients, les influenceurs et les agents d'influenceurs.

Dans le cadre de ses activités, ODW s'engage à respecter l'ensemble des lois, règlements et conventions locales, nationales et internationales applicables. ODW s'engage également dans les meilleures pratiques, notamment en matière de transparence, de responsabilité sociale, de protection de l'environnement, d'éthique et d'intégrité des affaires. ODW attend de ses collaborateurs et partenaires le même respect des lois, règlements, conventions et principes d'éthique des affaires en vigueur.

**Alexandre Vernier**  
Président



# Respect de la réglementation

## Respect de la loi

Les collaborateurs d'ODW s'engagent à respecter les lois, règlements et conventions locales, nationales et internationales en vigueur.

En particulier, ils s'engagent à respecter :

- la loi n° 2023-451 du 9 juin 2023 visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux.
- l'article 20 de la loi n° 2004-575 pour la confiance en l'économie numérique du 21 juin 2004
- l'article 83 de la loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie, qui assimile à une pratique commerciale trompeuse le fait de ne pas rendre clairement identifiable la personne pour le compte de laquelle une communication commerciale est mise en œuvre
- la loi n° 2020-1266 du 19 octobre 2020 visant à encadrer l'exploitation commerciale de l'image d'enfants de moins de seize ans sur les plateformes en ligne

Il est rappelé que l'influence commerciale désigne *“Les personnes physiques ou morales qui, à titre onéreux, mobilisent leur notoriété auprès de leur audience pour communiquer*

*au public, par voie électronique, des contenus visant à faire la promotion, directement ou indirectement, de biens, de services ou d'une cause quelconque exercent l'activité d'influence commerciale par voie électronique.”*

Aussi, il est rappelé que *“Les dispositions législatives, réglementaires et prévues par des règlements européens relatives à la diffusion par voie de services de communication au public en ligne de la publicité et de la promotion des biens et des services sont applicables à l'activité d'influence commerciale”.*

Ces lois et réglementations sont amenés à évoluer dans le temps. Ainsi, les collaborateurs de l'agence sont invités à se tenir régulièrement informés des dernières évolutions législatives.

## Respect des recommandations de l'ARPP

L'agence ODW et ses collaborateurs s'engagent à respecter les recommandations de l'ARPP en matière d'influence responsable, notamment les règles déontologiques accessible via ce lien : <https://www.arpp.org/nous-consulter/regles/regles-de-deontologie/recommandation-communication-publicitaire-numerique/>



# Bonnes pratiques

## Choix des profils

L'agence et ses collaborateurs s'engagent à sélectionner attentivement les influenceurs avec qui ils collaborent et à réaliser des partenariats uniquement avec des influenceurs qui approuvent et appliquent les bonnes pratiques de l'influence commerciale responsable.

L'agence et ses collaborateurs s'engagent à vérifier les contenus postés par les influenceurs avant toute collaboration et à ne collaborer avec aucun influenceur qui a publié du contenu pornographique, raciste, xénophobe, révisionniste, obscène, diffamatoire ou injurieux.

Les collaborateurs doivent veiller à proposer des profils le plus diversifié possible et dont les centres d'intérêts et ceux de leur communauté correspondent aux produits ou services mis en avant lors de la campagne. Dans ce cadre, l'agence fournit aux annonceurs des détails sur la communauté des influenceurs pré-sélectionnés et émet des recommandations le plus objectif possible sur ces influenceurs et leur communauté.

## Thématiques interdites

Dans le cadre de l'influence commerciale, l'agence et ses collaborateurs s'engagent à ne pas faire la promotion de produits ou services dans les domaines suivants : crypto-monnaies, chirurgie, médecine esthétique, jeux d'argent et de hasard.

Dans le cadre d'une campagne d'influence faisant la promotion d'une boisson alcoolisée, les collaborateurs de l'agence veillent au respect de la loi Evin sur l'ensemble de la campagne et à sélectionner uniquement des influenceurs majeurs ayant une audience constituée à plus de 60% d'individus majeurs.

## Respect de la ligne éditoriale de l'annonceur et de l'influenceur

Afin de respecter la ligne éditoriale de l'annonceur et de l'influenceur, les collaborateurs de l'agence doivent fournir un brief le plus précis possible aux influenceurs. Ce brief doit notamment mentionner les

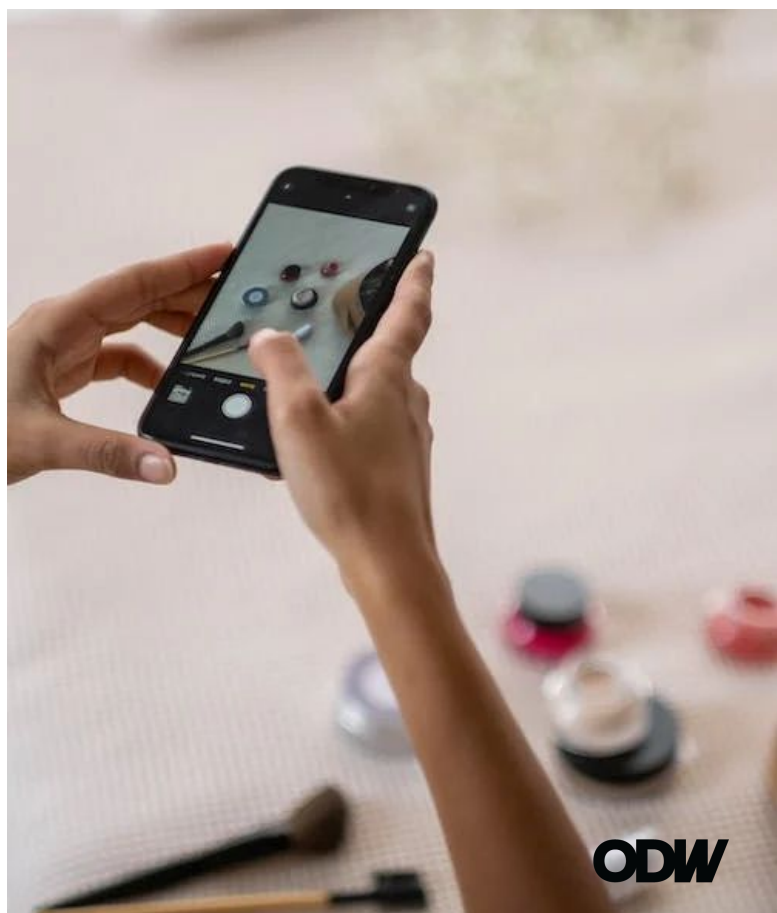
impératifs liés à la marque et les règles légales et déontologiques applicables éventuellement à un produit ou service spécifique (loi Evin, allégations nutritionnelles de santé,...)

Parallèlement, l'agence et son client s'engagent à respecter la ligne éditoriale et les partis-pris créatifs des influenceurs avec qui ils collaborent dans le cadre d'une campagne d'influence commerciale.

Avant toute publication d'un contenu par un influenceur dans le cadre d'une campagne d'influence, les collaborateurs de l'agence vérifient et valident les contenus devant être publiés. En cas de doute sur la conformité de ces contenus, les collaborateurs de l'agence sont invités à prendre conseil auprès de leur manager et/ou de la Direction.

## Sensibilisation client

L'agence et ses collaborateurs s'engagent à sensibiliser ses clients sur les principes de l'influence responsable et les règles déontologiques du secteur.



# Transparence

## Contractualisation

Toute campagne d'influence commerciale doit faire l'objet d'un contrat écrit et signé entre l'influenceur et l'agence et/ou l'annonceur. Ce contrat encadre les modalités de la collaboration.

## Transparence financière

L'agence s'engage à faire preuve de transparence auprès de ses clients sur sa rémunération et celle des influenceurs, pour toute campagne d'influence commerciale.

Lors de la réalisation des devis et factures, la rémunération des influenceurs, les frais techniques et les honoraires agence sont séparés et clairement identifiables.

## Mentions obligatoires

L'ensemble des contenus réalisés par des influenceurs dans le cadre d'une campagne d'influence commerciale doivent faire apparaître la mention "Publicité", "Collaboration commerciale", "Partenariat sponsorisé" ou "Partenariat rémunéré" durant l'intégralité de la promotion sur l'image ou la vidéo de manière claire et lisible. Lors de campagnes d'influence à l'international, les mentions "Ad", "Paid" ou équivalentes peuvent être utilisées.

Dans le cadre d'un contenu audio, notamment un podcast, une formulation du type "Avec le soutien de x...", "C'est x qui sponsorise...", ou "Cet épisode a été rendu possible grâce à..." est recommandée.

Dans le cadre d'un voyage rémunéré, l'influenceur doit rappeler qu'il s'agit d'une collaboration commerciale sur chaque première publication de contenu en story.

Dans le cadre d'une invitation à un événement non rémunéré, la mention "Invitation" doit apparaître dans le contenu de l'influenceur.

Les collaborateurs de l'agence doivent veiller à ce que ces mentions soient bien présentes lors de la diffusion des contenus par un influenceur et le cas échéant leur demander la modification immédiate des contenus dès la connaissance de tout manquement.

## Mentions légales

Tous les textes et règlements qui encadrent la publicité digitale s'appliquent également à l'influence commerciale (publicités visant les enfants et adolescents, allégations nutritionnelles de santé, mentions sanitaires, loi Evin, ...).

Les mentions obligatoires doivent notamment clairement figurer sur les contenus des influenceurs.

## Arguments et promesses

Les arguments et promesses commerciales mis en avant dans le cadre de campagnes d'influence doivent être vrais et vérifiables.

En particulier, les qualités, gains ou résultats d'un produit ou service doivent pouvoir être prouvés.

Les collaborateurs d'ODW veillent lors des campagnes d'influence commerciale à ce qu'aucune allégation fautive ou non justifiées ne soit mis en avant par un influenceur.

## Droits des tiers

L'agence demande à tous les influenceurs d'obtenir, dans le respect de la législation en vigueur et de la jurisprudence y afférente, toutes les cessions de droits et/ou autorisations nécessaires à l'exploitation libre, paisible et exclusive des contenus pour la durée, les territoires et les modes d'exploitation concernés par la campagne d'influence.

Lorsqu'un contenu réalisé par un influenceur doit être médiatisé, un accord préalable doit être obtenu auprès de l'influenceur.

## Reporting de campagne

Dans un souci de transparence, l'agence et ses collaborateurs s'engagent à transmettre à l'annonceur un reporting de campagne avec les principaux KPI liés à la campagne d'influence commerciale.

Parallèlement, les influenceurs doivent transmettre à l'agence toutes les informations nécessaires pour réaliser ce reporting.

# Limitation des impacts environnementaux

---

## Respect de la réglementation environnementale

Les collaborateurs de l'agence doivent respecter les réglementations environnementales internationales, nationales et locales en vigueur et obtenir tous les permis environnementaux nécessaires à la bonne exécution des Prestations.

Les collaborateurs s'engagent de manière proactive à limiter leur impact environnemental dans le cadre de campagnes d'influence commerciale et d'y associer les influenceurs et éventuels partenaires et sous-traitants de l'agence.

## Limitation des envois de colis

Les collaborateurs de l'agence doivent veiller à limiter le nombre de colis envoyés aux influenceurs.

En particulier, il est recommandé d'inciter les influenceurs à aller récupérer leurs colis en point de vente lorsque cela est possible.

## Produits non utilisés

Au cours d'une campagne d'influence, lorsque des produits n'ont pas été utilisés, les collaborateurs de l'agence sont incités à redistribuer les produits à titre gracieux auprès d'associations dédiées.

## Limitation des déplacements

Dans le cadre des campagnes d'influence commerciale, il est recommandé de privilégier, lorsque cela est possible, les transports dans l'ordre suivant : transports en commun, voiture de location, taxi / VTC, train et avion.

Concernant les voyages long-courriers, les collaborateurs sont invités à éviter de proposer à leurs clients et aux influenceurs des voyages de moins de 72h.

Lorsqu'un déplacement en avion est nécessaire, les collaborateurs de l'agence peuvent proposer aux annonceurs avec lesquels ils collaborent un système de compensation carbone avec une association dédiée. L'activation de cette compensation carbone est laissée au libre-choix de l'annonceur.



# Contrôle et dispositif d'alerte

## Périmètre d'application de la Politique d'influence responsable

La Politique d'influence responsable s'applique à l'ensemble des filiales du Groupe ODW dont la Holding ODW détient 50% ou plus du capital. Elle s'adresse à l'ensemble des salariés, stagiaires, mais aussi freelances, intérimaires ou sous-traitants agissant au nom d'une des sociétés du Groupe.

## Accès à la Politique d'influence responsable

La Politique d'influence responsable a été diffusée par mail à l'ensemble des collaborateurs du Groupe. Elle est également accessible sur l'intranet d'ODW dans le dossier "Process communs".

Elle est communiquée à l'arrivée de chaque nouveau collaborateur dans le cadre des procédures d'accueil des nouveaux arrivants.

## Dispositif de contrôle

ODW se réserve le droit de contrôler le respect par ses collaborateurs et partenaires des principes énoncés dans la présente Politique. Ces contrôles seront effectués par ODW ou un intervenant extérieur dûment mandaté.

Les collaborateurs de l'agence et ses partenaires s'engagent à répondre aux demandes de documentation et d'information dans un temps raisonnable et à y répondre de bonne foi.

Les collaborateurs et partenaires s'engagent à améliorer ou à résoudre les non-conformités identifiées lors dudit contrôle, dans les meilleurs délais.

## Manquement à la Politique d'influence responsable

En cas de manquement au respect de cette Politique d'influence responsable, les collaborateurs de l'agence seront alertés par la Direction par email du rappel des règles. Ils devront également participer à une nouvelle formation (Interne ou ARPP) pour se remémorer les principes de cette charte.

Tout manquement à cette Politique

d'influence responsable est passible de sanctions pouvant aller jusqu'au licenciement du collaborateur.

Dans le cas où le manquement porterait gravement préjudice au Groupe ODW ou à l'une de ses filiales sur un plan juridique, financier ou en terme de réputation, le Groupe ODW se réserve la possibilité de donner suite à des poursuites judiciaires.

## Dispositif d'alerte

Tout manquement ou situation contraire à la présente Politique doit être signalé à la Direction d'ODW.

Tout collaborateur constatant, dans le cadre d'une collaboration réalisée par l'agence ODW, un acte malveillant ou estimant qu'un salarié, partenaire ou influenceur n'a pas respecté la présente Politique d'influence responsable est invité à faire part de ses préoccupations à son manager ou en contactant la Direction d'ODW à l'adresse mail suivante : [av@odw.fr](mailto:av@odw.fr).

**Alexandre Vernier**  
Président

**ODW**

