

Club Med : premier annonceur à imposer l'obtention du certificat ARPP pour une #InfluenceResponsable

Depuis janvier dernier, dans le cadre de son adhésion à l'ARPP (Autorité de Régulation de la Publicité Professionnelle), Club Med participe activement à la réflexion sur l'influence responsable au sein du comité dédié, un domaine dans lequel le groupe est particulièrement engagé. Celle-ci a notamment débouché sur la mise en place du Certificat de l'Influence Responsable, qui vise à permettre aux influenceurs de maîtriser le cadre légal et déontologique de leur activité, protéger leurs audiences et se démarquer auprès des marques. Cette démarche, engageante pour tout un secteur, Club Med a décidé de la rendre obligatoire. Désormais, pour collaborer avec la marque en France, les influenceurs devront justifier de ce précieux sésame.

Un nouveau certificat pour promouvoir une influence éthique et respectueuse des publics

Le marketing d'influence est reconnu comme un levier efficient, générant l'engagement des audiences. Il occupe à ce titre une place de plus en plus importante dans la stratégie des marques. Si le secteur est encore jeune, il croît néanmoins très rapidement, avec un marché mondial estimé à 9,7 milliards de dollars en 2020¹. Bien qu'il soit globalement encadré et soumis à la réglementation existante et aux règles déontologiques édictées par la profession, l'édition 2020 de l'Observatoire de l'Influence Responsable de l'ARPP a révélé l'importance d'assurer une pédagogie auprès des acteurs du secteur. En effet, l'analyse de 30 3138 contenus produits par 7 013 influenceurs, a démontré que plus d'1/4 des publications ne dévoilaient pas leurs intentions commerciales.

Face à ce constat, le Comité du Marketing d'Influence de l'ARPP a décidé d'apporter une réponse adaptée en lançant un certificat à destination des influenceurs créateurs de contenus : le Certificat de l'Influence Responsable. Celui-ci a pour objectif de préserver les valeurs d'un marketing d'influence éthique et responsable. Ayant contribué à cette avancée et en tant que membre de l'ARPP, Club Med est aujourd'hui la première marque à rendre obligatoire l'obtention de ce certificat dans le cadre de ses collaborations régulières avec des influenceurs.

¹ *Influencer Marketing Benchmark Report 2020 – Influencer MarketingHub – Creator IQ*

Club Med, précurseur d'un marketing d'influence utile et responsable

Au sein de Club Med, c'est sous l'impulsion d'Aline Ducret, VP Marketing EMEA qu'un pôle Influence dédié a été créé au niveau de la zone EMEA, regroupant 3 expertises : Social Media, Relations Publiques et Influenceurs. Celui-ci ayant pour ambition d'accompagner l'approche holistique des leviers d'acquisition et de relation clients au sein de la Business Unit majeure du groupe.

Le groupe développe une éthique et une déontologie fortes sur ces sujets, dans le cadre de sa politique RSE. Aujourd'hui, elle saisit donc l'opportunité offerte par l'ARPP pour étendre encore ses actions en faveur d'une influence vertueuse.

Initié en France, le Certificat de l'Influence Responsable pourrait très rapidement être déployé à l'échelle internationale, dans le cadre de L'Alliance Européenne pour l'Éthique en Publicité (EASA) dont l'ARPP est membre, l'International Council for Ad Self-Regulation (ICAS) et La Chambre de Commerce Internationale (ICC).

En étant la première marque à imposer aux influenceurs, avec lesquels elle collabore, l'obtention de ce certificat, Club Med se positionne ainsi en précurseur. Elle promeut aux consommateurs, les plus hauts standards pour une activité transparente et responsable. Avec la volonté de participer activement à la construction du cadrage du marketing d'influence, Club Med souhaite ainsi insuffler, depuis la France, cette dynamique à l'ensemble de ses marchés.

Comme le souligne Tiphaine Neveu, Head of Influence EMEA : « *L'influence ne peut plus être réduite à un simple enjeu de notoriété. Les KPIs le démontrent très bien aujourd'hui, elle doit être considérée au même niveau que les autres leviers marketing, car elle représente une vraie force d'acquisition business. C'est un terrain de jeu extraordinaire qui évolue très vite. La Covid a d'ailleurs bousculé et accéléré beaucoup de choses. Mais, parce que l'Influence c'est avant tout de l'humain, elle ne doit surtout pas basculer dans la manipulation. Comme tous les secteurs de la communication, il faut donc des règles et il faut les faire connaître à toutes les parties prenantes du secteur : influenceurs, agences, annonceurs, outils, plateformes etc. En tant qu'annonceur, ce certificat est un élément clé car il nous rassurera quant au niveau de connaissance des bonnes pratiques des influenceurs partenaires. A noter qu'il n'est qu'une première réponse dans cet objectif et nous sommes bien évidemment fiers de contribuer à sa création et, demain, à son déploiement* ».

Comment obtenir le Certificat de l'Influence Responsable ?

Ce certificat est réservé aux influenceurs collaborant avec des marques en vue de publier des communications commerciales. Il est un moyen pour toutes les parties prenantes et intéressées (audiences, marques, agences, autorités...) de s'assurer qu'un parcours de sensibilisation aux recommandations déontologiques de l'ARPP a bien été suivi par l'influenceur et que le contrôle des connaissances acquises a été validé avec succès.

Après validation de son inscription sur le site de l'ARPP, le candidat se connecte à la plateforme d'e-learning de Media Institute, partenaire de la démarche, pour suivre une préparation durant laquelle l'influenceur est sensibilisé aux principales règles éthiques et juridiques de son métier : comment être transparent sur ses partenaires ? Quelles règles respecter quand on parle d'environnement, de santé, de produits cosmétiques ou alimentaires, de jeux d'argent, d'alcool... ? Quels sont les grands principes éthiques qui encadrent le marketing d'influence (loyauté, protection des mineurs, décence, dignité...) ? À l'issue de cette préparation et lorsqu'ils se sentent prêts, les candidats passent le certificat. Pour le décrocher, ils doivent obtenir au moins 75 % de bonnes réponses. En cas d'échec, ils sont invités à le repasser.

Plus d'informations sur www.arpp.org

CONTACTS PRESSE

Thierry Orsoni

Directeur de la Communication

01 53 35 31 29

thierry.orsoni@clubmed.com

@Th_Orsoni

Laetitia Laurent

Responsable Communication Externe

01 53 35 39 39

laetitia.laurent@clubmed.com

@L_Laurent_

Louba Doroshina

Responsable Coordination
Communication Internationale

01 53 35 35 08

liubov.doroshina@clubmed.com