



**MONET**

EARNED . ENGAGE . INFLUENCE

**CHARTRE INFLUENCE RESPONSABLE  
AGENCE MONET  
MARS 2025**

## PRÉAMBULE

Chers Clients,  
Chers Partenaires,  
Chers Collaborateurs,

Reflet de notre engagement quotidien en faveur d'une communication éthique, transparente et durable, l'Agence MONET et le Groupe CEETADEL sont aujourd'hui fiers de vous présenter leur « Charte de l'Influence Responsable ».

À une époque où le marketing d'influence joue un rôle toujours plus important au sein des dispositifs de communication, il est de notre devoir de communicants de nous assurer que nos actions sont alignées avec les valeurs les plus élevées en matière de responsabilité sociale et environnementale.

Cette Charte est le fruit d'une réflexion partagée, nourrie par les meilleures pratiques du secteur et les exigences légales en vigueur. Elle incarne notre volonté commune de promouvoir un comportement exemplaire et respectueux de la part de chaque acteur du secteur.

Bien plus qu'une simple déclaration, cette Charte représente un engagement concret.

Elle se veut un guide pratique pour construire un écosystème de confiance, où annonceurs, créateurs et collaborateurs avancent ensemble, dans un respect mutuel, une rigueur professionnelle et une vision commune : l'éthique, la transparence, la durabilité et la performance.

Nous plaçons l'intégrité au cœur de nos actions, en veillant à ce que chaque communication, chaque collaboration et chaque décision reflète nos valeurs fortes et notre engagement sans faille envers une influence plus responsable.

Convaincus qu'un environnement de travail éthique peut transformer durablement le secteur de l'influence marketing, nous nous engageons chaque jour à élever et maintenir ces standards. Notre objectif est ainsi double : favoriser une transparence accrue dans le cadre des opérations que nous diligentons, tout en mettant en œuvre une responsabilité sociale et environnementale assumée.

Cette Charte est notre promesse collective, celle de bâtir des relations harmonieuses et durables avec les créateurs, nos clients et nos équipes.

Ensemble, nous souhaitons impulser une dynamique positive, encourageant l'ensemble de l'industrie à adopter des pratiques toujours plus respectueuses, innovantes et éthiques.



*Julien Monet, Président de l'agence Monet et du Groupe Ceetadel*

## 1. OBJET

La raison d'être de notre Charte est de garantir une communication transparente et éthique tout en s'assurant que chaque message, chaque brief et chaque rapport diffusé intègre l'ensemble des obligations légales et recommandations applicables.

Nous souhaitons promouvoir une influence marketing authentique en préservant l'ADN créatif de chaque Créateur, tout en assurant que l'image et les valeurs de chaque Annonceur soient respectées.

Nos engagements sont également en faveur du droit. Nous veillons à la stricte conformité des opérations diligentées avec l'ensemble des lois en vigueur.

Par ailleurs, la réduction de l'impact environnemental constitue un axe majeur de notre démarche, avec l'adoption de pratiques responsables et durables dans toutes nos actions.

Enfin, nous mettons en place un dispositif de contrôle rigoureux, assorti de sanctions graduées, afin de s'assurer du respect constant des engagements pris par l'ensemble des acteurs.

Cette Charte s'applique à l'ensemble des collaborations réalisées en matière de marketing d'influence, qu'il s'agisse de campagnes rémunérées ou non, de partenariats ponctuels ou de collaborations de longue durée. Chaque acteur s'engageant ainsi à se conformer aux principes énoncés, contribuant à une dynamique de confiance et de responsabilité partagée.

## 2. NOS ENGAGEMENTS

### 2.1 NOS ENGAGEMENTS ANNONCEURS

Les Annonceurs occupent une position centrale dans le succès de toute campagne d'influence marketing.

La genèse de toute campagne repose sur une définition précise des objectifs et du contexte de l'opération envisagée. Cette définition étant matérialisée par une recommandation complète permettant d'une part, de proposer des dispositifs innovants, transparents et éthiques et d'autre part, de sélectionner de manière stratégique les Créateurs dont le profil et l'audience sont en parfaite adéquation avec la campagne envisagée.

L'accompagnement proposé aux Annonceurs repose ainsi sur une approche pédagogique, qui consiste à suivre, alerter et optimiser les performances d'une campagne grâce à des outils de reporting et de monitoring avancés.

## 2.2 NOS ENGAGEMENTS CRÉATEURS

Du côté des Créateurs, notre engagement se matérialise par un accompagnement sur-mesure dès la réception du brief client.

**Dans ce cadre, nous accordons un soin tout particulier à la sélection des Créateurs avec lesquels nous collaborons pour que ceux-ci soient en adéquation avec l'univers et les objectifs de vos campagnes.**

Notre agence veille par ailleurs à ce que ces derniers disposent de toutes les informations relatives aux objectifs de la campagne, aux contraintes légales et réglementaires applicables, aux mentions obligatoires à intégrer, ainsi qu'aux comportements à prohiber.

Nous mettons un point d'honneur à respecter la liberté créative de chaque Créateur en encourageant la diffusion de contenu organique, essentiel pour conserver la confiance de toute communauté, tout en leur réaffirmant la nécessité d'un contenu éthique et respectueux.

Notre engagement en faveur d'une influence transparente porte également sur les modalités de rémunération des Créateurs et les conditions contractuelles, clairement définies et communiquées dès le début de toute collaboration.

Enfin, notre agence s'engage à ne jamais exercer le métier d'agent de créateur pour garantir l'impartialité de nos castings.

## 2.3 NOS ENGAGEMENTS COLLABORATEURS

Les Collaborateurs de l'Agence, quant à eux, bénéficient d'un suivi régulier et d'une formation continue.

Ces derniers sont régulièrement sensibilisés aux évolutions législatives et aux bonnes pratiques du secteur, ce qui leur permet de gérer efficacement les processus de casting, la rédaction des briefs et l'ensemble des étapes du reporting.

Nous pensons que ce renouvellement constant des connaissances et des compétences est indispensable pour garantir la conformité et la qualité de nos campagnes d'influence.

## 3. CADRE RÉGLEMENTAIRE ET CONFORMITÉ

En qualité d'Agence de communication transparente et éthique, l'Agence **MONET** et le Groupe **CEETADEL** s'engagent à respecter l'ensemble des textes législatifs ou réglementaires ainsi que les recommandations applicables en vigueur dans le domaine du marketing d'influence.



### 3.1 LA LOI N°2023-451 DU 9 JUIN 2023

Chaque Collaborateur de l'Agence a été formé à 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. Nous nous engageons ainsi à appliquer rigoureusement cette loi dans toutes nos activités.

#### RAPPEL DES DISPOSITIONS DE LA LOI N°2023-451 DU 9 JUIN 2023 :

##### a. Principes fondamentaux et obligations

Interdiction de promouvoir :

- les produits du tabac et cigarettes électroniques ;
- les médicaments sur prescription médicale ;
- les armes à feu ;
- les produits phytosanitaires ;
- la chirurgie esthétique.

**b. Contrat obligatoire** : un contrat doit être établi entre l'agence et l'influenceur pour toute collaboration commerciale rémunérée.

##### c. Mentions obligatoires présentes dans les contenus :

- **La mention « Image retouchée »** : dès lors qu'un filtre modifiant le visage ou la silhouette est utilisé, la mention « Image retouchée » devant figurer clairement.
- **La mention « Image virtuelle »** : si une Intelligence Artificielle modifie le visage ou la silhouette, la mention « Image virtuelle » devant être apposée.
- **La mention « Collaboration non rémunérée »** : s'agissant des partenariats non rémunérés, la mention « Collaboration non rémunérée » devant être indiquée en français, de manière visible.
- **La mention « Collaboration rémunérée »** : s'agissant des partenariats rémunérés, la mention devant être claire, visible et en français sur chaque écran de story et sous chaque post ou par utilisation de l'option disponible sur les réseaux sociaux.

### 3.2 LA LOI N°2020-1266 DU 19 OCTOBRE 2020

Chaque Collaborateur de l'Agence a été formé à la loi n°2020-1266 du 19 octobre 2020 visant à encadrer l'exploitation commerciale et l'image des enfants de moins de 16 ans sur les réseaux sociaux.

En ce sens, chaque Collaborateur veille au respect des dispositions imposées par le Code du Travail et s'assure que chaque parent respecte les dispositions applicables à la situation de l'enfant.

Les revenus générés par les mineurs de moins de quinze ans impliqués dans des activités d'influence sont protégés et une partie de ceux-ci est placée sur un compte séquestre jusqu'à la majorité de l'enfant.

La durée du travail est strictement limitée et encadrée, conformément aux règles propres aux enfants dans le secteur de la mode, du cinéma ou du spectacle imposées par le Code du Travail.

Les plateformes en ligne ont également une responsabilité accrue, ces dernières doivent mettre en place des mesures visant à protéger les mineurs et permettre le retrait des contenus non conformes.

Nous veillons ainsi à ce que les enfants ne participent qu'à des activités encadrées par des professionnels, dans le respect de leur bien-être et de leur développement.

En adhérant à ces principes, nous garantissons une utilisation éthique et légale de l'image de l'Enfant, tout en contribuant à un marketing d'influence responsable et respectueux des droits des plus vulnérables.

### 3.3 LA LOI N°2024-120 DU 19 FÉVRIER 2024

Chaque Collaborateur de l'Agence a été formé à la loi n°2024-120 du 19 février 2024 visant à garantir le respect du droit à l'image des enfants.

En ce sens, chaque Collaborateur veille au respect par tout parent du droit à l'image de l'enfant mineur, dans le respect du droit à sa vie privée selon son âge et son degré de maturité.

### 3.4 LA LOI ÉVIN

La Loi Évin encadre strictement la promotion des boissons alcoolisées, imposant des règles précises visant à protéger les consommateurs, en particulier les mineurs.

Conformément à cette loi, toute communication en faveur d'une boisson alcoolisée doit se limiter à une information objective et informative sur le produit.

Des mentions obligatoires sont également prescrites "***L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. À consommer avec modération***" doivent impérativement apparaître sur chaque contenu.

Cette réglementation s'applique à tous, notamment sur les réseaux sociaux.

### 3.5 AUTRES SOURCES LÉGISLATIVES

La conformité avec le « ***Règlement général sur la protection des données*** » (RGPD) et les autres législations relatives à la protection des données à caractère personnel (Loi Informatique et Libertés) garantit que toutes les informations personnelles utilisées dans le cadre des campagnes diligentées par L'Agence sont traitées de manière sécurisée et respectueuse de la vie privée.

S'agissant des secteurs sensibles tels que la santé, l'alimentation ou l'environnement, nous nous assurons que chaque allégation de bénéfice ou caractéristique produit est approuvée scientifiquement et communiquée de façon responsable (Loi AGECE).

### 3.6 RECOMMANDATIONS AUTORITÉ DE RÉGULATION PROFESSIONNELLE DE LA PUBLICITÉ

L'Agence s'engage à respecter les recommandations de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) qui constituent le cadre déontologique de l'expression publicitaire en France.

En sens, L'Agence s'engage à faire respecter et à diffuser le « **Guide de bonne conduite des influenceurs et des créateurs de contenu** » et à collaborer avec des Créateurs disposant du « Certificat de l'Influence Responsable » permettant d'attester de la maîtrise, par tout Créateur du cadre légal de ses activités dans un souci de respect des consommateurs et de la réglementation en vigueur.

## 4. RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE

La réduction de l'impact environnemental de nos activités est au cœur de nos engagements. Conscients des conséquences de nos déplacements professionnels, nous privilégions des modes de transport à faible émission de carbone limitant les voyages en imposant une durée minimale de séjour pour chaque mission.

Dans le cadre de l'envoi de produits, nous optons pour l'utilisation de matériaux écologiques, recyclables ou réutilisables, afin de minimiser le gaspillage et l'empreinte écologique de nos actions.

Chaque envoi est réalisé après validation du Créateur afin d'éviter des expéditions superflues et de contribuer ainsi à une gestion raisonnée des ressources.

Par cette démarche, nous nous inscrivons dans une dynamique globale de respect de l'environnement et de développement durable.

## 5. DISPOSITIF DE CONTRÔLE ET SANCTIONS

Afin de garantir l'application effective de cette Charte, nous avons mis en place un dispositif de contrôle permettant d'identifier les éventuels manquements aux engagements éthiques et légaux.

Ce processus, appliqué tant aux Collaborateurs qu'aux Créateurs vise à maintenir un environnement de travail et de partenariat basé sur la confiance et le respect des engagements pris.

## 6. SUIVI ET MISE À JOUR DE LA CHARTE

Conscients que le secteur du marketing d'influence est en constante évolution, nous nous engageons à réviser et à actualiser régulièrement notre Charte.

Ce processus de mise à jour s'appuie sur une veille continue des évolutions législatives, des nouvelles tendances et des retours d'expérience issus des collaborations.

En ce sens, des sessions de formation et des ateliers de sensibilisation sont organisés afin que l'ensemble des parties prenantes restent informées et que les pratiques adoptées soient toujours en adéquation avec les exigences éthiques et réglementaires actuelles.

Cette démarche permet non seulement d'améliorer continuellement nos méthodes, mais également d'anticiper les évolutions du secteur pour rester à la pointe de l'engagement responsable.



MONET

EARNED . ENGAGE . INFLUENCE