

# CHARTRE KID'INFLUENCEURS



Le développement d'internet et des plateformes de partage de vidéo ont amené des nouvelles techniques de communication comme l'influence. De plus en plus d'enfants utilisent ces plateformes pour promouvoir des marques et des produits mais le travail de ces enfants en France n'est aujourd'hui pas encadré.

En anticipation d'un cadre réglementaire prochain, à l'initiative d'Hasbro, la FJP et les acteurs de la filière jeu/jouet lancent une charte de bonnes pratiques de collaboration avec les influenceurs mineurs. Avant chaque collaboration, qu'elle soit financière, en nature ou gratuite, les signataires de la charte devront s'assurer que l'enfant respecte chaque critère listé dans cette dernière.

## RESPECT DES RÈGLES CLASSIQUES DE COLLABORATION MARQUE-INFLUENCEUR TELLES QUE FORMULÉES PAR L'ARPP

Comme dans toute collaboration commerciale entre une marque et un influenceur, il est obligatoire de l'indiquer (sous forme de hashtag par exemple) afin d'être explicite sur la nature de la relation. Il s'agit du cas où il y a un engagement réciproque entre la marque et l'influenceur. Il n'est pas nécessaire qu'il y ait rémunération.

#SPONSORISÉ #PUBLICITÉ #PARTENARIAT

Une courte vidéo de l'ARPP résume toutes les bonnes pratiques pour ce type de partenariat:

<https://vu.fr/ARPP>

## RESPECT DE L'INTERÊT ET DE L'INTÉGRITÉ DES ENFANTS

- ✓ « L'école avant tout ». La réalisation de contenus sur les réseaux sociaux doit rester une activité extra-scolaire qui n'empiète pas sur les obligations scolaires de l'enfant.
- ✓ « C'est l'enfant qui décide ». En aucun cas, l'enfant ne devra se sentir forcé de réaliser de tels contenus et en reste le premier décideur.
- ✓ « Un contenu irréprochable pour l'intégrité de l'enfant ». Impérativement, les contenus ne montreront pas l'enfant dans des situations portant atteintes à leur intégrité morale ou physique.

## RESPECT DES HORAIRES DE TOURNAGE

Ces conditions reprennent celles du « Chapitre IV : Enfants dans le spectacle, les professions ambulantes, la publicité et la mode » (Article L7124) du Code du Travail - cf. Annexe.

## EN CAS DE RÉMUNÉRATION...

Nous demandons que l'enfant soit inscrit dans une agence de mannequin dans les conditions prévues par les articles L 7124-9 et -10 du Code du Travail et qui a obtenu un agrément lui permettant d'engager des enfants.

Mikael Berthou, pour Hasbro,

Michel Moggio, pour la FJP et l'ensemble de ses adhérents,

Jean Kimpe, pour la FCJPE et l'ensemble de ses adhérents,

# CHARTRE KID'INFLUENCEURS

## ANNEXE



### RESPECT DES HORAIRES DE TOURNAGE

Ces conditions reprennent celles du « Chapitre IV: Enfants dans le spectacle, les professions ambulantes, la publicité et la mode » (Article L7124) du Code du Travail

ÂGE DE L'ENFANT	DURÉE JOURNALIÈRE	DURÉE EN CONTINU	DURÉE HEBDOMADAIRE
0 - 6 mois	1h	30 minutes	1h
6 mois - 3 ans	1h	30 minutes	2h
3 ans - 6 ans	2h	1h	3h
6 - 12 ans période scolaire	3h	1h30	4h30
12 - 16 ans période scolaire	4h	2h	6h
6 - 12 ans congé scolaire	6h	2h	12h
12 - 14 ans congé scolaire	7h	3h	15h
14 - 16 ans congé scolaire	7h	3h	18h

Le travail des enfants avant 7h et après 20h est limité au maximum, en particulier pour les moins de 16 ans.