

ATELIER

Les relations avec les influenceurs

Jeudi 29 novembre 2018 – 8h45 – 12h30

(Session exclusivement réservée aux annonceurs – ouverte aux fonctions juridiques et non-juridiques sur inscription préalable auprès de alefbvre@uda.fr)

- ↳ De l'influence à la nano-influence, quelles différences, quels atouts ?
- ↳ Comment les sélectionner ? Quels types de contenus et de partenariats sont les plus efficaces ?
- ↳ Quels contrats conclure ? Quelle place a le statut d'entrepreneur ? Quand interviennent-ils comme mannequins, artistes, ... ?
- ↳ Quels droits acquérir ? Comment les gérer ?
- ↳ Quelle transparence sur les relations avec les influenceurs vis-à-vis des consommateurs ?
- ↳ Quels sont contenus publiés par les influenceurs assimilables à des communications commerciales ? Comment doivent-ils être identifiés ?
- ↳ Comment organiser cette identification pour les marques, les influenceurs ? quel rôle pour les plateformes de partage ?

LIEU :
TRANSFO
UDA ANNONCEURS EN MOUVEMENT

UDA
251 boulevard Pereire – 75017 Paris – 7^{ème} étage
Tél : 01 45 00 79 10

Pour obtenir un bulletin d'inscription et connaître les conditions de participation :
[cliquez-ici](#)

PROGRAMME

8h45 *Accueil café*

9h00 **PREMIERE PARTIE : RELATIONS CONTRACTUELLES AVEC LES INFLUENCEURS**

LES DIFFERENTS NIVEAUX DE L'INFLUENCE

Par **Maxime Schmidt**, DGA Talent Web/Mixicom, Webedia

- Influenceurs, micro-influenceurs, nano-influenceurs, quels atouts ?
- Comment les sélectionner, comment gérer les relations ?
- Quels types de contenus et de partenariats sont les plus efficaces ?

LES CONTRATS CONCLUS AVEC LES INFLUENCEURS : QUELLES QUALIFICATIONS POUR LES PRESTATIONS D'INFLUENCE ?

Par **Me Laurent Carrié**, Avocat associé, **Cabinet DEPREZ GUIGNOT ASSOCIES (DDG)**

- Quel statut pour les influenceurs, pour quelles prestations ?
- Quand doivent-ils être qualifiés de mannequins, d'artistes, ... ?
- Quels droits acquérir ? Comment les gérer ?

10h30 *Questions / Réponses*

10h45 *Pause café*

11h00 **DEUXIEME PARTIE : LES RELATIONS ENTRE LES INFLUENCEURS ET LES CONSOMMATEURS**

RECOMMANDATION DEONTOLOGIQUE DE L'ARPP ET EXEMPLES PRATIQUES

Par **Mohamed Mansouri**, Directeur des Opérations et des Systèmes d'Information, **ARPP**

- A quel moment les contenus des influenceurs doivent-ils être identifiés comme communications commerciales ? comme publicité ?
- Comment ces contenus doivent-ils être identifiés, par quels moyens ?

TEMOIGNAGES D'ANNONCEURS : ORGANISER LA TRANSPARENCE

Avec l'intervention de **Stéphanie Celerier**, responsable juridique, **L'Oréal France** et **Sophie LE CORRE**, directrice Communication et Influence **L'Oréal Paris & Division Grand Public L'Oréal France**

- Quels process mettre en place ? quelles indications donner ?

12h00 *Questions / Réponses*

Pour obtenir un bulletin d'inscription et connaître les conditions de participation : [cliquez-ici](#)