

Le guide des bonnes pratiques

POUR LES MARQUES ET CRÉATEURS·ICES DE CONTENU

Réalisé par  CLARK



Chez Clark, nous sommes convaincus que l'influence peut être repensée de manière à réduire son impact sur l'environnement, mais nous ne pouvons pas y arriver seuls : agences, annonceurs et créateurs·ices de contenu ; ce doit être de la volonté de tous !

Voici quelques conseils que nous mettons à la disposition des annonceurs et des influenceurs :

Pour les annonceur·euses

En élaborant des campagnes d'influence, les marques peuvent prendre des décisions qui ont le pouvoir de faire une différence significative. C'est la raison pour laquelle nous souhaitons partager nos astuces et nos conseils, basés sur notre expérience et nos enseignements, afin de vous aider à adopter des pratiques responsables lors de vos campagnes de communication.



1. Favoriser l'expérience en magasin plutôt que les envois

Aujourd'hui, il arrive couramment que les marques envoient leurs produits directement chez les influenceurs.

Cette solution, bien que pratique, n'est pas des plus écoresponsables. Pourquoi ne pas plutôt inciter les créateurs·ices à se rendre en boutique pour se procurer leurs produits ?

Au-delà de l'aspect plus responsable, ça permet aux influenceurs de vivre directement l'expérience de marque en magasin et encourage les consommateur·ices à faire de même.¹

¹Nous encourageons le·la créateur·ices à se rendre en boutique à l'aide du transport en commun ou à vélo.



2. Limiter les intermédiaires lors des envois

Parfois, l'envoi de colis est indispensable (par exemple, lorsqu'il s'agit de produits inédits, indisponibles en magasin ou tout simplement, très compliqués à se procurer). Dans ces cas, il serait préférable que les marques gèrent les expéditions de leur côté, sans passer par leur agence. Cela permet de réduire le nombre de voyages pour les colis, et ainsi de limiter autant que possible l'impact sur l'environnement. Si ça s'avère impossible, Clark Influence se chargera de se procurer les produits en point de vente et s'occupera des envois.



3. Penser utilité, pas futilité !

Lors de l'expédition de leurs produits, certaines marques veulent gâter les influenceurs. C'est tout à votre honneur ! Cela dit, il faut garder en tête l'importance de proposer des articles qui seront utiles au quotidien, car certains à-côtés finissent malheureusement au fond d'un placard, voire aux poubelles.

Avant chaque envoi, Clark Influence s'assure que le-la créateur·rice de contenu manifeste un véritable intérêt pour la marque ou le produit en question, ce qui nous permet de garantir son usage optimal. Nous veillons également à sélectionner des articles appropriés : par exemple, dans le secteur cosmétique, offrir des produits qui correspondent à la bonne teinte de peau.

Pour les créateurs·ices de contenus

Les créateur·ices de contenu ont le plein contrôle sur leur création. Il est ainsi impossible pour une agence de mesurer l'impact environnemental de la production (lumières et électricités consommées, achats nécessaires...). En revanche, ce que nous pouvons faire, c'est inciter les créateur·ices à emprunter une démarche et une réflexion plus responsables.



1. Donner une seconde vie à ses produits

C'est bien connu, les influenceurs reçoivent beaucoup de produits de la part des marques, que ce soit dans le cadre d'une campagne rémunérée ou d'une stratégie de « free-gifting. Alcool, vaisselle, cosmétiques, mode, maroquinerie, jouets... Les placards des influenceurs sont pleins à craquer ! Ainsi, pour certaines catégories de produits (comme les vêtements ou les jouets pour enfants), il est essentiel de les encourager à donner une seconde vie à ces articles, notamment grâce à diverses associations.



2. Privilégier des partenaires écoresponsables

Si un influenceur décide de collaborer avec des marques considérées comme polluantes et dangereuses pour l'environnement, celui-ci verra son image en être affectée. En effet, certaines marques ont des pratiques qui ont un impact déplorable sur l'environnement, et il serait risqué de s'associer à elles. Il est donc primordial de prendre en compte cet aspect quand vient le temps d'évaluer les propositions de partenariat.



3. Adopter une démarche éthique et responsable dans ses communications

Pour y parvenir, il est essentiel de faire des choix conscients comme : sélectionner ses collaborateur·ices, ses offres de partenariat, son rythme de publication et être transparent avec sa communauté. Chaque créateur·ice a la possibilité de créer son propre modèle qui peut varier en fonction de ses valeurs.



Let's Clark.

info@clarkinfluence.com

Nicolas Bon
nicolas@clarkinfluence.com

Vincent Bronner
vincent@clarkinfluence.com

Marie-Josée Cadorette
mj@clarkinfluence.com



MONTREAL
4560B, Boul. Saint-Laurent, #203,
H2T 1R3 - Montréal (Québec)
+1 (514) 570 0508

TORONTO
3 Hartford Avenue,
M4L1P1 - Toronto (Ontario)
647-618-2756

PARIS
33 rue la Fayette
75009 Paris, France
+33 (0)7 67 51 90 38

