

Résolution

L'encadrement de l'activité des influenceurs

Montréal (Canada) – 7 juillet 2024

- CONSIDÉRANT** la Résolution n°34/2003 de l'Assemblée parlementaire de la Francophonie sur l'éducation aux médias et la nécessité de promouvoir une utilisation responsable et critique des médias numériques ;
- CONSIDÉRANT** la loi française 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 ;
- CONSIDÉRANT** la Résolution n°2020/21 de l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF) relative à la lutte contre la désinformation et les fausses nouvelles, adoptée lors du Sommet de la Francophonie ;
- SE RÉJOUISSANT** des récentes adoptions de textes réglementant l'activité de l'influence en ligne notamment par des pays tels que la France, le Canada, la Côte d'Ivoire, etc. ;
- PRÉOCCUPÉ** par l'insuffisance de lignes directrices et de cadre juridique liés à l'encadrement de l'activité des influenceurs et des enfants influenceurs, notamment dans plusieurs pays de la Francophonie ;
- CONSTATANT** que les jeunes et les mineurs sont les principaux utilisateurs des réseaux sociaux et d'Internet, avec environ 71% des jeunes âgés de 15 à 24 ans connectés en ligne, selon les données de l'UNICEF ;
- RECONNAISSANT** l'impact significatif des influenceurs sur la santé mentale des jeunes notamment le développement accru de certaines maladies mentales telles que la dépression ;
- CONVAINCUS** de l'importance de la santé mentale des jeunes pour le développement sain de nos sociétés.

Le Parlement francophone des jeunes, réuni à Montréal le 7 juillet, sur proposition de la Commission de l'éducation, de la culture et de la communication,

- SUGGÈRE** aux États d'adopter la définition suivante pour l'activité d'influenceur : « Les personnes physiques ou morales qui, en échange d'un quelconque avantage, communiquent au public par voie électronique des contenus visant à faire la promotion, directement ou indirectement, de biens, de services ou d'une cause quelconque. » ;
- ENCOURAGE** la mise en place d'une organisation francophone de collaboration entre les États et les plateformes sur la forme et le fond des contenus, notamment en créant un groupe d'experts indépendants afin de détecter, analyser et rectifier les contenus diffamatoires ou de désinformation et en encourageant un changement systémique du fonctionnement des algorithmes afin de limiter la propagation de la désinformation ;
- ENCOURAGE** les États à éduquer, sensibiliser et informer les enfants, les jeunes et les parents sur les techniques marketing utilisés par les influenceurs sur Internet ;
- PROPOSE** l'obligation aux influenceurs d'avertir et de notifier de façon visible chaque contenu publicitaire publié et d'interdire les contenus nuisibles touchant à la vie privée ;
- RECOMMANDE** que l'activité des enfants influenceurs soit légalement encadrée afin que ceux-ci aient un contrat et soient rémunérés en conformité avec les lois du pays ;
- RECOMMANDE** de renforcer l'encadrement des personnes morales utilisatrices des services des influenceurs, notamment en établissant l'obligation de la forme écrite pour le contrat entre l'influenceur et la personne morale, en obligeant les influenceurs à s'établir en tant que personne morale et en interdisant la promotion de certains produits, biens ou services jugés dangereux selon les lois des pays ;

INVITE les parlementaires à inciter les influenceurs à sensibiliser leur audience au sujet des risques des réseaux sociaux sur la santé mentale et particulièrement sur l'estime de soi et l'image corporelle et à partager du contenu positif adressé aux jeunes ;

APPELLE à la création d'un cadre réglementaire international sous l'égide de l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF) et de l'Assemblée parlementaire de la Francophonie (APF), incitant les États membres à éditer ou à renforcer les normes relatives aux activités des influenceurs.