

## Las iniciativas francesas en relación con la actividad comercial de los *influencers*

La Autoridad de la Regulación Profesional de la Publicidad (ARPP) francesa ha hecho públicos los últimos resultados de su Observatorio de la Influencia Responsable (OIR)<sup>1</sup>. La ARPP señala, como en los dos años anteriores de existencia del Observatorio, una clara mejora en las prácticas de esta modalidad del marketing.

En 2017, la Autoridad estableció, en colaboración con todos los agentes de la industria involucrados (organizaciones profesionales, marcas, agencias y plataformas), unas normas éticas de transparencia y equidad aplicables a el sector de influencia comercial y comenzó a crear herramientas para servir a estas mejores prácticas, como como el mencionado Observatorio o el Certificado de Influencia Responsable.

Según los resultados de este tercer informe, la transparencia de los creadores de contenidos a la hora de identificar la naturaleza publicitaria de los mensajes, al menos en un nivel básico, ha pasado del 73% en 2020 al 89% en 2022. En este año se analizaron en torno a 31.000 contenidos difundidos a través de Instagram (55%), TikTok (25%) y YouTube. (20%).

El mayor nivel de cumplimiento se da entre los influencers más relevantes, mientras que los que conforman el long tail (menos de 10.000 suscriptores) siguen siendo los menos transparentes para sus audiencias: el 23% de sus publicaciones patrocinadas aún no cumplen con las reglas de identificación.

La ARPP ha puesto en marcha diferentes iniciativas para ayudar a los influencers a mejorar sus prácticas. La más importante es el Certificado de Influencia Responsable, que ha sido otorgado a más de 1.000 influencers con más de 450 millones de suscriptores. La mayoría de los creadores de contenido más relevantes en Francia, de diferentes ámbitos (humor, moda, maquillaje, actualidad, estilo de vida, etc.), cuentan ya con este Certificado. Y con motivo de la reciente aprobación en ese país de una norma<sup>2</sup> para la regulación de los influencers, que puede considerarse, si no pionera, sí un hito atendiendo a su amplitud y ambición, la Autoridad ha anunciado un programa educativo integral para ayudarles a comprender y cumplir mejor el nuevo marco legislativo.

Asimismo, la ARPP ha creado un canal de denuncia directo para plataformas creadores y marcas, y se compromete tanto a intervenir más eficazmente en materia de infracciones como a supervisar de forma sistemática las tendencias en las prácticas de los influencers, que pueden ser muy cambiantes.

---

<sup>1</sup> <https://www.arpp.org/actualite/observatoire-influence-responsable-2023/>

<sup>2</sup> <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/LEGISCTA000047665797>