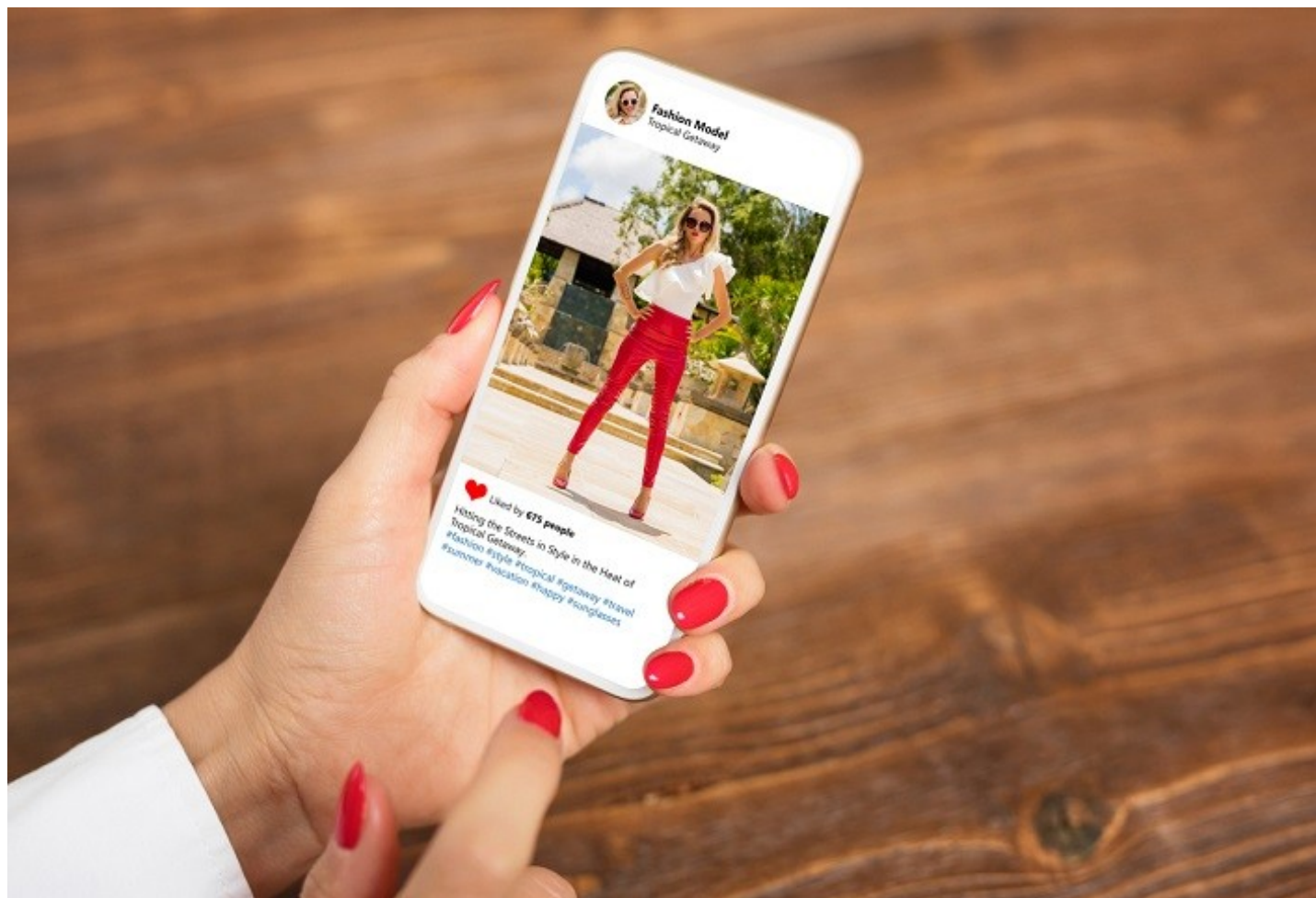


# Le mode de vie des influenceurs est incompatible avec le changement climatique



**Le marché mondial de l'influence va atteindre 15 milliards de dollars d'ici la fin de l'année 2022, soit 20 fois plus qu'en 2015. (@iStock / grinvalds)**

Jeux concours, voyages en jet, fast-fashion, voitures de sport... Les influenceurs sont de plus en plus critiqués pour leur mode de vie incompatible avec les enjeux climatiques. Dans un contexte de crise énergétique où chacun est appelé à faire des efforts, le quotidien de ces promoteurs d'un mode de vie ultra-luxueux ne passe pas. La prise de conscience dans ce secteur encore peu encadré émerge, mais doit s'accélérer.

«*Tu veux prendre le mien ou le tien?*», écrit Kylie Jenner, la dernière sœur du clan Kardashian-Jenner en commentaire d'une photo montrant deux jets privés. Sur Instagram, ce post a généré plus de 8 millions de 'j'aime' et près de 50000 commentaires. Parmi eux, de nombreuses critiques acerbes. «*Changement climatique vous avez dit?*», a ainsi reçu 92000 'j'aime'. «*À quoi ça sert que je recycle?*», 85000 'j'aime', «*Voilà pourquoi il faut taxer les riches?*», 70000 'j'aime', ou encore «*Pendant ce temps-là, j'essaye juste de faire mon plein d'essence?*», 30000 'j'aime'.

Depuis quelques mois, le mode de vie prôné par les influenceurs passe de moins en moins, alors que le prix des énergies explose et que le gouvernement demande à chacun de faire des efforts de sobriété. Début juin, le collectif Paye ton influence a publié sur le média Vert.eco en demandant aux célébrités des réseaux sociaux de se réveiller. «*Leur réveil écologique permettrait de faire basculer toute une génération sur les problématiques environnementales?*», écrit-il. C'est là que l'on s'apercevrait de leur réelle influence...

Sur son compte Instagram, Paye ton influence dénonce et alerte régulièrement sur les pratiques peu éthiques des influenceurs et leurs partenariats nocifs pour la planète. Quelques semaines plus tôt, des étudiants de l'université Paris-Dauphine publiaient une lettre ouverte aux influenceurs et influenceuses pour leur signifier leur ras-le-bol. «*Vous continuez à partager vos modes de vie et de consommation ultra abondants, témoignant d'une réussite personnelle et professionnelle hors-sol. Vous poussez par conséquent les millions de personnes qui vous suivent à poursuivre cette dynamique d'hyperconsommation, au travers de vos placements de produits et concours?*», écrivent-ils.

Le GIEC a lui-aussi souligné leur rôle clé. Les influenceurs sociaux et les leaders d'opinion peuvent favoriser l'adoption de technologies, de comportements et de modes de vie à faible émission de carbone, lit-on dans le troisième volet de son dernier rapport. «*À quand une masse d'influenceurs et d'influenceuses qui ne parlent que d'objets dont le bilan carbone est bas et qui occasionnent des émissions évitées?*», lance de son côté Jean-Marc Jancovici, cofondateur de Carbone 4 et président du Shift Project, sur LinkedIn.

### **Prioriser le train par exemple**

Ces contestations prennent de l'ampleur, l'agence d'influence Follow les anticipe. «*Depuis plusieurs mois, nous expliquons à nos créateurs de contenus qu'il vaut mieux prioriser le train quand ils le peuvent car ça va forcément avoir un impact sur leur communauté. Ça va créer de l'interaction, de l'adhésion. Et sur le plan du business, on sent bien aussi que les marques font de plus en plus attention et s'inscrivent davantage dans des démarches éco-responsables*», explique Ruben Cohen, l'un des fondateurs. Des formations vont être lancées d'ici la fin de l'année.

Le youtubeur Benjamin Martine, alias Tolt, a pris une décision de taille en 2019 : arrêter l'avion. Fini les voyages au bout du monde, il ne parcourt désormais que la France et un peu l'Europe, où il filme l'Aveyron, le Berry, le Lot ou encore la Meuse. Le youtubeur qui se définit désormais comme «*spécialisé dans le voyage bas carbone*», tente de trouver des solutions pour se déplacer en polluant le moins possible.

Dans quelques années, les posts de voyages en train ou en vélo seront peut-être devenus LA tendance à suivre...

**Bruno Bourgeon** <http://www.aid97400.re>

**D'après Novéthic du 1<sup>er</sup> Août 2022** (<https://www.novethic.fr/actualite/environnement/climat/isr-rse/fast-fashion-jet-privé-sur-consommation-les-influenceurs-de-plus-en-plus-contestes-pour-leur-mode-de-vie-incompatible-avec-l-urgence-climatique-150955.html>)