

# Comment encadrer le rôle de "personal branding" pour les cadres dirigeants ?

## Réponse courte

L'encadrement du **personal branding** des cadres dirigeants doit passer par l'intégration de clauses spécifiques dans le contrat de travail ou par avenant, la mise en place d'une charte interne sur la communication externe, et la définition de procédures de validation pour toute prise de parole publique engageant l'entreprise. L'utilisation de l'image, du nom ou des ressources de l'entreprise à des fins personnelles nécessite une autorisation expresse.

Il est également recommandé de **sensibiliser et former** les cadres dirigeants aux risques liés au personal branding, d'assurer la traçabilité des validations, et de prévoir des sanctions disciplinaires proportionnées en cas de manquement, conformément aux articles [L.124-3](#) et [L.124-10](#) du Code du travail luxembourgeois. L'obligation de loyauté s'impose à tout salarié, y compris les dirigeants, et le RGPD encadre le traitement des données personnelles associées.

## Définition

Le "**personal branding**" désigne l'ensemble des actions visant à promouvoir l'**image professionnelle** d'un cadre dirigeant, notamment à travers les **réseaux sociaux**, les médias ou lors d'événements publics. Cette démarche associe la **réputation individuelle** du dirigeant à celle de l'entreprise, pouvant influencer la perception externe de l'employeur.

Au Luxembourg, le personal branding des **cadres dirigeants** concerne principalement les personnes dont la visibilité ou la notoriété a un impact direct sur la **stratégie**, la **gouvernance** ou la réputation de l'entreprise.

## Conditions d'exercice

L'exercice du personal branding par un cadre dirigeant est soumis aux obligations suivantes :

Obligation	Contenu
Devoir de loyauté	Respect des intérêts de l'employeur
Confidentialité	Informations sensibles protégées
Non-concurrence	Interdiction de concurrence déloyale
Autorisation expresse	Utilisation image, nom, ressources entreprise
Validation préalable	Toute prise de parole engageant l'entreprise
Égalité de traitement	Art. <u>L.251-1</u> du Code du travail
Politique écrite	Outils informatiques encadrés

## Modalités pratiques

L'encadrement peut être formalisé selon les modalités suivantes :

Support	Contenu
Clause contractuelle	Limites et modalités d'utilisation
Avenant	Précisions sur les canaux autorisés
Charte interne	Règles sur la communication externe
Règlement interne	Annexe relative aux réseaux sociaux
Accord écrit	Autorisations exceptionnelles
Procédure disciplinaire	Sanctions proportionnées

## Pratiques et recommandations

Il est conseillé de sensibiliser les cadres dirigeants aux risques liés au personal branding, notamment en matière de **confidentialité**, de **conflits d'intérêts** et de respect de l'image de l'entreprise. Des **formations spécifiques** peuvent être organisées pour clarifier les attentes et les limites. L'entreprise doit veiller à ce que le personal branding ne porte pas atteinte à sa réputation, à ses intérêts commerciaux ou à la cohésion interne.

La mise en place d'un **dispositif de veille** et de suivi des **prises de parole publiques** des cadres dirigeants est pertinente pour anticiper tout risque de dérive ou de contentieux. En cas de doute sur la compatibilité d'une action de personal branding avec les intérêts de l'entreprise, la **consultation préalable** du service juridique ou RH est recommandée.

## Cadre juridique

Référence	Objet
Art. <a href="#">L.121-6</a> du Code du travail	Traitement des données personnelles
Art. <a href="#">L.261-1</a> du Code du travail	Protection de la vie privée au travail
Art. <a href="#">L.124-10</a> du Code du travail	Licenciement pour motif grave
Art. <a href="#">L.124-3</a> du Code du travail	Licenciement avec préavis par l'employeur
Art. <a href="#">L.251-1</a> du Code du travail	Égalité de traitement
Règlement (UE) 2016/679 (RGPD)	Protection des données personnelles
Loi du 1er août 2018	Protection des données au Luxembourg

L'absence d'un encadrement clair du personal branding expose l'employeur à des risques de contentieux, de réputation et de violation des obligations légales. Il est essentiel de formaliser les règles applicables, d'assurer leur traçabilité et de les adapter régulièrement à l'évolution des pratiques numériques.

Les contenus sont rédigés et mis à jour régulièrement à partir de sources officielles. Leur usage ne remplace pas une consultation juridique et doit être validé par un professionnel du droit.