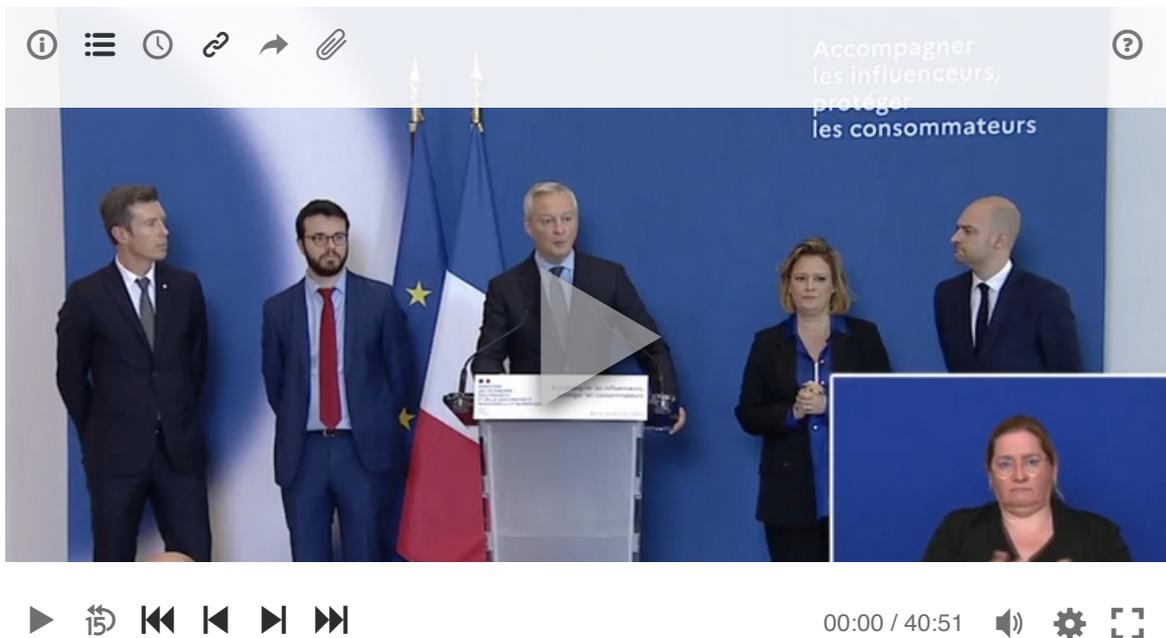


[Vidéo] Influenceurs et créateurs de contenu : les mesures d'accompagnement et de protection

A+ | A- | 

24/03/2023

Bruno Le Maire, ministre de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique, Jean-Noël Barrot, ministre délégué chargé de la Transition numérique et des Télécommunications et Olivia Grégoire, ministre déléguée chargée des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme, ont présenté les conclusions des travaux sur la régulation du secteur de l'influence commerciale.



Du 8 au 31 janvier 2023, **une consultation publique autour des métiers de l'influence a été lancée** par le ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique. En parallèle, de vastes travaux ont été menés dans le secteur de l'influence commerciale avec les représentants des marques, des associations de consommateurs et des influenceurs.

Le vendredi 24 mars une conférence a été donnée à Bercy pour présenter les premières mesures d'accompagnement des influenceurs et de protection des consommateurs, issues de ces travaux.

Bercy à l'écoute des acteurs de l'influence et des consommateurs

Ces travaux ont permis durant trois mois de définir au mieux les points d'attention et les attentes de chacune des parties prenantes. **Plus de 400 participants ont pris part à huit tables-rondes et 40 professionnels ont été auditionnés en réunion bilatérale.** L'objectif était clair : mieux accompagner les influenceurs et mieux protéger les consommateurs à travers des mesures concrètes.

Pour permettre au public d'évaluer ces mesures, une consultation publique a été lancée sur Make.org. Elle proposait à tous les Français de réagir sur le sujet du commerce d'influence sur Internet et d'évaluer les mesures proposées par les groupes de travail. Il en ressort un niveau d'adhésion très élevé sur l'ensemble des mesures, qui reflète les attentes d'encadrement des citoyens. **Chaque mesure a ainsi rencontré entre 70 % et 100 % d'adhésion positive.**

100 000

Nombre d'internautes qui ont consulté la plateforme

19 000

Nombre de participants à la consultation

4 650

Nombre de commentaires soumis par les internautes

L'analyse des résultats de la concertation a été éclairante pour progresser dans le choix des mesures. Les citoyens ont largement demandé une intervention forte de l'État pour encadrer cette activité, avec des contrôles et des sanctions renforcés, un système de labellisation et de certification, l'interdiction de la promotion de certains produits. De nombreux retours ont aussi émergés pour la mise en place de mesures autour des notions de transparence et de bonnes pratiques.

Les principales mesures adoptées

- ▶ **Reconnaissance légale de l'activité d'influence commerciale.** Seront inscrits dans la loi la définition de l'influence commerciale et du mandat d'agence d'influence.
- ▶ **Protection des consommateurs en réglementant la promotion de certains produits et services.** Pour les influenceurs comme partout ailleurs, la publicité doit être encadrée. Les règles qui s'appliquent sur le net doivent être les mêmes que dans les médias traditionnels, en particulier sur certains biens et services, tels que la chirurgie esthétique, les actes de santé, les boissons alcoolisées, les produits financiers, les paris sportifs.
- ▶ Mise en place immédiate d'une « police des réseaux sociaux ». **Une équipe dédiée, au sein de la DGCCRF**, est chargée de répondre, avec d'autres autorités, aux signalements des internautes, de faire appliquer les règles grâce à de nouveaux pouvoirs de sanction.
- ▶ **Responsabilisation des plateformes.** Les plateformes doivent coopérer avec les autorités via un protocole d'engagements réciproques.
- ▶ Diffusion d'[un « guide de bonne conduite » aux influenceurs et créateurs de contenu](#). Ce guide d'une quinzaine de pages traite des droits des influenceurs et de leurs obligations fiscales, sociales et réglementaires. [Il est également décliné en ligne.](#) < <https://www.economie.gouv.fr/guide-bonne-conduite-influenceurs-createurs-contenu>>
- ▶ **Obligation d'afficher l'utilisation d'un filtre ou d'une retouche sur les contenus**, afin d'éviter des effets psychologiques destructeurs des contenus retouchés.
- ▶ **Protection des influenceurs mineurs.** Parce que de plus en plus de mineurs sont mis en scène par des influenceurs, ils bénéficient, lorsqu'ils ont moins de 16 ans, des dispositions protectrices du droit du travail régissant le travail des mineurs (comme par exemple les enfants mannequins).

Presse

Dossier : **Accompagner les influenceurs, protéger les consommateurs** - 24/03/23 [PDF - 2,3 Mo]

Aller plus loin

Guide de bonne conduite : influenceurs et créateurs de contenus

Partager la page   