

Quels sont mes devoirs ?

Suis-je obligé d'indiquer l'intention commerciale de mes publications ?

Oui, si votre publication ou contenu vise à promouvoir un bien ou un service et si vous avez bénéficié d'une contrepartie pour sa diffusion : paiement, partenariat, pourcentage sur les ventes, produits gratuits, voyages, invitations... En tant qu'influenceur, vos avis, retours d'expérience ou vos crash test peuvent être assimilés à une pratique commerciale. Vous avez donc des obligations à respecter au regard du code de la consommation, dont la transparence sur le caractère publicitaire.

Non, si votre publication vise seulement à informer sur un produit pour lequel vous n'avez reçu ou ne recevrez aucune contrepartie.

Ai-je des obligations vis-à-vis du public / de ma communauté ?

Oui, la loi impose la transparence du caractère commercial de vos publications vis-à-vis du public, conformément aux règles générales relatives à la transparence et aux pratiques commerciales trompeuses qui s'appliquent par principe.

En tant qu'influenceur, vous devez donc exprimer le caractère commercial de vos contenus, vous assurer que le produit dont vous faites la publicité n'est pas fictif.

Vous pouvez retrouver l'ensemble des informations relatives au droit général du commerce sur le site entreprendre.service-public.fr < <https://entreprendre.service-public.fr/> > .

Comment indiquer le caractère commercial de mes contenus ?

Vous devez indiquer le caractère commercial ou publicitaire de votre contenu ou publication de manière explicite, c'est-à-dire :

- ▶ De manière directement visible et lisible par le consommateur, c'est-à-dire sans que ce dernier ne doive effectuer des actions supplémentaires (par exemple, cliquer sur un lien ou faire défiler la publication) et ce durant toute la durée de la promotion ;
- ▶ En vous assurant d'identifier clairement l'annonceur/la marque pour le compte duquel la communication commerciale est réalisée ;
- ▶ Cette information doit naturellement être communiquée en français. Les mentions « #Ad » ou « #advertisement », par exemple, ne sont donc pas valables.
- ▶ Les expressions « communication commerciale », « publicité », « partenariat rémunéré avec », « #sponsorisé par », « #en collaboration avec », « #en partenariat avec » suivies par le nom de l'annonceur/la marque suffisent. En revanche, vous ne pouvez pas uniquement vous contenter de tagguer ou de mentionner l'annonceur/la marque, à l'écrit ou à l'oral.

La plupart des plateformes proposent aujourd'hui une fonctionnalité pour préciser si un contenu est commercial ou publicitaire. Utilisez-la !

Attention : l'absence d'indication de l'intention commerciale d'une communication est susceptible de constituer une « pratique commerciale trompeuse », sanctionnée d'une peine d'emprisonnement de deux ans et d'une amende de 300 000 euros.

À quel point puis-je vanter les mérites d'un produit ou d'un service ?

Vos arguments et promesses commerciales doivent être vrais et vérifiables. Vos propos ne peuvent pas mettre en avant des qualités (« made in France », « naturel »...), des gains ou des résultats (« bon pour la santé », « - 10 kg en un mois », « Gagnez 5.000 euros»...) si vous ne pouvez pas les justifier.

Il est par ailleurs interdit de prétendre qu'un produit ou un service augmente les chances de gagner aux jeux d'argent et de hasard, ou d'affirmer faussement qu'il est de nature à guérir des maladies.

Les communications commerciales qui reposent sur des allégations fausses ou que vous ne pouvez pas justifier constituent également des pratiques commerciales trompeuses.

Quels produits et services ne puis-je pas promouvoir ?

Le marketing d'influence, comme toute pratique commerciale, doit également respecter les dispositions spécifiques relatives à la promotion de certains biens ou services.

Sur internet comme partout ailleurs, la publicité doit être encadrée, et les mêmes règles s'appliquent. Elles s'appliquent en particulier lorsque vous faites la promotion des produits suivants, très encadrés :S

- ▶ S'agissant des contrats financiers : les dispositions de l'article L533-12-7 du Code Monétaire et Financier ;
- ▶ S'agissant de la fourniture de services portant sur des actifs numériques (y compris les jetons et les placements ou investissements financiers) : les dispositions des articles L54-10-1 à L54-10-5 et L552-1 à L552-7 du Code monétaire et financier ;
- ▶ S'agissant des jeux de hasard et des jeux d'argent par les dispositions du titre II du Code de la sécurité intérieure ;
- ▶ S'agissant des boissons alcooliques : par les dispositions des articles L3323-2 à L3323-6 du Code de la santé publique ;
- ▶ S'agissant des dispositifs médicaux : par les dispositions des articles L5213-4 du Code de la santé publique ;
- ▶ S'agissant des indications thérapeutiques : par les dispositions des articles L5122-7 du Code de la santé publique ;
- ▶ S'agissant des actes médicaux et chirurgicaux : par les dispositions des articles R4127-19-1 du Code de la santé publique ;
- ▶ S'agissant du tabac et de ses composants, par les dispositions de l'article L3515-3 du Code de la santé publique ;
- ▶ S'agissant des substances ou plantes classées comme stupéfiants : par les dispositions de l'article L3421-4 du Code de la santé publique.

À titre d'exemple, la publicité est interdite pour :

- ▶ le tabac et la cigarette électronique ;
- ▶ les produits financiers risqués et complexes (pour lequel on peut perdre tout ou une partie de son argent), sauf annonceur agréé par l'Autorité des marchés financiers (AMF) ;
- ▶ les actifs numériques (crypto-actifs...) et les offres au public de jetons, sauf autorisation de l'AMF.

La publicité est très encadrée notamment pour :

- ▶ les boissons alcoolisées (elle est interdite s'il s'agit de viser un public mineur).
- ▶ les médicaments, notamment ceux soumis à une prescription médicale ;
- ▶ certains dispositifs médicaux, notamment invasifs : implants mammaires, prothèses de hanche, etc.

Toute infraction est passible d'un an de prison et de 15.000 euros d'amende.

Que faire si je pratique le « dropshipping » ?

Le « **dropshipping** » ou « **livraison directe** » est une vente sur internet dans laquelle le vendeur ne se charge que de la commercialisation et de la vente du produit. C'est le fournisseur du vendeur qui expédie la marchandise au consommateur final. Le consommateur n'a généralement ni connaissance de l'existence du fournisseur ni de son rôle.

Bien que vous ne vous chargiez pas de la livraison des produits que vous vendez, cette méthode de vente vous engage car vous êtes et restez le vendeur. Dès lors :

- ▶ Assurez-vous que ces produits sont conformes à la législation applicable (nationale ou européenne, par exemple imposant un marquage CE pour certains produits), qu'ils ne sont pas dangereux, ni pour des adultes, ni, le cas échéant pour des enfants, et qu'ils ne sont pas interdits. En les vendant, vous engagez votre responsabilité.
- ▶ Vous devez informer l'acheteur de l'identité réelle du fournisseur si ce n'est pas vous.
- ▶ Vous devez afficher les détails de ces produits : le prix (TTC en euros), les caractéristiques (taille, quantité, composition...) et les conditions de vente (modalités de paiement, délais de livraison...) doivent apparaître clairement.

Lorsque certaines informations obligatoires sont manquantes, le vendeur s'expose à une amende pouvant aller jusqu'à 75 000 euros.

Vous êtes seul responsable, vis-à-vis de l'acheteur, de la bonne exécution de la commande et de la livraison du produit dans le délai prévu et en bon état.

Vous devez respecter le droit de rétractation de votre client qui, dans les 14 jours à la compter de la date de livraison du produit, peut revenir sur sa commande et vous renvoyer le produit. Vous devez alors le rembourser.

Vous devez par ailleurs être inscrit au registre du commerce et des sociétés. **Le non-respect de ces règles est passible de sanctions administratives ou pénales.**

Ce droit s'applique-t-il si je ne suis pas installé en France ?

L'ensemble de ces dispositions s'appliquent aux influenceurs, quelle que soit leur localisation, dès lors qu'ils s'adressent à un public français.

Ainsi, un influenceur basé à l'étranger verra ses contenus bloqués dès lors qu'il ne respecte pas la loi française, notamment sur le caractère commercial de ses publications, ou fait la promotion de produits ou de services dont la promotion est règlementée ou interdite.

Les plateformes engagent leur responsabilité dès lors qu'elles n'agissent pas contre ces contenus alors qu'ils lui sont signalés. Dans les cas les plus graves, des sanctions pénales peuvent être prononcées, y compris en s'appuyant sur la collaboration internationale entre autorités publiques.

Suis-je obligé d'afficher les retouches de mes photos et vidéos ?

Aujourd'hui cette transparence est obligatoire pour les photos de mannequin utilisées dans les campagnes publicitaires de préciser que la morphologie d'une silhouette a été retouchée. Désormais, avec la loi relative à l'influence commerciale, il en sera de même pour les influenceurs. Cela vaudra pour les photos comme pour les vidéos.

Quelles sont les règles applicables si je diffuse l'image de mon enfant mineur sur les plateformes en ligne ?

En application des articles 9 et 371-1 du Code civil, si vous êtes titulaires de l'autorité parentale, vous êtes tenus d'assurer la sécurité de votre enfant ainsi que de respecter son image et sa vie privée. En outre, selon son âge et son degré

de maturité, vous devez l'associer aux demandes qui le concernent. Ces obligations s'appliquent lorsque vous diffusez des images et/ou vidéos de lui sur les plateformes.

Par ailleurs, la loi n° 2020-1266 du 19 octobre 2020 encadre l'exploitation commerciale de l'image d'enfants de moins de seize ans sur les plateformes en ligne.

Les opérateurs de plateformes en ligne ont également signé le 22 novembre 2022 une Charte visant à promouvoir l'information et la protection des utilisateurs s'agissant de la diffusion de l'image des mineurs sur les plateformes en ligne. Consultez là !

Que faire si je constate, sur un réseau social, un contenu ou une pratique qui me semblent illégaux ?

Si vous constatez qu'un autre utilisateur a publié un contenu qui vous semble illégal ou que son comportement vous paraît problématique, vous pouvez le signaler à la plateforme, grâce au formulaire que celle-ci doit mettre à disposition à cet effet. Surtout, il est préférable de ne pas réagir au contenu (notamment en le republiant) car cela aurait pour effet d'augmenter sa viralité sur la plateforme.

Il est important de savoir que certains contenus peuvent être légaux au regard du droit français mais interdits par les conditions générales d'utilisation et règles de la plateforme. C'est pourquoi il peut être utile de signaler des contenus qui vous paraissent préjudiciables, sans pour autant être manifestement illégaux.

La plateforme doit traiter votre signalement dans les meilleurs délais et vous exposer les motifs de sa décision de façon claire et facile à comprendre. Si l'issue accordée à votre signalement ne vous satisfait pas, vous pouvez faire une réclamation auprès de la plateforme, grâce au formulaire mis à disposition.

Il est également possible de signaler les contenus trompeurs ou contraires à la réglementation portant sur la promotion de certains produits auprès de Signal Conso (services de la DGCCRF - www.signal.conso.gouv.fr < <http://www.signal.conso.gouv.fr/>>). Si vous êtes témoin d'un contenu incitant à la violence, menaçant, ou faisant l'apologie du terrorisme, vous pouvez le signaler à la police, à travers la plateforme de signalement « Pharos » : www.internet-signalement.gouv.fr < <http://www.internet-signalement.gouv.fr/>>

Il vous est aussi possible de signaler des contenus et comportements préjudiciables via une association dite « signaleur de confiance ». Par exemple, le numéro 3018, opéré par e-Enfance, conseille les mineurs victimes ou témoins de

violences numériques et peut intervenir auprès des plateformes pour que les contenus en question soient retirés en quelques heures. Plusieurs associations de victimes de l'influence ou de protection des consommateurs vont être désignées comme signaleur de confiance dans les tous prochains mois.

Je suis un internaute : comment signaler un contenu

[Les démarches à suivre en une fiche pratique](#) [PDF - 641 Ko]

Quelles sanctions si je ne respecte pas la loi ?

L'absence d'indication de l'intention commerciale d'une communication ou le non-respect des interdictions est susceptible de constituer une pratique commerciale trompeuse, sanctionnée d'une peine d'emprisonnement de deux ans et d'une amende de 300 000 euros.

En outre, la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) a le pouvoir de demander à la plateforme diverses mesures visant à faire cesser les contenus illicites, tel que :

- ▶ L'affichage d'un message d'avertissement aux consommateurs ;
- ▶ Le déréférencement d'un compte sur un réseau social ;
- ▶ La limitation de l'accès ou le blocage d'un compte sur un réseau social.

Ces mesures peuvent être prises dès lors qu'un influenceur commet une infraction au code de la consommation et qu'il ne répond pas à une injonction adressée par les services de la DGCCRF. Ces dernières pourront également après le vote de la loi relative à l'influence commerciale prononcer une injonction sous astreinte (amende journalière tant qu'il n'est pas mis fin à l'illégalité) ou des peines complémentaires allant jusqu'à l'interdiction d'exercer.

Les plateformes peuvent d'elles-mêmes décider de suspendre temporairement ou définitivement votre compte dans le cas où vous ne respecteriez pas la loi ou leurs conditions générales.

Secteur	Règlementation influenceurs	Régulateurs, autorités de contrôle et autres	Sanctions
Actifs numériques, ICO	Interdite sauf si agrément ou visa AMF	AMF/DGCCRF	Amende administratif jusqu'à 100 000 €
Contrats financiers risqués	Interdite, sauf s'il y a un avertissement et une protection intrinsèque du portefeuille pour les opérateurs agréés auprès de l'AMF.	AMF/DGCCRF	Amende administratif jusqu'à 100 000 €
Jeux d'argent et de hasard	Autorisée pour l'offre de jeux licite (opérateurs agréés ou sous droits exclusifs) sous réserve de certaines règles, notamment l'obligation de faire figurer un message de mise en garde	ANJ/DGCCRF	Amende pén. de 100.000€.
Boissons alcoolisées	Interdite sur les supports animés (télévision et cinéma) et possible sur les autres supports (dont les réseaux	Associations de lutte contre l'alcoolisme/DGCCRF	Amende jusqu'à 75000 € ou 5% des dépenses publicitaires l'opération ill

Secteur	Règlementation influenceurs	Régulateurs, autorités de contrôle et autres	Sanctions
Dispositifs médicaux, et indications thérapeutiques	<p>sociaux), si le message n'est qu'informatif et qu'un message de prévention est affiché.</p> <p>Autorisée pour le grand public pour les médicaments non soumis à prescription médicale obligatoire et non remboursables (dérogation pour les campagnes de vaccination). La publicité d'indications thérapeutiques est autorisée sauf exceptions.</p>	ANSM	Jusqu'à sept ans d'emprisonnement et 750 000€ d'amende.
Actes médicaux et chirurgicaux	<p>Autorisée mais il n'est pas possible pour un médecin de s'appuyer sur le témoignage d'un tiers pour sa promotion, le message ne doit être qu'informatif.</p>	Ordres/ARS	Sanctions graduelles

Secteur	Règlementation influenceurs	Régulateurs, autorités de contrôle et autres	Sanctions
Tabac et de ses composants	Interdite	Associations de lutte contre le tabagisme	Amende de 100.000€.

[Consulter le guide complet en ligne](#)

Partager la page   