

Quels sont mes droits ?

A+ | A- | 

Mes contenus bénéficient-ils d'une protection juridique ?

Si vous créez des contenus dont la forme est originale, **vos contenus sont protégés** par les règles relatives au droit d'auteur. Vous disposez à ce titre de **droits moraux et patrimoniaux sur vos contenus**.

- ▶ Au titre du droit moral, vous pouvez décider du principe, du moment et des modalités de la divulgation de votre contenu mais aussi de la poursuite de sa circulation. Vous pouvez également **exiger qu'à chaque utilisation de votre contenu, votre nom soit mentionné et que l'intégrité de votre contenu soit respectée**.
- ▶ Au titre du droit patrimonial, vous pouvez autoriser ou interdire les reproductions ou représentations de vos contenus.

Par conséquent, toute utilisation de vos contenus nécessitera votre autorisation.

Un tiers ne pourra donc pas réutiliser vos publications et/ou vos vidéos sans en avoir d'abord obtenu les droits auprès de vous.

Le régime de la propriété intellectuelle s'applique en tout état de cause aux influenceurs qui créent du contenu original au sens du droit d'auteur. Je peux déposer mes marques et mes œuvres sur le site de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI).

Ai-je le droit d'utiliser de la musique dans mes contenus ?

S'il s'agit d'une **musique originale**, que vous avez vous-même composée, écrite, et interprétée, il n'y a pas de difficulté. **Il n'est pas nécessaire de solliciter d'autorisation si vous en êtes l'auteur-compositeur et l'interprète.**

En revanche, si la musique a été composée, écrite et interprétée par un tiers, plusieurs situations se présentent :

- ▶ **soit la musique est tombée dans le domaine public** (70 ans à compter de l'année suivant le décès de l'auteur) et son utilisation ne nécessite pas d'autorisation préalable,
- ▶ **soit la musique est commercialisée dans le cadre de licences dites « libres de droit »**. Dans ce cas, l'utilisation ne nécessite pas d'autorisation préalable mais elle doit être conforme aux conditions fixées par la licence,
- ▶ **soit la musique n'est pas libre de droit et son utilisation nécessite l'autorisation préalable de son auteur ou de ses ayants-droit**.
L'autorisation pourra être délivrée à titre gracieux ou à titre onéreux (le second cas est le plus répandu en pratique).

L'utilisation d'une musique sans autorisation ni respect des conditions fixées constitue une **contrefaçon et vous expose à des sanctions civiles et pénales**. Plus généralement, les œuvres de l'esprit (les musiques mais aussi les dessins, les livres ou les œuvres plastiques) **sont protégées par le droit d'auteur** si leur forme est originale. Leur usage nécessite donc une autorisation préalable de l'auteur de l'œuvre ou de ses ayants-droit.

Le site [Propriété intellectuelle - Droit d'auteur, droit à l'image à l'ère du numérique](#) apporte des informations utiles en matière de droit d'auteur.

Si j'ai recours à une agence, des règles spécifiques s'appliquent-elles ?

Les agents d'influenceur sont désormais définis dans la loi. Le terme désigne toute personne physique ou morale (un particulier ou une société) dont l'activité consiste, à titre onéreux, à **représenter les personnes qui exercent l'activité d'influenceur, avec des particuliers ou des sociétés qui sollicitent leur service**, dans le but de **promouvoir, par un moyen de communication électronique, des biens ou des services**.

Si vous avez recours à un agent, il est **obligatoire de conclure un contrat avec lui**. Ce **contrat doit contenir des informations importantes** telles que :

l'absence de conflits d'intérêts entre l'influenceur et son agent ;

le montant versé par l'annonceur (la marque) pour la prestation de l'influenceur – ainsi, la **transparence est assurée pour tous** (influenceur, agent et annonceur).

La plateforme peut-elle limiter ou bloquer mes contenus ? Les utiliser comme elle le souhaite ?

Si je diffuse **un contenu illicite et que celui-ci est signalé**, la plateforme doit retirer rapidement mes contenus. En outre, **le contenu doit respecter les conditions générales d'utilisation** des plateformes qui peuvent recouper les contenus illicites au sens de la loi, ou aller au-delà, selon leur politique de modération.

Si le **contenu est licite et respecte les conditions générales d'utilisation**, les plateformes **n'ont pas de raison valable de le bloquer** ou limiter vos contenus. **Les plateformes n'ont pas à intervenir sur l'édition de votre contenu, sans votre autorisation.**

Ai-je le droit de critiquer une marque ?

La formulation d'avis, de critiques ou d'observations positives ou négatives au sujet d'une marque relève de la liberté d'expression.

Cependant, la liberté d'expression connaît des limites :

- ▶ **La diffamation** : vous ne pouvez pas alléguer ou imputer publiquement des faits précis et déterminés qui portent atteinte à l'honneur ou à la considération d'une personne physique ou morale qu'il est possible d'identifier, sauf si vous fournissez la preuve que ces faits sont avérés ou que vous étiez de bonne foi (ce qui requiert la réunion de quatre éléments : la poursuite d'un but légitime, l'absence de volonté de nuire, un travail sérieux d'enquête et une prudence dans l'expression).
- ▶ **Le dénigrement** : vous ne pouvez pas critiquer violemment une marque, ce qui reviendrait à un dénigrement fautif susceptible d'engager votre responsabilité. En effet, le dénigrement caractérise la situation dans laquelle « même en l'absence d'une situation de concurrence directe et effective entre les personnes concernées, la divulgation, par l'une, d'une information de nature à jeter le discrédit sur un produit commercialisé par l'autre constitue un acte de dénigrement, à moins que l'information en cause ne se rapporte à un sujet d'intérêt général et repose sur une base factuelle suffisante, et sous réserve qu'elle soit exprimée avec une certaine mesure » (Arrêt n° 18-15651 de la Cour de Cassation du 4 mars 2020).

Quels éléments doit comporter le contrat que je signe avec mon agence ou l'annonceur dont je promeus la marque ?

En tant qu'influenceur, **vous fournissez une prestation commerciale à un annonceur**. Un contrat écrit est recommandé, et sera même obligatoire après le vote de la loi relative à l'influence commerciale. **Ce contrat peut être signé entre l'annonceur et vous-même, ou via votre agence si vous en avez une.**

Si la liberté est la règle, de manière générale, les bonnes pratiques rédactionnelles prévoient un **minimum de formalisme** comme :

- ▶ la présentation claire des parties au contrat (nom, adresse et s'il s'agit d'une société commerciale, sa forme sociale, le montant du capital social, le nom du représentant légal et son numéro d'immatriculation au registre du commerce et des sociétés) ;
- ▶ les **engagements de chacune des parties**, et notamment, en ce qui concerne l'influenceur : **ce qui est attendu de lui en termes d'opération d'influence commerciale, et s'il crée du contenu original** au profit de l'annonceur, indiquer de façon distincte, **si celui-ci aura le droit d'exploiter ce contenu, en précisant l'étendue de ce droit, son périmètre géographique d'exploitation et la durée.**
- ▶ le **montant du prix ou les modalités de son établissement** (il faut que le prix soit déterminable) pour les opérations d'influence commerciale sollicitées, et **le cas échéant au titre de la cession des droits de propriété intellectuelle, et du droit à l'image ;**
- ▶ la **durée du contrat ;**
- ▶ la **loi applicable au contrat et le tribunal compétent** en cas de litige.

Si vous avez **recours à une agence d'influence**, celle-ci devra vous faire signer un **contrat** qui prévoit **le type de prestation qu'elle vous offre** (assistance, représentation, conseil), et qui fixe la **commission** qu'elle compte percevoir en contrepartie. Sa rémunération pourra consister en une commission prenant la **forme d'un taux prélevé sur le montant de la rémunération versée par l'annonceur**. Elle pourra également vous **facturer d'autres prestations**. Il faudra bien vous renseigner, bien négocier, et vous avez toujours la possibilité de **faire jouer la concurrence**.

L'agence pourra négocier pour vous le contrat avec l'annonceur et le signer en votre nom, si vous lui en donnez l'autorisation.

[Consulter le guide complet en ligne](#)

Partager la page

