

INFLUENCEURS: VERS UN NOUVEAU CADRE JURIDIQUE

Ce jeudi 30 mars 2023 l'Assemblée Nationale a, en première lecture, adoptée à l'unanimité la proposition de loi de Bruno Le Maire, visant à lutter contre les arnaques et les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux. Son processus d'adoption finale reste donc à suivre et elle prévoit des décrets d'application qui en fixeront des seuils financiers d'application. Voici ce qu'elle dit :

Qu'est-ce qu'un influenceur commercial ?

- « toute personne physique ou morale qui mobilise sa notoriété pour communiquer au public par voie électronique des contenus visant à faire la promotion directement ou indirectement de biens, de services ou d'une cause quelconque, en contrepartie d'un bénéfice économique ou d'un avantage en nature dont la valeur est supérieure aux seuils fixés par décret, exerce l'activité d'influence commerciale par voie électronique » => fixons le radar sur les décrets donc.

Quelles sont les opérations promotionnelles interdites ou encadrées ?

- La promotion des opérations chirurgicales et esthétiques, des produits et services financiers et des produits contrefaits est interdite.
 - La promotion des jeux d'argent et de hasard, y compris les jeux vidéos comprenant une fonctionnalité assimilable à ce type de jeux, est strictement encadrée => il faut y afficher un bandeau informatif clair.
- ⇒ Sinon sanction pouvant aller jusqu'à 2 ans d'emprisonnement, de 30 000 euros d'amende, d'une interdiction d'exercice de l'influence commerciale.

Quelles sont les mentions obligatoires à faire figurer sur les contenus ?

- Le caractère publicitaire de tout contenu d'influence commerciale doit être indiqué de manière *claire, lisible et identifiable*.
 - Si le contenu est rattaché à une formation professionnelle (CPF) : le nom de l'organisme à l'origine de l'annonce doit être indiqué.
 - Si le contenu fait la promotion de boisson à sucres ajoutés ou aliments manufacturés : les mentions sanitaires applicables à la publicité dans ce secteur doivent être indiquées.
 - Si le contenu utilise des retouches ou de filtres, visant à l'affinement ou à l'épaississement d'une silhouette : cela doit être indiqué.
- ⇒ Sinon sanction pouvant aller jusqu'à 2 ans d'emprisonnement et 30 000 euros d'amende et interdiction d'exercer le métier d'influenceur.

Quel sort pour le Dropshipping ?

- C'est permis, mais les influenceurs commerciaux et leurs agents doivent vérifier la disponibilité réelle du produit vendu, et de s'assurer de sa conformité aux normes européennes.

Et les agents d'influenceurs ?

- Enfin une définition : « toute personne physique ou morale dont l'activité consiste, à titre onéreux, à représenter ou mettre en relation les personnes physiques ou morales exerçant l'activité d'influenceur (...), avec des personnes physiques ou morales sollicitant leur service, dans le but de promouvoir, par un moyen de communication électronique, des biens, des services, ou une cause quelconque. »
- Ils ont l'obligation de prendre toutes les mesures pour garantir les intérêts de leurs clients.
- Et doivent souscrire à une assurance couvrant leurs activités et leurs victimes.

Quelles obligations de représentation et de contractualisation ?

- Tout influenceur non établi sur le territoire de l'Union européenne (à Dubaï par ex) doit avoir un représentant légal établi dans l'Union européenne.
- Les contrats entre influenceurs, agents et/ou annonceurs (marques) doivent obligatoirement prendre la forme d'un contrat écrit et comprendre des clauses relatives à l'identité des parties, la nature des missions confiées, les modalités de rémunération et la soumission au droit français => sinon c'est la nullité du contrat.

Du nouveau sur le travail des enfants ?

- Oui et pas des moindres, les obligations de la loi « Enfants influenceurs » du 19 octobre 2020 sont élargies à l'ensemble des plateformes en ligne et non plus aux seules plateformes de partage vidéo. Il en résulte notamment :
 - L'obligation pour les parents des enfants de moins de 16 ans d'obtenir une autorisation administrative pour que leur enfant figure dans les contenus ;
 - 90 % de l'argent gagné par les enfants influenceurs de moins de 16 ans grâce à l'influence sera consignée jusqu'à leur majorité ;
 - l'obligation de conclure un contrat de travail mineur signé par les parents pour les enfants influenceurs de plus de 16 ans employés au service d'une entreprise d'influence commerciale.

Quels efforts de coopération des réseaux sociaux ?

- Les plateformes doivent mettre en place des mécanismes de signalement des contenus manifestement illicites.
- Elles doivent aussi fournir à l'autorité administrative compétente toutes les informations utiles pour empêcher la diffusion de contenus mensongers ou interdits.

Enfin un effort d'éducation et sensibilisation contre la désinformation ?

- La loi ajoute au Code de l'éducation la sensibilisation aux fausses informations.

Et bientôt un Label ?

- Un label « Relations influenceurs responsables » est créé, dont le contenu sera défini par décret.

[Lire la proposition de loi](#)

#Influenceurs #SideAvocats #Simplicité

Suivez nous sur [LKIN](#) - [FB](#) - [INSTA](#)