

## Séisme juridique pour les influenceurs

### Loi influenceurs dans le collimateur du gouvernement

Cela fait longtemps que les influenceurs sont dans le collimateur du Gouvernement et singulièrement du ministère de l'économie et des finances.

La loi du 9 juin 2023 constitue un véritable séisme juridique pour le monde des influenceurs.

En quelques mots que retenir de ce texte :

Tout d'abord il donne une définition de ce que le commun des mortels appelle un « influenceur » (autrement appelé « activité d'influence commerciale par voie électronique à savoir toute personne physique ou morale, qui, à titre onéreux, mobilise sa notoriété auprès de son audience 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. »

### Un texte qui redessine les règles de l'écosystème des influenceurs

En pratique le texte vise trois types d'acteurs : les influenceurs, les agents d'influenceurs et certains acteurs du monde internet : site, plateforme, ...

Pour les influenceurs eux-mêmes, les règles sont « simples » : il n'est pas question qu'ils échappent à la réglementation classique sur la publicité et la promotion commerciale.

De fait, il leur est rappelé de manière générale que le droit de la publicité et de la promotion s'applique à eux (art 3).

Il leur est fait interdiction de promouvoir une série de produits ou de services (art 4) même si à vrai dire ces interdictions existaient déjà. Mais la sanction est redoutable : 2 ans d'emprisonnement et 300.000€ d'amende étant précisé que la peine peut être assortie d'une interdiction d'exercer la fonction d'influenceur.

Ils se voient désormais contraints à la plus grande transparence. A titre d'exemple, ils devront ajouter la mention « publicité » ou « collaboration commerciale » sur toutes les photos ou vidéos de « promotion de produit » et ce « durant l'intégralité de la promotion, » de manière claire, lisible et identifiable (art 5).

Tout manquement à cette règle constitue une « pratique commerciale trompeuse » punie de deux ans d'emprisonnement et 300.000€ d'amende.

Pour les images modifiées ou créées par IA là encore la transparence sera la règle par des mentions comme « images retouchées » ou « images virtuelles ». Ici la sanction est moindre mais dissuasive et s'élève à un an d'emprisonnement et 4.500€ d'amende.

Enfin, le point le plus important est sans doute la règle fixée à l'article 6 selon laquelle même si les influenceurs ne procèdent pas eux-mêmes à la livraison, s'ils sont en charge de la commercialisation, ils seront responsables de plein droit à l'égard de l'acheteur, au sens de l'article 15 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique. En cas de problème notamment sur une livraison c'est donc vers eux que le client final pourra se retourner.

### **Un texte qui franchit les frontières**

Pour ceux, très nombreux, qui sont installés à l'étranger, la loi s'applique aussi et ils devront désigner par écrit une personne morale ou physique pour assurer une forme de représentation légale sur le territoire de l'Union européenne.

La personne désignée pour assurer une forme de représentation légale est chargée de garantir la conformité des contrats ayant pour objet ou pour effet la mise en œuvre d'une activité d'influence commerciale par voie électronique visant notamment un public établi sur le territoire français. Cette personne est également chargée de répondre, en sus ou à la place des personnes mentionnées au premier alinéa du présent I, à toutes les demandes émanant des autorités administratives ou judiciaires compétentes visant à la mise en conformité avec la présente loi.

Là encore un contrat devra être conclu entre l'influenceur et son représentant.

### **Tous les acteurs concernés**

Enfin le dernier étage de la fusée concerne les prestataires internet, prestataires d'hébergement ou plateformes en ligne qui devront notamment mettre en œuvre des moyens permettant de signaler la présence de contenu contraire à cette nouvelle loi. Les opérateurs de plateforme devront par ailleurs adopter un protocole d'engagements visant à favoriser la collaboration entre l'Etat et lesdits opérateurs dans le secteur de l'influence commerciale dont les objectifs sont fixés à l'article 15 de la loi.

### **Auteur**

---



**Eric Barbry**

Avocat associé

[ebarbry@racine.eu](mailto:ebarbry@racine.eu)