



COMMUNIQUE DE PRESSE

Adoption à l'unanimité de la proposition de loi visant à mieux encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux

Bruno Le Maire, ministre de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique, et Olivia Grégoire, ministre déléguée chargée des Petites et moyennes entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme, et Jean-Noël Barrot, ministre délégué chargé de la Transition numérique et des Télécommunications, se réjouissent de l'adoption par le Parlement de la proposition de loi relative à l'influence commerciale.

Avec cette proposition de loi adoptée à l'unanimité, la France est le premier pays européen et un des premiers pays au monde à proposer un cadre complet de régulation du secteur de l'influence commerciale.

Issu d'un travail assuré à Bercy avec le secteur puis avec le Parlement, auxquels ont participé près de 19.000 citoyens et 400 professionnels, cette proposition de loi donne une base juridique à la quinzaine de mesures présentée par les ministres le 24 mars dernier.

Le texte a été voté en un temps record et avant l'été, conformément aux engagements des ministres et grâce au travail des parlementaires de tous bords.

Ce nouveau cadre qui entre en vigueur dès aujourd'hui sera composé de deux piliers :

1. Accompagner l'influenceur, avec :

- La création d'une définition juridique de l'activité d'influence commerciale et le rappel de l'application des règles relatives à la publicité
- La création d'une définition juridique de l'agence d'influenceur
- L'obligation d'un contrat écrit entre les marques, les agences et les influenceurs sous un libre format, à partir d'un certain montant
- La mise en place d'un « guide de bonne conduite » pour les influenceurs avec les règles et les bonnes pratiques
- La création des Assises de l'influence responsable qui auront lieu tous les ans à Bercy
- La valorisation d'une influence responsable et de l'ensemble des initiatives existantes
- L'application aux influenceurs mineurs le régime des enfants mannequins

2. Protéger les consommateurs avec :

- La mise en place d'une brigade de l'influence commerciale au sein de la DGCCRF, avec 15 agents à plein temps
- L'obligation de transparence des photos, des vidéos retouchées et des représentations d'une silhouette ou d'un visage produit par l'intelligence artificielle.
- L'interdiction de la promotion de certains biens, services ou causes : actes de santé, de médecine, de chirurgie esthétique, de la nicotine, de l'abstention thérapeutique ou d'animaux sauvages
- Des obligations de transparence et de responsabilité en cas de pratique du dropshipping
- Des plateformes dont la responsabilité peut désormais être engagée et qui auront l'obligation de retirer des contenus illicites
- Des influenceurs installés à l'étranger mieux encadrés, avec l'obligation de nommer un représentant légal en France et de contracter une assurance en cas de dommages
- Des sanctions renforcées et graduées, avec de nouvelles peines d'interdiction, d'exercer son activité et des pouvoirs d'injonction des autorités de surveillance.

Ce nouveau cadre a été élaboré pour assurer le développement de ce secteur économique, tout en protégeant les consommateurs. La France réaffirme ainsi son ambition de faire du numérique un espace de confiance et d'innovation pour les citoyens et les entreprises.

Pour plus d'informations, voici le lien du dossier de presse mis à jour :
<https://presse.economie.gouv.fr/01062023-dp-accompagner-les-influenceurs-protéger-les-consommateurs/>

Contacts presse :

Cabinet de Bruno Le Maire :

01 53 18 41 20 - presse.mineco@cabinets.finances.gouv.fr

Cabinet d'Olivia Grégoire :

01 53 18 46 23 - presse.mpme@cabinets.finances.gouv.fr

Cabinet de Jean-Noël Barrot :

01 53 18 43 42 - presse@numerique.gouv.fr