

Les influenceurs commerciaux au cœur d'une nouvelle réglementation

La loi n° 2023-451 du 9 juin 2023 fait suite à une proposition de loi déposée conjointement par les députés Arthur Delaporte (PS, Calvados) et Stéphane Vojetta (Renaissance, Français de l'étranger). Elle vise à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux. La France figure parmi les premiers pays au monde à se doter d'un cadre juridique visant à réguler le secteur de l'influence commerciale.

Les influenceurs sont des personnes présentes sur les réseaux sociaux, disposant d'une large communauté d'abonnés ou de followers, utilisant leur réputation pour les influencer et obtenir par ce biais un avantage, économique ou autre. Pour renforcer leur notoriété, ils communiquent au public des contenus faisant la promotion de biens ou de services de manière directe ou indirecte. Un influenceur peut donc agir dans un cadre purement éditorial ou en collaboration avec une marque pour la publication de contenus (placement de produits, participation à la production d'un contenu, diffusion d'un contenu publicitaire, etc.).

La loi du 9 juin dernier est venue tout à la fois poser les bases juridiques d'un encadrement de leur activité et de la sécurisation des consommateurs.

[Veillez utiliser le formulaire pour vous connecter](#)

[Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email](#)

[Vous avez oublié votre mot de passe ?](#)

Se connecter