



MINISTÈRE
DES PETITES ET MOYENNES
ENTREPRISES, DU COMMERCE,
DE L'ARTISANAT, DU TOURISME
ET DU POUVOIR D'ACHAT

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Guide de
bonne conduite

Influence commerciale

L'essentiel de vos droits
et devoirs pour votre activité
d'influence commerciale

JUIN 2026

ÉDITO



Serge PAPIN, Ministre des Petites et Moyennes entreprises, du Commerce, de l'Artisanat, du Tourisme et du Pouvoir d'achat.

Les réseaux sociaux, pour la plupart d'entre nous, sont un espace d'information, de divertissement et de partage.

Pour vous, c'est aussi un espace dans lequel vous pouvez mobiliser votre notoriété, à titre onéreux auprès de votre audience pour communiquer au public des contenus visant à faire la promotion, directement ou indirectement, de biens, de services ou d'une cause.

Si c'est le cas, vous exercez l'activité d'influence commerciale par voie électronique dans le cadre posé par la loi du 9 juin 2023.

Vous avez travaillé pour construire une audience qui vous fait confiance. Cette confiance n'est pas un hasard : elle est le fruit de votre créativité, de votre travail, et de votre capacité à capter l'attention et la confiance dans un monde saturé de contenus. Félicitations.

Mais aujourd'hui, vous ne vous contentez plus de publier : vous recommandez, vous orientez, vous influencez. En une publication, vous pouvez convaincre 5, 100, 1000 ou des millions de personnes d'acheter, de souscrire, d'adopter un comportement. Cette capacité est une force considérable. Elle implique, naturellement, une grande responsabilité.

Cette réalité s'accompagne donc de règles pour encadrer et accompagner les professionnels du secteur.

Ces règles doivent être connues et comprises.

Ce n'est pas toujours simple, et c'est précisément pour cela que ce guide existe : pour vous aider à identifier ce qui relève de l'influence commerciale et, le cas échéant, à comprendre clairement vos droits et vos devoirs.

Ce guide est fait pour vous rappeler :

- **Est-ce que je fais de l'influence commerciale ?**
- **Quels sont vos droits dans le cadre de votre activité d'influence commerciale ?**
- **Quels sont vos devoirs dans le cadre de votre activité d'influence commerciale ?**
- **Comment être responsable dans votre activité ?**

SOMMAIRE

ÉDITO	2
AI-JE UNE ACTIVITÉ D'INFLUENCE COMMERCIALE ET QUELLES SONT LES DÉMARCHES À SUIVRE ?.....	4
QUELS SONT MES DROITS ?	11
QUELS SONT MES DEVOIRS ?.....	15
COMMENT SIGNALER UN CONTENU	21
AU-DELÀ DE LA LOI, COMMENT FAIRE DE L'INFLUENCE RESPONSABLE ?.....	24
ANNEXE	27

AI-JE UNE ACTIVITÉ D'INFLUENCE COMMERCIALE ET QUELLES SONT LES DÉMARCHES À SUIVRE ?

1. Est-ce que je fais de l'influence commerciale ?

Opère une activité d'influence commerciale toute personne physique ou morale qui, à titre onéreux, mobilise sa notoriété auprès de son audience pour communiquer au public établi sur le territoire français, par voie électronique, des contenus visant à faire la promotion, directement ou indirectement, de biens, services ou d'une cause quelconque.

J'exerce l'activité d'influence commerciale au sens de la loi lorsque je remplis les conditions cumulatives suivantes :

- 1- Je reçois une contrepartie financière ou un avantage en nature ;
- 2- Je fais la promotion, de manière directe ou indirecte, d'un bien, d'un service, ou d'une cause ;
- 3- Je m'adresse au public par la voie numérique quel que soit le nombre de personnes concernées.

A titre d'exemple, si je suis approché(e) par une marque et/ou un annonceur et/ou agent, je dois m'interroger ou questionner pour **savoir si nous sommes dans le cadre de l'activité de l'influence commerciale** :

- Si l'annonceur/la marque et/ou l'agent me rémunère(nt) et/ou me remet(tent) un avantage en nature en m'indiquant que je dois promouvoir sa marque, l'intention est claire : il s'agit d'une activité d'influence commerciale ;

- Si l'annonceur/la marque et/ou l'agent me rémunère(nt) (quel qu'en soit le moyen) et/ou me remet(tent) un avantage en nature (exemples : un produit, un voyage): il est préférable de préciser avec l'annonceur/la marque et/ ou l'agent la nature de notre collaboration car je peux rentrer dans le champ de l'activité d'influence commerciale.

Dans tous les cas, si j'ai un doute, je peux interroger les agences d'influence ou les fédérations professionnelles ou l'ARPP. Y compris en l'absence d'influence commerciale, il est conseillé de privilégier la transparence.

Exemples de situations relevant de l'activité d'influence commerciale :

Cas n°1 : Je perçois une rémunération pour faire un post sur mes comptes sur les réseaux sociaux. Je réalise ce post. J'exerce dans ce cas l'activité d'influence commerciale.

Cas n°2 : Je reçois un exemplaire d'un produit, il m'est demandé en échange de le promouvoir et j'en fais une publication sur mes comptes sur les réseaux sociaux. J'exerce dans ce cas l'activité d'influence commerciale.

Exemples de situations où je pourrais entrer dans le champ de l'activité d'influence commerciale :

Cas n°1 : je reçois un exemplaire d'un produit très abordable, par exemple à l'occasion de son lancement. J'ai été identifié car je publie souvent sur les nouveautés. Cet envoi n'est pas accompagné d'une demande de publication. Je suis libre de mes propos, il ne m'est pas fait part d'attentes particulières sur le contenu que je pourrais ou non diffuser. Mais je décide de faire un post sur ce produit sur mes comptes sur les réseaux sociaux. Je ne fais probablement pas d'influence commerciale mais il est recommandé de dire à mon public que c'est un produit qui m'a été remis.

Cas n°2 : Je suis invité à un évènement organisé par une marque. Cette invitation à laquelle je peux choisir de ne pas me rendre n'est pas accompagnée d'une demande de publication de contenus. Si je publie des photos de l'évènement sur mes comptes sur les réseaux sociaux, je ne fais probablement pas d'influence commerciale mais il est recommandé de dire à mon public que c'est une invitation

Dans tous les cas, si j'ai un doute, je peux interroger les agences d'influence ou les fédérations professionnelles ou l'ARPP.

2. Ai-je le droit d'exercer l'activité d'influence commerciale si je suis par ailleurs salarié ou agent de la fonction publique ?

Certaines entreprises ou administrations peuvent prévoir des règles strictes d'incompatibilité avec d'autres activités ou un devoir d'information auprès de l'employeur. Si j'exerce déjà une activité professionnelle en tant que salarié ou agent de la fonction publique, je dois donc vérifier la compatibilité de mon activité principale avec l'activité d'influence commerciale.

Pour cela, je peux me renseigner auprès de mon employeur, ou m'informer sur les règles de cumul d'emplois :

- Pour les salariés : service-public.fr/particuliers/vosdroits/F1945
- Pour les agents publics : service-public.fr/particuliers/vosdroits/F1648

Attention : si j'exerce déjà une autre activité en tant qu'entrepreneur individuel et que je souhaite également exercer mon activité d'influence commerciale en tant qu'entrepreneur individuel, je dois rattacher mon activité d'influence commerciale à ma première entreprise individuelle.

3. Je suis mineur, puis-je faire de l'influence commerciale ?

Dans le contexte où de plus en plus de mineurs sont mis en scène par des influenceurs, il est nécessaire de préciser que les moins de 16 ans bénéficient **des dispositions protectrices du droit du travail régissant le travail des mineurs (comme par exemple les enfants mannequins)**. **Un livret détaille les règles à respecter : [Livret \(travail-emploi.gouv.fr\)](https://travail-emploi.gouv.fr)**

En substance :

- **si j'ai moins de 16 ans**, je peux être employé par une entreprise exerçant l'activité d'influence commerciale. Il est nécessaire d'obtenir un **agrément préalable** auprès des services de l'Etat et **90% des sommes que j'ai perçues** via l'influence commerciale **seront consignées** jusqu'à ma majorité ;
- Exemple : J'ai 14 ans, puis-je faire de l'influence commerciale ? Oui à la condition d'être employé par une entreprise exerçant l'activité commerciale (cela peut aussi être mes parents) et que mon employeur ait obtenu une autorisation administrative préalable délivré par le préfet de département.

- si j'ai **plus de 16 ans et moins de 18 ans sans être émancipé**, j'ai deux possibilités :
 - o **je peux créer et gérer une société unipersonnelle** ou reprendre et gérer une entreprise individuelle à responsabilité limitée exerçant cette activité, avec **l'autorisation de mes représentants légaux** (parents ou conseil de famille) qui auront un **pouvoir décisionnel sur certains actes** ;
 - o **je peux être employé par une entreprise** exerçant une activité d'influence commerciale, à condition que **mes représentants légaux (parents ou conseil de famille) me donnent l'autorisation et signent mon contrat de travail**.
 - o Exemple : J'ai 17 ans, comment puis-je faire de l'influence commerciale ? J'ai deux possibilités : soit je suis à mon compte, soit je suis salarié d'une entreprise exerçant l'activité d'influence commerciale. Si je choisis le statut de salarié, mon employeur n'a pas à solliciter une autorisation individuelle préalable auprès des services de l'Etat. Je peux être recruté avec l'accord de mes parents.
- **Si j'ai 16 ans révolus et que je suis émancipé**, je peux agir comme un majeur.

4. Quelles sont les règles applicables si je diffuse l'image de mon enfant mineur sur les plateformes en ligne ?

En application des articles 9 et 371-1 du Code civil, **si vous êtes titulaires de l'autorité parentale, vous êtes tenus d'assurer la sécurité de votre enfant ainsi que de respecter son image et sa vie privée**. En outre, **selon son âge et sa maturité, vous devez l'associer aux décisions qui le concernent**. Ces obligations s'appliquent lorsque **vous diffusez des images et/ou vidéos de lui sur les plateformes**.

Par ailleurs, la loi n° 2020-1266 du 19 octobre 2020 (« loi Studer ») encadre l'exploitation commerciale de l'image d'enfants de moins de seize ans sur les plateformes en ligne et s'applique aux personnes exerçant l'activité d'influence commerciale. Un livret détaille les règles à respecter en application de cette loi : [Livret \(travail-emploi.gouv.fr\)](https://travail-emploi.gouv.fr)

Les **opérateurs de plateformes** en ligne ont également signé le 22 novembre 2022 une **Charte visant à promouvoir l'information et la protection des utilisateurs s'agissant de la diffusion de l'image des mineurs sur les plateformes en ligne**. Consultez là !

5. Comment déclarer mon activité d'influence commerciale

Au moment de débiter mon activité d'influence commerciale, je déclare la création de mon entreprise sur le site du **guichet unique des formalités des entreprises à cette adresse : formalites.entreprises.gouv.fr**. Je peux le faire au plus tôt un mois avant son démarrage et au plus tard dans les 15 jours de son commencement. Ce guichet transmet ma déclaration auprès des organismes compétents qui me permettra d'obtenir un numéro SIREN ou SIRET indispensable pour mes futures démarches fiscales et sociales. Selon votre situation, vous faites partie de la catégorie suivante :

- **si mon activité de création de contenu vise à faire la promotion de biens ou de services en échange d'une contrepartie financière ou d'un avantage en nature, je renseigne mon activité au sein du guichet unique selon la catégorie "activités de service - services**

d'information - influence commerciale ". Mon activité est commerciale (je suis immatriculé au registre du commerce et des sociétés et au registre national des entreprises), mes revenus sont déclarés en BIC et je suis affilié à l'URSSAF – SSI ;

- si mon activité de création de contenu ne vise pas à faire la promotion de bien ou de services en échange d'une contrepartie financière ou d'un avantage en nature, je renseigne mon activité au sein du guichet unique selon la catégorie "activités de service - services d'information - Community manager, ergonomes web, blogueur professionnel, rédacteur web". Mon activité est indépendante (je suis immatriculé au seul registre national des entreprises), mes revenus sont déclarés en BNC et je suis affilié à l'URSSAF-SSI ;
- si mon activité de création de contenu est une activité de création artistique, je renseigne mon activité au sein du guichet unique selon la catégorie " Activités de services - Arts, culture et divertissement - Activités créatives, artistiques et de spectacle - Vidéaste, vlogueur, blogueur". Mon activité est indépendante (je suis immatriculé au seul registre national des entreprises), mes revenus sont déclarés en BNC ou en précompte par un tiers diffuseur et je suis affilié, après validation, à la sécurité sociale des artistes auteurs.

Le site entreprendre.service-public.fr apporte toutes les informations utiles pour préparer la création de l'entreprise, choisir son statut et l'immatriculer.

6. Comment remplir mes obligations fiscales et sociales ?

Les personnes domiciliées en France y sont assujetties à l'impôt sur l'ensemble de leurs revenus, de source française ou étrangère. Les personnes domiciliées hors de France y restent imposables sur leurs revenus de source française, sous réserve des stipulations de la convention conclue entre la France et leur État de résidence. Pour plus d'informations, consultez le site www.service-public.fr et le site impots.gouv.fr, notamment sa rubrique « International ».

Afin d'effectuer mes démarches fiscales et sociales, **je dois créer un espace professionnel sur le portail impots.gouv.fr** s'agissant de mes démarches fiscales ainsi qu'un espace sur le portail urssaf.fr s'agissant de mes démarches sociales. Ces espaces professionnels, gratuits et sécurisés, permettent de déclarer et de **payer les principaux impôts professionnels (dont la TVA) et les cotisations et contributions sociales**, d'effectuer des demandes de remboursement, de consulter le compte de mon entreprise et d'effectuer mes démarches en ligne (renseignement, réclamation,...) via une messagerie sécurisée.

- **Ma catégorie d'imposition, mon régime fiscal et les déclarations fiscales que je dois effectuer** : je me réfère au [Livret fiscal du créateur d'entreprise](#)¹;
- **Mon régime de sécurité sociale et les déclarations sociales que je dois effectuer** : je me réfère au [service dédié de l'Urssaf](#)².

¹https://www.impots.gouv.fr/sites/default/files/media/1_metier/2_professionnel/EV/1_creation_entreprise/livret_fiscal/nid_10306_2021_generalites_livret_fiscal_createur_dentreprise.pdf

²<https://www.autoentrepreneur.urssaf.fr/portail/accueil/une-question/toutes-les-fiches-pratiques/declarer-et-payer-mes-cotisation.html>

Si je suis encore rattaché au foyer fiscal de mes parents, ce sera à eux de déclarer mes revenus. Je me renseigne sur le site internet economie.gouv.fr.

Attention : en cas de non-respect de mes obligations déclaratives ou d'omission, d'insuffisance ou d'inexactitude relevées dans les déclarations, je m'expose à des sanctions pouvant aller jusqu'à 80% de majoration, voire des sanctions pénales en cas de fraude fiscale établie.

7. L'ensemble de mes revenus sont-ils fiscalisés et dois-je les déclarer ?

L'ensemble des revenus que je tire de mon activité d'influence commerciale, que celle-ci soit exercée à titre principal ou accessoire, est **soumis à impôts**, cotisations et contributions sociales, dès le premier euro. **Je dois donc déclarer, dans mes déclarations fiscales et sociales, les revenus tirés de cette activité.**

8. Dois-je déclarer les avantages en nature que je reçois de la part d'annonceurs ?

Pour respecter leurs obligations fiscales et sociales qui s'appliquent à toute personne percevant des revenus professionnels, les avantages en nature reçus dans le cadre de l'activité d'influence commerciale doivent être déclarés dès le premier euro dans la même catégorie que le reste des revenus (cf. livret fiscal du créateur d'entreprises). Vous pouvez interroger les services de la DGFIP en cas de doute.

Par conséquent, l'ensemble des avantages en nature reçus en 2024 dans le cadre de l'activité d'influence commerciale devront être déclarés en 2025 lors de leur prochaine déclaration fiscale portant sur les revenus 2024.

Tous les renseignements sur la manière d'évaluer le montant de ces rémunérations sont précisés sur le site impots.gouv.fr.

La valeur de l'avantage en nature correspond à la valeur réelle du bien ou du produit.

Pour vous aider à déterminer la valeur de l'avantage en nature, vous pouvez également vous rapprocher de l'annonceur qui vous l'a attribué ou vous référer à partir de ses références, à son prix moyen de marché sur les « market place » ou dans ses lieux de distribution. Vous pouvez également vous appuyer sur les éléments du contrat écrit mentionné au point 8 ci-dessous.

9. Dois-je formaliser un contrat ?

La conclusion d'un contrat représente toujours un atout majeur pour vous, car il vous offre une sécurité juridique en précisant et clarifiant les engagements de chaque partie. Toutes les parties au contrat sont tenues de le respecter. La loi sur l'influence commerciale impose la rédaction **d'un contrat écrit**, incluant des mentions obligatoires. Toutefois, la loi prévoit une exception : il n'est pas nécessaire de rédiger un contrat par écrit lorsque son montant est inférieur à un certain seuil. A partir du 1^{er} janvier 2026, celui-ci est fixé à **1 000 € hors taxes**.

En résumé :

- Il est toujours intéressant pour vous de conclure un contrat. Il vous sécurise ;
- La loi sur l'influence commerciale impose la conclusion d'un contrat écrit avec des mentions obligatoires ;
- Par exception, la loi considère que ce contrat écrit n'est pas obligatoire en dessous de 1000€ hors taxes.

Vous avez toujours intérêt à **clarifier la situation d'influence commerciale** avec vos partenaires, annonceurs ou agences.

Il est en effet important de discuter de certains points, comme par exemples : qu'est-ce qu'il est attendu de moi en termes de prestations ? Qu'est-ce que j'attends de mes interlocuteurs ? Est-ce que je serai payé pour cela ? Comment et quand je ferai ou réaliserai la ou les prestations ?

Vous devez anticiper cette étape à la fois pour vous protéger mais également pour bien établir les termes et les conditions de cette collaboration.

→ **Lorsque le contrat écrit est exigé**

Au-dessus de 1000 € hors taxes, la loi impose un certain formalisme, **obligatoire depuis le 1^{er} janvier 2026**. Votre contrat doit indiquer les éléments suivants :

- 1) **Les parties au contrat** : vous, l'annonceur ou toute autre personne comme votre mandataire, votre agent.
- 2) **L'objet du contrat** : ce sur quoi il porte. Il listera les missions c'est-à-dire les contenus pour lesquels vous vous engagez.

Par exemple, il peut s'agir d'une vidéo, d'un post photo, d'une story, d'un reel, d'un live, dans lequel vous communiquez un code promotionnel ; ou vous proposez la participation à un jeu concours ou une invitation à un événement d'une marque ; vous vantez les mérites d'un produit ou de plusieurs produits d'une même marque de mode, de voyage, de lifestyle, de beauté, etc...

- 3) **La rémunération** : elle peut être en numéraire (argent) ou en nature : la rémunération qui est la contrepartie du travail d'influence commerciale que vous avez réalisé et/ou que vous vous êtes engagé à effectuer, doit être clairement précisée.

En pratique, vous pouvez percevoir une rémunération en une ou plusieurs fois.

Elle peut être uniquement en numéraire (argent) ou uniquement en nature (voyages, produits de soin et de maquillage, nuitées d'hôtel, des vêtements, du matériel de sport, etc.). La rémunération peut être un mélange entre numéraire et avantage en nature.

4) **Les autres droits et/ou obligations du contrat** : ils/elles sont propres à chaque contrat.

Vous pouvez vous adresser aux agences d'influence ou fédérations professionnelles qui pourront vous proposer des modèles de contrat.

5) **L'application du droit français.**

Si ce formalisme n'était pas respecté, les conséquences pourraient s'avérer particulièrement lourdes dans cette situation. En effet, si le juge vient à statuer, il pourrait considérer que toutes les obligations et droits découlant de ce contrat sont nuls et le contrat et ses dispositions sont censés n'avoir jamais existés.

→ **Lorsque le contrat écrit n'est pas exigé**

En dessous de 1000 € hors taxes, la loi ne prévoit aucun formalisme. L'accord des parties pourrait prendre la forme par exemple d'un échange de mails.

Pour apprécier ce seuil, vous devez prendre en considération plusieurs critères cumulatifs :

- 1) Le seuil des 1000 € s'apprécie **pour un même annonceur**.
- 2) Il s'agit d'un **même objectif promotionnel** qui répond aux missions que vous vous êtes fixées avec l'annonceur et les différentes prestations qui en découlent.
- 3) Il s'agit de **cumuler la somme des rémunérations versées et de la valeur des avantages** en nature que vous percevez de lui pour cet objectif promotionnel.
- 4) La période s'apprécie **au cours d'une même année N** car des prestations peuvent avoir des temps de réalisation qui s'étirent dans le temps, vous permettant ainsi de planifier vos collaborations.

Parce que les collaborations d'influence commerciale sont multiples, il n'existe pas de situation unique, elles dépendent de ce que vous avez convenu avec votre annonceur. Aussi, n'hésitez pas en cas de doute à vous renseigner auprès des fédérations professionnelles.

Par ailleurs, si vous avez un agent, il peut négocier pour vous le contrat avec l'annonceur et le signer en votre nom et pour votre compte. Il assure également votre représentation.

Si vous voulez avoir recours à une agence d'influence, n'hésitez pas à les mettre en concurrence notamment sur les prestations d'assistance, de représentation et de conseil et sur les conditions de tarifications.

QUELS SONT MES DROITS ?

10. Dans le cadre de mon activité d'influence commerciale, de quels droits économiques et sociaux puis-je bénéficier ?

En tant que **travailleur indépendant** pour la plupart d'entre eux, **les personnes exerçant l'activité d'influence commerciale ne cotisent pas à l'assurance chômage** et ne bénéficient donc **pas des prestations chômage de l'UNEDIC**.

En revanche, les personnes exerçant l'activité d'influence commerciale peuvent bénéficier du **dispositif de l'allocation des travailleurs indépendants (ATI)** dans les conditions prévues aux articles L. 5424-24 et suivants du code du travail.

Ce régime est notamment soumis à des **conditions** :

- de **durée antérieure d'activité** (une période minimale ininterrompue de deux ans au titre d'une seule et même entreprise)
- de **conditions de ressources personnelles** (inférieures au montant du RSA)
- de **revenus antérieurs d'activité** (un revenu minimum de 10 000€ sur une seule des deux années d'activité antérieure)
- de **déclaration de cessation totale et définitive d'activité** lorsque cette activité n'est pas économiquement viable.

Cette allocation **n'est pas une assurance** dans le sens où elle **n'est pas conditionnée au versement de cotisations** ; il s'agit d'une **allocation de solidarité** distincte de l'allocation d'aide au retour à l'emploi (ARE), prestation chômage versée pour les salariés. L'ATI est versée pour une **durée maximum de 6 mois**, avec un **montant plancher de 19,73€ par jour (soit 3 591€ sur 6 mois)** et un **montant plafond de 26,30€ par jour (soit 4 787€ sur 6 mois)**.

11. 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 des droits patrimoniaux, 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 personnes exerçant l'activité d'influence commerciale qui créent du contenu original au sens du droit

d'auteur. Je peux déposer mes marques sur le site de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI). Les œuvres ne se déposent pas, mais il est possible pour des raisons probatoires et pour donner une date certaine à la création d'utiliser une enveloppe Soleau. Attention ! Ce n'est toutefois pas un titre de propriété industrielle.

12. 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 (sous réserve que cette musique ne soit pas encore protégée au titre des droits voisins détenus par les producteurs de disques par exemple) ;
- **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 peut être délivrée à titre gracieux ou à titre onéreux (le second cas est le plus répandu en pratique).

Pour toute question, renseignez-vous auprès de la SACEM (société des auteurs compositeurs et éditeurs de musique).

Vous pouvez également vous renseigner auprès des différentes plateformes.

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 \(1\) | economie.gouv.fr](http://economie.gouv.fr)** apporte des informations utiles en matière de droit d'auteur.

13. 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.

14. Ai-je le droit de critiquer une marque ?

Hors situation de collaboration commerciale avec 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).

15. Qui sera civilement responsable en cas de préjudice causé à autrui dans le cadre de mon activité d'influence commerciale ?

L'exercice de l'activité d'influence commerciale peut parfois porter atteinte aux droits des personnes qui ne sont pas concernées par cette activité.

A titre d'exemples, en utilisant une musique qui n'est pas libre de droit et sans autorisation, en dénigrant une personne ou une marque (cf. point 13) je peux causer un préjudice à un tiers. Dans un tel cas, vous, qui exercez l'activité d'influence commerciale, pouvez être déclaré responsable du préjudice ainsi causé.

L'annonceur et, le cas échéant votre agent ou l'agence de l'annonceur, pourraient également être déclarés solidairement responsables du préjudice ainsi causé.

16. Dans le cadre de mon activité d'influence commerciale, de quels droits économiques et sociaux puis-je bénéficier ?

Pour rappel, dans la majorité des cas, la personne qui exerce l'activité d'influence commerciale est un travailleur indépendant (au sens du code de la sécurité sociale).

a) Ai-je le droit à l'assurance chômage ?

Dès lors que j'exerce mon activité d'influence commerciale en tant que travailleur indépendant, je ne cotise pas à l'assurance chômage et je ne bénéficie donc pas des prestations chômage de l'UNEDIC. En revanche, **je peux bénéficier du dispositif de l'allocation des travailleurs indépendants (ATI)** dans les conditions prévues aux articles L. 5424-24 et suivants du code du travail.

Ce régime est notamment soumis à des conditions :

- de durée antérieure d'activité (une période minimale ininterrompue de deux ans au titre d'une seule et même entreprise)
- de conditions de ressources personnelles (inférieures au montant du RSA)
- de revenus antérieurs d'activité (un revenu minimum de 10 000€ sur une seule des deux années d'activité antérieure)
- de déclaration de cessation totale et définitive d'activité lorsque cette activité n'est pas économiquement viable.

Cette allocation n'est pas une assurance dans le sens où elle n'est pas conditionnée au versement de cotisations ; il s'agit d'une allocation de solidarité distincte de l'allocation d'aide au retour à l'emploi (ARE), prestation chômage versée pour les salariés. **L'ATI est versée pour une durée maximum de 6 mois, avec un montant plancher de 19,73€ par jour (soit 3 591€ sur 6 mois) et un montant plafond de 26,30€ par jour (soit 4 787€ sur 6 mois).**

b) Mon activité d'influence commerciale me génère-t-elle des droits à la sécurité sociale comme la retraite, par exemple ?

Dès lors que j'exerce mon activité d'influence commerciale en tant que travailleur indépendant, les cotisations que je verse au titre de mon activité d'influence commerciale en application du point 6 du présent guide me permettent de bénéficier des droits contributifs dès lors que j'en remplis les conditions, comme notamment le versement des indemnités journalières ou une retraite.

En matière d'assurance accidents du travail et maladies professionnelles (AT-MP), je peux également souscrire à une assurance facultative.

QUELS SONT MES DEVOIRS ?

17. Suis-je obligé d'indiquer l'intention commerciale de mes publications ?

Oui, si votre publication ou contenu vise à promouvoir un bien ou un service et si vous avez bénéficié d'une contrepartie pour sa diffusion : paiement, partenariat, pourcentage sur les ventes, produits remis, voyages, etc. Dans le cadre de mon activité d'influence commerciale, vos avis, retours d'expérience ou vos crash test peuvent être assimilés à une pratique commerciale. Vous avez donc des obligations à respecter au regard du code de la consommation, dont la transparence sur le caractère publicitaire.

Non, si votre publication vise seulement à informer sur un produit pour lequel vous n'avez reçu ou ne recevrez aucune contrepartie.

18. Comment indiquer le caractère commercial de mes contenus ?

Vous devez obligatoirement indiquer le caractère commercial ou publicitaire de votre contenu. Il est indispensable d'afficher ce caractère commercial ou publicitaire à votre public d'une manière qui ne laisse aucune interprétation sur le fait que les contenus concernés ou une partie d'entre eux sont de la publicité. Cette mention doit être claire, lisible et identifiable. Vous devez également identifier clairement l'annonceur/la marque pour le compte duquel la communication commerciale est réalisée. Vous pouvez vous reporter à la Recommandation de l'ARPP « Mentions et renvois » qui présente les pratiques communément partagées en termes de lisibilité et de clarté.

La plupart des plateformes proposent aujourd'hui une fonctionnalité pour préciser si un contenu est commercial ou publicitaire. Utilisez-la ! La mention « publicité » ou « collaboration commerciale » ou toute autre mention équivalente permet de garantir au consommateur la transparence qu'il est en droit d'attendre.

La DGCCRF, qui contrôle cette obligation de divulgation de l'intention commerciale, prend en compte la transparence effective de la communication des personnes exerçant l'activité d'influence commerciale, elle apprécie le caractère clair, lisible et identifiable de l'affichage de l'intention commerciale

Attention : l'absence d'indication claire du caractère commercial ou publicitaire de votre communication est susceptible de constituer une « pratique commerciale trompeuse », sanctionnée d'une peine d'emprisonnement de deux ans et d'une amende de 300 000 euros.

19. Les mentions obligatoires en cas de promotion de formations professionnelles

Le décret 2026-233 du 30 mars 2026 indique les informations que vous devez mentionner lorsque vous faites la promotion de formations financées par des fonds publics (comme le CPF par exemple). Ces nouvelles dispositions s'appliquent depuis le 2 avril 2026.

Les contenus faisant la promotion de ce type de formation doivent désormais contenir :

- une mention du caractère public du financement de la formation professionnelle, de l'existence d'engagements et des règles d'éligibilité ;
- selon le support, un lien hypertexte renvoyant vers la réglementation applicable, une mention du site internet contenant cette information ou un message d'information.

Ces éléments doivent être présentés de manière lisible ou audible, selon le support, distinguable du message promotionnel et de toute autre mention obligatoire.

S'il s'agit d'une vidéo (ou d'une image fixe), les mentions obligatoires doivent être diffusées pendant au moins 90 % de la durée du support de promotion. Un espace sur l'écran doit être réservé à cet effet. Cet espace doit être horizontal et occuper 7 % de l'espace publicitaire.

Si la promotion est radiodiffusée ou proposée sous forme d'audio à la demande, ces éléments doivent être prononcés immédiatement après le message promotionnel.

L'arrêté du 26 mai 2026 vient préciser :

- les modalités de présentation des informations par type de support de promotion ;
- le lien hypertexte ;
- le message d'information.

Attention : Une personne ne respectant pas ces obligations encourt une peine d'un an d'emprisonnement et de 4 500 € d'amende.

20. À quel point puis-je vanter les mérites d'un produit ou d'un service ?

Vos arguments et promesses commerciales **doivent être vrais et vérifiables**.

Ce n'est pas le cas à titre d'exemple :

- Lorsque vous mettez en avant des qualités (« made in France », « naturel »...), « ...), des gains ou des résultats (« bon pour la santé », « - 10 kg en un mois », « Gagnez 5.000 euros »...) **sans pouvoir les justifier** ;
- Lorsque vous prétendez **qu'un produit ou un service augmente les chances de gagner aux jeux d'argent et de hasard** ;
- Lorsque vous faites la promotion, directe ou indirecte, de produits, actes, procédés, techniques et méthodes présentés comme comparables, préférables ou substituables à des actes, protocoles ou prescriptions thérapeutiques ;

Enfin, les communications commerciales qui reposent sur **des allégations fausses** ou que **vous ne pouvez pas justifier** constituent également des **pratiques commerciales trompeuses**.

21. Quels produits et services ne puis-je pas promouvoir ?

Dans le cadre de votre activité d'influence commerciale, vous pouvez être sollicités par des marques pour faire la promotion de leurs produits et respecter les clauses du contrat qui vous lie à ces marques (les annonceurs) (cf. point 13. *Quels éléments doit comporter le contrat que je signe avec mon agent d'influenceur ou l'annonceur dont je promeus la marque ?*). Vous pouvez également vous référer aux recommandations de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) en la matière.

Néanmoins, il est formellement interdit **de faire la promotion de tout bien ou service contrefaisant**. La contrefaçon peut concerner tous types de produits (médicaments, vêtements, jouets, cosmétiques, parfums, etc), ou toute création (vidéo, musique, image, logo, etc). En effet, est considéré comme une contrefaçon, toute atteinte à un droit de propriété intellectuelle au sens des articles L335-2, L513-4, L521-1, L613-3 et L613-4, et L713-2 du code de la propriété intellectuelle.

Le marketing d'influence, comme toute pratique commerciale, **doit également respecter les dispositions spécifiques relatives à la promotion de certains biens ou services**.

Sur internet comme partout ailleurs, la publicité est encadrée et les mêmes règles s'appliquent. Elles s'appliquent notamment lorsque vous faites la promotion des produits suivants, **particulièrement encadrés, à savoir** :

- les actifs numériques (crypto-actifs...), les offres au public de jetons, la fourniture de services portant sur des actifs numériques, uniquement en cas d'autorisation (enregistrement et/ou agrément) de l'AMF ;
- les **jeux de hasard et les jeux d'argent** par les dispositions du titre II du code de la sécurité intérieure ;
- les **boissons alcooliques** : (articles L.3323-2 à L.3323-4 du code de la santé publique) ;
- les médicaments à usage humain (articles L. 5122-1 à 16 du code de la santé publique) ;
- les **dispositifs médicaux** (articles L.5213-1 à 7 du code de la santé publique).

Par ailleurs, **la publicité est interdite pour** :

- **le tabac et les produits du tabac, la cigarette électronique**, ainsi que les produits de nicotine ;
- **Les actes de chirurgie et de médecine esthétiques**
- les médicaments soumis à prescription médicale
- les **produits financiers risqués définis à l'article L.533-12-7 du code monétaire et financier** (pour lesquels on peut perdre tout ou partie de son argent), ;
- Les abonnements à des conseils ou à des pronostics sportifs.

22. Que faire si je pratique le « dropshipping » ?

Le « dropshipping » ou « livraison directe » est une vente sur internet dans laquelle **le vendeur ne se charge que de la commercialisation et de la vente du produit. C'est le fournisseur du vendeur qui expédie la marchandise au consommateur final. Le consommateur n'a généralement ni connaissance de l'existence du fournisseur ni de son rôle.**

Bien que vous ne vous chargiez pas de la livraison des produits que vous vendez, cette méthode de vente vous engage car vous êtes et restez le vendeur, vous êtes responsable à l'égard de l'acheteur. Dès lors :

- Assurez-vous que ces produits **sont conformes à la législation applicable** (nationale ou européenne, par exemple imposant un marquage CE pour certains produits), qu'ils ne sont **pas dangereux, ni pour des adultes, ni, le cas échéant pour des enfants, et qu'ils ne sont pas interdits**. Assurez-vous que les produits sont disponibles et licites, notamment qu'ils ne sont pas des contrefaçons ;
- Vous **devez informer l'acheteur de l'identité réelle du fournisseur**, si ce n'est pas vous.
- **Vous devez afficher les détails de ces produits** : le prix (TTC en euros), les caractéristiques (taille, quantité, composition...) et les conditions de vente (modalités de paiement, délais de livraison...) doivent apparaître clairement.

Lorsque certaines informations obligatoires sont manquantes, le vendeur s'expose à une amende pouvant aller jusqu'à 75 000 euros pour une personne morale et 15 000 euros pour une personne physique.

- **Vous êtes seul responsable, vis-à-vis de l'acheteur**, de la bonne exécution de la commande et de la livraison du produit dans le délai prévu et en bon état.
- **Vous devez respecter le droit de rétractation de votre client** qui, dans les 14 jours à la compter de la date de livraison du produit, peut revenir sur sa commande et vous renvoyer le produit. Vous devez alors le rembourser.

Vous devez afficher les informations obligatoires prévues à l'article L221-5 du code de la consommation dont votre identité, vos coordonnées postales, téléphoniques et électroniques. Vous devez par ailleurs être inscrit au registre du commerce et des sociétés.

Le non-respect de ces règles est passible de sanctions administratives ou pénales.

23. Ce droit s'applique-t-il si je ne suis pas installé en France ?

L'ensemble de ces dispositions **s'applique aux personnes exerçant l'activité d'influence commerciale s'adressant à un public français**. Les personnes exerçant l'activité d'influence commerciale via une société ou sous le statut d'entrepreneur individuel ou d'EIRL ou statut

équivalent qui ne sont pas établis sur le territoire d'un État membre de l'Union européenne, de la Confédération suisse ou de l'Espace économique européen doivent assurer une forme de représentation légale dans l'Union européenne en désignant une personne morale ou physique (avocats, agences) pour garantir la conformité de leurs contrats au regard du droit français et répondre aux demandes des autorités. Ils doivent en outre souscrire une assurance civile professionnelle.

A titre d'exemple, **une personne exerçant l'activité d'influence commerciale basée à en dehors de l'Union européenne pourra voir ses contenus bloqués** dès lors **qu'il ne respecte pas la loi française**, notamment sur le caractère commercial de ses publications, ou qu'il fait la **promotion de produits ou de services dont la promotion est réglementée ou interdite**.

Les **plateformes engagent leur responsabilité** dès lors qu'elles **n'agissent pas contre ces contenus alors qu'ils lui sont signalés**. Dans les cas les plus graves, **des sanctions pénales peuvent être prononcées**, y compris en s'appuyant sur la **collaboration internationale entre autorités publiques**.

24. Suis-je obligé d'afficher les retouches de mes photos et vidéos ?

La transparence est obligatoire pour les photos et les vidéos dans lesquelles sont utilisés des procédés de traitement d'image visant à affiner ou à épaissir la silhouette ou à modifier l'apparence du visage. Elles doivent s'accompagner de la mention : « Images retouchées ».

Pour assurer la transparence de ces images « retouchées », il est également possible de recourir, lorsqu'ils existent, aux outils d'indication des filtres mis à disposition par les plateformes.

La production par tous procédés d'intelligence artificielle visant à représenter un visage ou une silhouette est accompagnée de la mention : « Images virtuelles ».

25. Que faire si je constate, sur un réseau social, un contenu ou une pratique qui me semblent illégaux ?

Si vous constatez **qu'un autre utilisateur a publié un contenu qui vous semble illégal** ou que son comportement vous paraît problématique, **vous pouvez le signaler à la plateforme, grâce au formulaire que celle-ci doit mettre à disposition à cet effet**. Surtout, il est préférable de **ne pas réagir au contenu (notamment en le republiant) car cela aurait pour effet d'augmenter sa viralité sur la plateforme**.

Il est important de savoir que **certains contenus peuvent être légaux au regard du droit français mais interdits par les conditions générales d'utilisation et règles de la plateforme**. C'est pourquoi il peut être utile de **signaler des contenus qui vous paraissent préjudiciables, sans pour autant être manifestement illégaux**.

La plateforme doit traiter votre signalement dans les meilleurs délais et vous exposer les motifs de sa décision de façon claire et facile à comprendre. Si l'issue accordée à votre signalement ne vous satisfait pas, **vous pouvez faire une réclamation** auprès de la plateforme, grâce au formulaire mis à disposition.

Il est également possible de **signaler les contenus trompeurs ou contraires à la réglementation portant sur la promotion de certains produits** auprès de Signal Conso (services de la DGCCRF - www.signal.conso.gouv.fr). Si vous êtes témoin d'un contenu incitant à la violence, menaçant, ou faisant l'apologie du terrorisme, vous pouvez le signaler à la police, à travers la plateforme de signalement « Pharos » : www.internet-signalement.gouv.fr.

Il vous est aussi possible de **signaler des contenus et comportements préjudiciables via une association dite « signaleur de confiance »**. Par exemple, le **numéro 3018, opéré par e-Enfance**, conseille les **mineurs victimes ou témoins de violences numériques** et peut intervenir auprès des plateformes pour que les contenus en question soient retirés en quelques heures. Plusieurs **associations de victimes de l'influence ou de protection des consommateurs** vont être désignées comme signaleur de confiance dans les tous prochains mois.

COMMENT SIGNALER UN CONTENU

Je suis un internaute



J'AI UN DOUTE SUR UN CONTENU

La mention « publicité » ou « collaboration commerciale » n'est pas affichée dans une publication commerciale

La personne exerçant l'activité d'influence commerciale fait de la **publicité contraire à la réglementation** sur un produit ou un service (tabac, alcool, jeux d'argent, produits financiers, acte de santé...).

OU

La personne exerçant l'activité d'influence commerciale fait du dropshipping **sans respecter les droits des consommateurs.**

La personne exerçant l'activité d'influence commerciale fait la promotion **d'un produit dangereux.**



JE SIGNALE

Auprès de la plateforme

Elle doit **accuser réception de votre signalement** (sauf si le signalement est anonyme).

ET

Elle doit vous faire **part de sa décision** concernant le contenu jugé illicite et en **informer l'auteur du contenu.**

ET

La plateforme peut décider de **retirer le contenu**, de rendre **l'accès impossible** au contenu ou de **suspendre le compte.**

Auprès des autorités concernées*

Elles **examinent votre signalement** et éventuellement **mènent une enquête** auprès de la personne exerçant l'activité d'influence commerciale. Elles **prennent les suites appropriées**, selon les cas :

L'autorité **ordonne** à la personne exerçant l'activité d'influence commerciale de **cesser sa pratique.**

ET/OU

L'autorité peut saisir le procureur de la République qui peut engager les poursuites devant le tribunal judiciaire **pour pratique commerciale trompeuse** (jusqu'à 2 ans de prison, voire 7 en cas de circonstances aggravantes, et 300 000€ d'amende)

ET/OU

L'autorité peut **ordonner** à la plateforme de **suspendre le compte.**

*DGCCRF via **Signal Conso**, l'**ANJ** (anj.fr) pour les jeux d'argent et de hasard et l'**AMF** (amf-france.org/fr) pour les produits financiers.

Si vous êtes témoin ou victime d'une infraction (violence, mise en danger des personnes, menace ou apologie du terrorisme etc.), vous pouvez **signaler le contenu illicite sur Pharos** (internet-signalement.gouv.fr)

26. Quelles sanctions si je ne respecte pas la loi ?

L'absence d'indication de l'intention commerciale d'une communication ou des informations d'identification sont susceptibles de constituer une pratique commerciale trompeuse, sanctionnée d'une peine **d'emprisonnement de deux ans (voire 7 en cas de circonstances aggravantes) et d'une amende de 300 000 euros.**

En outre, la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) **a le pouvoir de demander à la plateforme diverses mesures visant à faire cesser les contenus illicites**, tel que :

- **L'affichage d'un message d'avertissement** aux consommateurs ;
- **Le déréférencement d'un compte** sur un réseau social ;
- **La limitation de l'accès ou le blocage d'un compte** sur un réseau social.

Ces mesures peuvent être prises **dès lors qu'une** personne exerçant l'activité d'influence commerciale **commet une infraction au code de la consommation et qu'il ne répond pas à une injonction adressée par les services de la DGCCRF.** Ces dernières pourront également après le vote de la loi relative à l'influence commerciale prononcer une **injonction sous astreinte** (amende journalière tant qu'il n'est pas mis fin à l'illégalité).

Les plateformes peuvent d'elles-mêmes décider de suspendre temporairement ou définitivement votre compte dans le cas où **vous ne respecteriez pas la loi ou leurs conditions générales.**

Les différentes interdictions de publicité font par ailleurs l'objet de sanctions spécifiques, définies soit dans les codes concernés soit dans la loi visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des personnes exerçant l'activité d'influence commerciale **sur les réseaux sociaux** (certaines interdictions de cette loi font l'objet de sanctions pouvant aller jusqu'à 2 ans de prisons et 300000 euros d'amendes, et d'une éventuelle peine complémentaire d'interdiction de l'activité d'influence commerciale, voire d'autres activités). Le tableau ci-dessous donne des exemples de sanctions.

Secteur	Règlementation influence commerciale	Régulateurs, autorités de contrôle	Sanctions
<i>Contrats financiers risqués</i>	Interdite pour les contrats définis à l'article L533-12-7 du Code monétaire et financier (absence de protection intrinsèque du portefeuille notamment)	AMF/DGCCRF	Amende administrative jusqu'à 100 000€.
<i>Fourniture de services sur actifs numériques, ICO, actifs numériques</i>	Interdite, sauf si les opérateurs sont enregistrés auprès de l'AMF, ou ont obtenu un visa de l'AMF pour les ICO.	AMF/DGCCRF	Amende administrative jusqu'à 100 000€.
<i>Jeux d'argent et de hasard</i>	Autorisée pour l'offre de jeux licite (opérateurs agréés ou sous droits exclusifs) sur les plateformes en ligne permettant d'exclure les mineurs de l'audience, sous réserve de certaines règles, notamment l'obligation de faire figurer un message de mise en garde	ANJ/DGCCRF	Amende pénale de 100.000€.
<i>Abonnements à des conseils en pronostics sportifs</i>	Interdite.	DGCCRF	Emprisonnement de deux ans et amende de 300 000 euros
<i>Boissons alcoolisées</i>	Possible sur internet si le message n'est qu'informatif et qu'un message de prévention est affiché.	Associations de lutte contre l'alcoolisme/DGCCRF	Amende jusqu'à 75000 € ou 50% des dépenses publicitaires pour l'opération illégale.
<i>Dispositifs médicaux, et indications thérapeutiques</i>	Autorisée pour le grand public pour les médicaments non soumis à prescription médicale obligatoire et non remboursables (dérogation pour les campagnes de vaccination). La publicité d'indications thérapeutiques est autorisée sauf exceptions.	ANSM	Jusqu'à sept ans d'emprisonnement et 750 000€ d'amende.
<i>Actes médicaux et chirurgicaux à visée esthétique</i>	Interdite pour les personnes exerçant l'activité d'influence commerciale		2 ans de prison et 300 000€ d'amende.
<i>Incitation à l'abstention thérapeutique</i>	Interdite pour les personnes exerçant l'activité d'influence commerciale (on ne peut présenter un produit, acte, procédé, etc. comme comparable à procédé, prescription, etc. thérapeutique)		2 ans de prison et 300 000€ d'amende.
<i>Tabac et de ses composants</i>	Interdite	Associations de lutte contre le tabagisme	Amende de 100 000€.
<i>Formation professionnelle</i>	Autorisée, mais avec obligation d'un bandeau qui comporte les informations liées au financement, aux engagements et aux règles d'éligibilité à la formation, et à l'identification des prestataires		1 an de prison et 4 500 € d'amende
<i>Formation éligible au compte personnel de formation (CPF)</i>	Interdiction de toute vente ou offre promotionnelle d'un produit ou toute rétribution en échange d'une inscription à une formation éligible au CPF	DGCCRF	75.000€ d'amende pour une personne physique et 375.000€ d'amende pour une personne morale

AU-DELÀ DE LA LOI, COMMENT FAIRE DE L'INFLUENCE RESPONSABLE ?

Respecter la loi, c'est bien, aller au-delà, c'est mieux... et dans votre intérêt. **Dans le cadre de votre activité d'influence commerciale, vous pouvez aller au-delà de vos obligations légales, en exerçant une activité d'influence responsable.**

27. « Chacun pense et dit ce qu'il veut sur internet » : la liberté d'expression permet-elle toutes les opinions ?

La **liberté d'expression**, c'est-à-dire le droit d'exprimer librement ses opinions, est **la même en ligne et dans la vie réelle**.

Pourtant, cette liberté d'exprimer librement ses idées **n'est pas une liberté absolue** et certaines limites s'imposent à son exercice. Par exemple, **toute incitation à la discrimination ou la violence** est interdite.

De la même manière, si **la diffusion de fausses informations n'est pas forcément illégale** et que la **publication d'une information fautive** n'est pas nécessairement faite dans l'intention de tromper, **dans certains cas spécifiés par la loi, elle peut être réprimée**. Les plateformes en ligne ont ainsi l'obligation de **prendre des mesures pour lutter contre la diffusion de fausses informations susceptibles de troubler l'ordre public ou d'altérer la sincérité des élections**.

Les personnes exerçant l'activité d'influence commerciale, au regard de leur large audience, ont une **responsabilité dans la protection** des publics. Il est ainsi fondamental de **vérifier par vous-même une information** avant de la publier ou de la relayer, d'autant plus que les plateformes en ligne jouent désormais un rôle majeur dans les mécanismes d'information et de formation de l'opinion publique.

28. Comment intégrer les questions environnementales à votre activité d'influence commerciale ?

Une **bonne connaissance des annonceurs** qui vous sollicitent vous permet de choisir des **marques alignées avec vos valeurs pour vos publicités**. Vous pouvez par exemple demander aux **marques des preuves de leur engagement RSE**.

Vous pouvez également **mettre en avant l'impact écologique de vos communications, notamment les contenus sponsorisés**.

Pour en savoir plus, vous **pouvez notamment consulter la Charte d'éthique de l'influence des collectifs « Paye ton influence » et « A quand demain »**.

29. Qu'est-ce que le Code des Recommandations de la publicité de l'ARPP (Autorité de régulation professionnelle de la publicité) ?

Vous pouvez retrouver sur le [site de l'ARPP](#) des Recommandations en matière de publicité :

- « Mentions et renvois »
- « Communication publicitaire numérique »,
- « Développement durable »,
- « Comportements alimentaires et allégations de santé »,
- « Image et respect de la personne »,
- « Produits cosmétiques »,
- « Alcool », « Jeux d'argent » et celles du « secteur financier ».

Vous pouvez décider d'adhérer à l'ARPP et d'entrer dans le cadre de la régulation professionnelle de la publicité. Vous vous engagez ainsi à **respecter le Code de l'ARPP** des Recommandations de la publicité et en cas de non-respect de vous exposer à une sanction du **Jury de déontologie publicitaire (JDP)**.

30. Comment passer le Certificat de l'Influence responsable lancé par l'ARPP ?

Le **Certificat de l'Influence responsable de l'ARPP**, créé en septembre 2021 prouve que l'on a été sensibilisé au cadre légal et déontologique du marketing d'influence.

Les candidats doivent suivre une formation en ligne de 3 heures 30 qui informe les personnes exerçant l'activité d'influence commerciale et leur donne les outils pour protéger leurs audiences et les consommateurs.

Cette formation leur permet également de **se différencier auprès des marques, agences et des institutionnels** qui souhaitent **travailler avec des créateurs de contenu responsables**. C'est une plus-value pour vous.

Ce certificat s'appuie, entre autres, sur des mesures relatives à **la transparence, la loyauté, la protection des consommateurs, l'environnement, la protection des mineurs, le statut de l'enfant exerçant l'activité d'influence commerciale, l'image, le respect de la personne et la lutte contre le sexisme et toutes formes de violence...**

31. Quelles sont les autres initiatives existantes ?

Respecter une charte applicable aux personnes exerçant l'activité d'influence commerciale, c'est l'occasion de partager avec d'autres influenceurs, mais aussi avec des marques et annonceurs, une vision des valeurs applicables au marketing d'influence.

Cela permet également de renforcer le sentiment de confiance que votre travail peut inspirer aux consommateurs et aux annonceurs.

- Enfin, il existe plusieurs chartes proposées par les organisations professionnelles du secteur.

N'hésitez pas à consulter toutes ces initiatives !

32. Quels sont les autres sites utiles ?

- Le **site du ministère** de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique
- Le **site de l'ARPP**
- Les conditions générales de **chaque plateforme**
- Le **site de l'UMICC**, une des fédérations professionnelles des influenceurs et créateurs de contenus
- La **page juridique dédiée aux influenceurs** sur le site de la Commission européenne : https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/influencer-legal-hub_fr

Annexe décrets – arrêtés

Décret n° 2023-887 du 20/09/2023 : Conditions dans lesquelles l'injonction mentionnée à l'article L. 521-1 du code de la consommation, lorsqu'elle est assortie d'une astreinte, peut faire l'objet, en cas d'inexécution totale ou partielle ou d'exécution tardive, d'une mesure de publicité.

Décret n° 2025-1137 du 28 novembre 2025 portant application de l'article 8 de la loi n° 2023-451 du 9 juin 2023 visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux.

Décret n° 2026-233 du 30 mars 2026 portant application du II de l'article 5 de la loi n° 2023-451 du 9 juin 2023 visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux

Arrêté du 26 mai 2026 relatif aux mentions obligatoires imposées pour toute promotion d'une action de formation professionnelle, financée par des fonds publics et émanant de personnes physiques ou morales exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique

Autre décret : à venir.

CONTACT PRESSE

Cabinet de Serge Papin

presse.mpmepa@cabinets.finances.gouv.fr

01 53 18 44 32