



**MINISTÈRE  
DE L'ÉCONOMIE,  
DES FINANCES  
ET DE LA SOUVERAINETÉ  
INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### **La DGCCRF dresse le bilan de ses contrôles 2022 et 2023 dans le secteur de l'influence commerciale**

Paris, le 03/04/2024

***Candidats de télé-réalité, influenceurs mode, beauté ou « lifestyle », influenceurs dans la restauration ou le sport, créateurs de contenus humoristiques, streamers de jeux vidéo, plus de 300 influenceurs ont été contrôlés en 2022 et 2023 par la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes. Près de la moitié d'entre eux sont en anomalies concernant l'affichage de l'intention commerciale de leurs publications, des allégations trompeuses sur certains produits ou la promotion de produits ou services interdits. La DGCCRF renforce, en 2024, le contrôle de ce secteur toujours en développement.***

Bénéficiant d'une très large audience sur les réseaux sociaux et les plateformes vidéo, les influenceurs constituent pour les annonceurs, un vecteur promotionnel efficace pour de nombreux produits et services. A l'initiative de Bruno Le Maire, Ministre de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique, les professionnels de l'influence commerciale disposent, depuis 2023, d'un guide pour accompagner le développement de leurs activités et les sensibiliser sur leurs obligations en matière de protection des consommateurs. La loi du 9 juin 2023 visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux a, par ailleurs, précisé le cadre légal de cette activité.

En 2022 et 2023, la DGCCRF a poursuivi ses actions de contrôles auprès de ce secteur en développement. Ainsi, plus de 300 influenceurs ont été contrôlés sur les réseaux sociaux (98 en 2022 et 212 en 2023) tels que Snapchat, TikTok, Facebook et Instagram, les réseaux de communication Twitter, Telegram et la plateforme vidéo YouTube. Près de la moitié d'entre eux étaient en anomalie. La DGCCRF a majoritairement constaté la mise en œuvre de pratiques commerciales trompeuses consistant à ne pas indiquer le caractère commercial de leurs publications, ou à ne pas identifier clairement la personne pour le compte de laquelle elles sont diffusées.

Pour certains, il a également été constaté, à l'issue des enquêtes, des faits plus graves consistant à déclarer ou à donner l'impression que la vente d'un produit ou la fourniture d'un service est licite alors qu'elle ne l'est pas (ex : formations financées par le CPF avec reversement partiel en espèce, injections d'acide hyaluronique par une esthéticienne ne disposant pas de la qualité de médecin, vente de

produits contrefaits ou de produits dangereux interdits à la vente...), à affirmer faussement qu'un produit est de nature à guérir des maladies (ex : compléments alimentaires qui soigneraient certains cancers) ou à affirmer d'un produit ou d'un service qu'il augmente les chances de gagner aux jeux d'argent et de hasard (ex : promotion d'un abonnement pour des conseils en paris sportifs, en alléguant des gains importants et faciles). Ces enquêtes peuvent se poursuivre auprès des annonceurs dont la responsabilité peut également être retenue.

La DGCCRF a également signalé aux autorités compétentes la promotion de potentielles contrefaçons et escroqueries ou l'exercice illégal de la médecine.

A l'issue de ces deux ans d'enquêtes, 35 avertissements ont été adressés aux influenceurs pour lesquels les manquements étaient ponctuels. Pour les pratiques les plus graves et délibérées, 81 injonctions de mise en conformité ont été adressées ainsi que 35 suites pénales.

Dans une démarche pédagogique à l'attention des consommateurs et des acteurs du marché, une partie des injonctions et des transactions prononcées ont été associées à des mesures de publications sur les réseaux sociaux des influenceurs et de la DGCCRF.

La DGCCRF constate qu'une majorité des influenceurs contrôlés se mettent en conformité, néanmoins, les investigations se poursuivent auprès de ceux qui ne satisferaient pas à leur injonction.

La DGCCRF rappelle que pour les pratiques les plus graves impliquant, notamment, la sécurité des consommateurs, la loi du 9 juin 2023 permet d'adresser des injonctions sous astreinte financière tant que la mise en conformité n'est pas effective par la cessation des pratiques ou le retrait des contenus. Par ailleurs, lorsqu'une infraction est de nature à porter une atteinte grave à la loyauté des transactions ou à l'intérêt des consommateurs, la DGCCRF dispose d'un pouvoir de réquisition lui permettant de demander aux plateformes de limiter l'accès au contenu.

En 2024, la DGCCRF renforce ses contrôles en vue de détecter et sanctionner les pratiques commerciales trompeuses portant, en particulier, sur la conformité et la sécurité des produits ainsi que sur la promotion des produits et services financiers hautement risqués.

La DGCCRF invite les consommateurs à signaler, sur la plateforme [SignalConso](#), toute pratique commerciale trompeuse.

**Liens utiles :**

- [SignalConso](#)
- [Guide de bonne conduite : influence commerciale](#)
- [Guide de prévention contre les arnaques](#)

**Direction générale de la  
Concurrence, de la Consommation  
et de la Répression des fraudes**