Image not found or type unknown

Les influenceurs : obligations et responsabilités

Conseils pratiques publié le **29/01/2022**, vu **4293 fois**, Auteur : Baum & Cie

Grâce à la notoriété, les influenceurs orientent les comportements d'achat des consommateurs sur des produits ou services dont ils font la promotion En cas de difficultés, quelles actions engagées ?

Le développement des réseaux sociaux a fait apparaître une catégorie de personnes qui, du fait de leur notoriété ou de la qualité de leurs publications, génère l'adhésion d'abonnés .
Leaders d'opinion**,** ils exercent une influence sur des milliers, voire des millions d'abonnés qui suivent leurs conseils et décisions d'achat.
Les influenceurs et influenceuses peuvent intervenir dans tous les secteurs d'activité, mais ils sont généralement spécialisés dans un domaine ex : gaming, beauté, sport, mode, voyages…
Quelles sont les obligations d'un influenceur vis-à-vis des consommateurs ?
La responsabilité de l'influenceur peut-elle être engagée en cas d'achat d'un produit non conforme ?

Quelles sont les obligations des influenceurs ?

Grâce à leur notoriété, les influenceurs sont capables d'orienter les comportements d'achat des consommateurs sur des produits ou services qu'ils vont promouvoir. Ainsi, ils peuvent imposer de nouvelles tendances. C'est la raison pour laquelle ils sont autant sollicités par les marques.

De nombreux consommateurs cliquent sur le lien d'une marque mise en avant pour acheter le produit présenté. La plupart des influenceurs sont payés ou reçoivent des cadeaux pour cette activité (séjour gratuit dans un hôtel, vêtements, produits de beauté…).
Ils n'en informent pas toujours les
consommateurs qui pensent alors qu'il s'agit d'un avis personnel, spontané sans identifier clairement la promotion commerciale du produit.
Cette pratique est-elle légale ?
Les influenceurs doivent préciser que leur communication est basée sur un partenariat avec une marque ou un professionnel et qu'ils sont rémunérés pour faire la promotion des produits qu'ils présentent.
Cette mention peut être faite soit oralement, soit dans un texte ou via les fonctionnalités intégrées dans les réseaux sociaux (liens). Si l'influenceur mentionne le partenariat à l'oral, dans une vidéo par exemple, il doit le repréciser dans sa description dans les trois premiers hashtags associés au post.
Exemples : #sponsorisé ; #partenariat

Quelles sanctions en cas de non-respect de cette obligation d'information ?

La DGCCRF (1) rappelle que « le défaut d'indication du caractère publicitaire de la publication par

un logo ou une mention orale ou écrite par exemple constitue une pratique commerciale trompeuse à l'encontre des abonnés qui peuvent croire à tort que la promotion (...)résulte d'une expérience personnelle positive ».
Une influenceuse a été condamnée par la DGCCRF à une amende de 20.000 euros pour pratiques commerciales trompeuses pour avoir fait la promotion de formations au trading proposées par un site internet spécialisé dans la vente et l'achat de bitcoin.
L'influenceuse avait omis de mentionner qu'elle était rémunérée par les exploitants du site pour en faire la promotion.

Les influenceurs peuvent-ils être responsables en cas d'achat non conforme ou non livraison ?

Certains influenceurs qui présentent les produits ou services d'une marque partenaire sur les réseaux sociaux n'obligent pas les consommateurs à les acheter.Ils ne sont pas non plus des vendeurs puisqu'en cliquant sur le lien qu'ils partagent, les consommateurs sont généralement redirigés directement vers le site ou la page du réseau social de la marque où ils peuvent acheter le produit ou souscrire au service.

Ainsi, les influenceurs ne peuvent pas directement être responsables en cas de problème avec une commande. Si le consommateur n'a pas reçu sa commande ou s'il a reçu un produit défectueux, il doit contacter le vendeur qui est seul responsable de sa commande.

Cependant, la plupart des placements de produits reposent sur le "dropshopping".

Qu'est ce que le dropshipping ?

Le dropshipping ou « livraison directe » est une vente sur internet dans laquelle le vendeur se charge 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.
Le dropshipping est une activité légale. Il permet de se lancer dans le e-commerce avec un faible investissement de départ. En effet, le vendeur ne gère ni le stock, ni la logistique. Ses seules dépenses sont liées à la création de la boutique en ligne et à la mise en avant de ses produits sur le web.
Cependant ces vendeurs doivent respecter les règles du code de la consommation applicable à la vente à distance, notamment l'obligation d'information pré-contractuelle du consommateur. Ils doivent communiquer au consommateur, les informations en langue française, de manière lisible et compréhensible, prévues par l'article L.221-5 du Code de la consommation (2), parmi lesquelles, les informations spécifiques suivantes :
- **l'identité et les coordonnées du vendeur** ;
- **l'identité de l'hébergeur,** ce dernier est peut être tenu responsable en cas de contenu délictuel ;
- **l'information sur la date de livraison du bien ou d'exécution du service ;**
- **les caractéristiques des produits ou services proposés** doivent être décrites précisément par tous moyens : texte et/ou photo et/ou fiche technique ;
- **l'information sur le prix en euros toutes taxes comprises.** En cas d'achat à l'étranger, hors Union européenne, le prix doit inclure les taxes payées par le consommateur y compris les droits de douane (3) ;
- **l'information sur les garanties** légales et contractuelles incluant les modalités de mise en œuvre ;
- **les conditions, les délais et les modalités d'exercice du droit de rétractation** ainsi que le formulaire type de rétractation.

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés

Les informations mises en ligne sur les sites de dropshipping ne doivent pas être inexactes, incomplètes trompeuses ou de nature à induire en erreur pour inciter à l'achat notamment :
- les avis des clients ;
- l'origine du produit ;
- l'existence d'une marque déposée ;
- les promotions offertes (pourcentage de réduction et durée).

Les obligations du vendeur en matière de livraison
Le vendeur doit livrer le bien ou fournir le service à la date ou dans le délai indiqué au consommateur, comme le précise l'article L.216-1 du Code de la consommation.(4)
Si le bien commandé n'est pas disponible, le vendeur s'expose à une sanction au titre de la pratique commerciale trompeuse. Il doit donc s'assurer de la disponibilité des produits offerts à la vente.

Les obligations du vendeur en matière sécurité et conformité
La responsabilité du vendeur peut être engagée si les produits ne respectent pas la réglementation française, notamment en matière de sécurité puisqu'il est responsable de la qualité, de la conformité et de la sécurité des produits vendus.

Quelles actions engagées?

Tout consommateurs peut contacter la DGCCRF via le site SignalConso (https://signal.conso.gouv.fr).

****
1) La Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF).
2) Article L.221-5 du Code de la consommation
https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000032226876/
3) Arrêté du 3 décembre 1987 relatif à l'information du consommateur sur les prix
https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/LEGITEXT000006057893/2020-11-13/
4) Article L.216-1 du Code de la consommation
https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000044142498/

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés