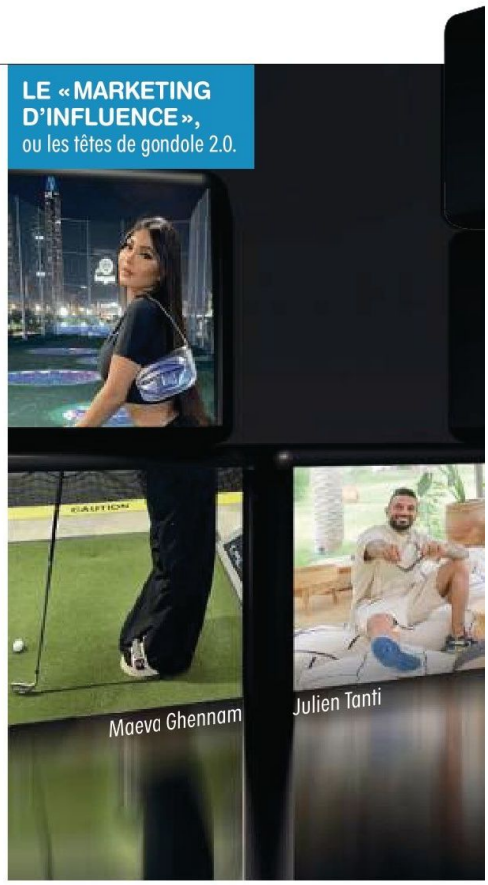
POLITIQUES NUMÉRIQUES

# LES INFLUENCEURS DANS LE COLLIMATEUR

Pointés du doigt pour leurs activités promotionnelles illicites, voire dangereuses pour la vie de leurs abonnés, certains influenceurs sont sous le feu des critiques. Un cadre légal devrait voir le jour prochainement pour mettre fin aux irrégularités.




« *J'ai besoin de vous.* » C'est par ces mots que le ministre de l'Économie, Bruno Le Maire, s'est adressé aux Français, dans une vidéo diffusée sur les réseaux sociaux début janvier. Objectif : lancer une grande consultation publique sur le web pour recueillir « *les avis, critiques et propositions alternatives* » qui ont vocation à venir nourrir les actions en faveur de « *la régulation de ce secteur* ». Cette consultation, qui s'est tenue du 8 au 31 janvier, donnera lieu en mars prochain à une présentation publique des mesures retenues. L'année 2022 restera peut-être comme celle qui a permis de tirer la sonnette d'alarme sur une activité dont les dérives ont été longtemps ignorées. Selon l'Observatoire de l'influence responsable, conduit par l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité, en 2020, plus d'un contenu sur quatre n'était pas transparent sur la collaboration commerciale. La Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes a ciblé depuis 2021 une soixantaine d'influenceurs pour des contrôles approfondis. Un suivi qui s'est terminé par un constat inquiétant, puisque 60 % d'entre eux ne respectent pas la réglementation sur la publicité et les droits des consommateurs. Fin 2022, plusieurs procédures de rappels à l'ordre, voire de sanctions contre les responsables, ont été lancées.

## Des tromperies aux conséquences graves

Bon nombre d'irrégularités concernent l'absence de mention indiquant le lien commercial existant entre l'influenceur et la marque qu'il promeut, par oubli ou par malhonnêteté. Mais les tromperies sont parfois bien plus graves, à l'image des pratiques des influenceurs Marc et Nadé Blata, tous deux accusés d'escroquerie et d'abus de confiance. Suivi par quatre millions d'abonnés, le couple installé à Dubaï avait fait la promotion de produits financiers à hauts risques auxquels ont souscrit plusieurs milliers de leurs abonnés. Instagram a supprimé récemment leurs comptes. « *Pour le groupe Meta, maison mère du réseau social, l'enjeu est d'éviter le risque de complicité d'activités illicites* », souligne Julie Jacob, avocate et fondatrice du cabinet d'avocats spécialisé dans le numérique Jacob Avocats. « *Parmi les actes pointés du doigt, on trouve les achats et ventes relatifs aux cryptomonnaies, ou encore la revente sur des plateformes comme AliExpress d'objets à des prix très élevés alors qu'ils ne valent que quelques euros, sans aucune garantie et avec des conditions générales de vente totalement inappropriées,* poursuit-elle. *Des marges considérables sont parfois réalisées avec une opacité totale sur les origines des produits, leur composition, transformant ce marché en un business sauvage.* »

**En 2020, plus d'un contenu sur quatre n'était pas transparent sur la collaboration commerciale**

Certains produits de santé n'ayant aucun label de qualité, voire aucune autorisation de mise sur le marché, se retrouvent ainsi à la portée des consommateurs, avec à la clé de véritables drames sanitaires, comme en témoigne le cas de Luna Skye. Cette influenceuse

LESZEKGLASNER/ISTOCKPHOTO; CAPTURES INSTAGRAM; PHOTOMONTAGE 01NET

avait elle-même été hospitalisée d'urgence en 2021 pour une septicémie consécutive à des injections esthétiques dont elle faisait la promotion en ligne. «*Les produits pour favoriser le développement musculaire ou pour maigrir, et qui ne font pas l'objet d'une autorisation garantissant l'absence de danger, doivent faire l'objet de la plus grande vigilance. En cas de manquement dans ces cas, on peut entrer dans le cadre des infractions pénales allant jusqu'à deux ans d'emprisonnement et une amende de 300 000 euros*», rappelle Julie Jacob.

### Le futur cadre juridique en question

La planète des influenceurs est dans la tourmente depuis le conflit médiatisé, il y a environ un an, entre le rappeur Élie Yaffa (alias Booba) et Magali Berdah, patronne de l'importante agence d'influenceurs Shauna Events. Le premier reproche à la seconde – ainsi qu'à d'autres influenceurs tels que Rym Renom, Jessica Thivenin, Maeva Ghennam ou Julien Tanti – de promouvoir des arnaques (marchandises non reçues, produits non conformes…). En retour, elle l'accuse de cyberharcèlement. Deux enquêtes ont été ouvertes par la justice.

Par ailleurs, le collectif AVI (aide aux victimes d'influenceurs) a déposé 88 plaintes «contre X» au parquet de Paris, a annoncé le cabinet d'avocats Ziegler & Associés lors d'une conférence de presse le 23 janvier. Une proposition de loi a aussi été publiée en novembre dernier par le député écologiste Aurélien Taché pour protéger les consommateurs, mais aussi responsabiliser et réguler les relations entre marques et influenceurs et entre agents et influenceurs. Des évolutions qui auraient vocation à inscrire de nouvelles règles importantes dans le Code de la consommation et le Code du travail, de sorte que tout un chacun puisse être explicitement informé des pratiques et de la façon dont les produits font l'objet de promotions sur les réseaux sociaux. «*Dès lors qu'un contenu est fait pour être à destination du marché français, la loi française sera applicable, quel que soit le lieu où se trouvent les influenceurs. Mais la difficulté est ensuite de faire appliquer la loi, ce qui suppose une coopération avec les pays accueillant les influenceurs, comme Dubaï dans le cas de Marc et Nadé Blata*», précise Julie Jacob. ● **Mathieu Neu**

## Concertation nationale sur le numérique en santé

Envoi d'ordonnance via une «messagerie sécurisée citoyenne», développement de la plateforme Mon Espace Santé, accès effectif des professionnels à l'historique médical de leurs patients via le dossier médical partagé, aide à la recherche d'un médecin traitant, cybersécurité des hôpitaux… Le 14 décembre dernier, l'Agence du numérique en santé (ANS), qui dépend du ministère de la Santé, a publié une première version de sa feuille de route 2023-2027 pour mettre le numérique au service de la santé. Elle invite désormais les professionnels, les représentants des usagers et des patients ainsi que les entrepreneurs du numérique à se prononcer dessus. Les concertations avec les citoyens ont démarré le 10 janvier à Marseille et doivent se poursuivre jusqu'au 14 mars. Ce mois-ci, le tour des régions de l'ANS s'arrête le 16 à Paris, le 22 à Dijon, le 23 à Lyon et à Bordeaux, le 26 à Lille, le 27 à Nancy et le 28 à Rennes. Les inscriptions se font en ligne depuis le site esante.gouv.fr/tour-des-regions. Par ailleurs, tout citoyen peut déposer une proposition en se rendant directement à l'adresse bit.ly/3jjvLac et en cliquant sur le bouton ad hoc. **F. M.**