

LES INFLUENCEURS PEUVENT-ILS GARDER SECRET LEUR LIEU DE RÉSIDENCE ET QUELLES CONDITIONS LIÉES À LA PUBLICITÉ DOIVENT-ILS REMPLIR?

écrit par Yannick Lauwers | mars 31, 2023



À l'automne 2022, nos influenceurs les plus connus ont reçu par courrier un message du département de l'économie du gouvernement fédéral. Ceux qui gagnent de l'argent grâce à la publicité en ligne doivent indiquer l'adresse et le numéro de l'entreprise sur leur canal de médias sociaux. Une mesure qui a fait grand bruit au pays des influenceurs. Ils doivent également respecter strictement les dispositions relatives à la publicité du code de droit économique (CDE).

Toute personne qui fait de la publicité en ligne et gagne de l'argent grâce à cela doit indiquer son adresse et son numéro d'entreprise sur ses profils et ses canaux de médias sociaux. L'une des obligations nées des directives européennes^[1] est que désormais les influenceurs doivent suivre un ensemble de directives concrètes. Mais cette mesure est mal comprise par les influenceurs. Plusieurs influenceurs, comme Acid - notre vlogueur le plus connu en Flandre - ont déjà annoncé qu'ils ne mentionneraient pas leur adresse. La réglementation est donc en contradiction avec le respect de la vie privée, estime-t-elle.



À l'instar des célébrités traditionnelles, les influenceurs disposent d'une base riche d'adeptes numériques. Avec la mention obligatoire de leur siège social (lire : domicile), il y aura sans doute des fans désireux de rendre visite à leur idole. Une chose que les influenceurs veulent à juste titre, éviter à tout prix. Par exemple, le caricaturiste lecctr a partagé ce qui suit sur son compte twitter :



Concept

Un influenceur est généralement décrit comme une personne physique ou une entité virtuelle dont la portée est supérieure à la moyenne sur une plateforme pertinente.[\[2\]](#) Si, en tant que créateur de contenu, vous publiez régulièrement des messages publicitaires pour des marques, vous exercez une activité professionnelle indépendante et le législateur vous considère comme une entreprise au sens du Code de droit économique.

Par conséquent, vous devez ajouter les coordonnées de votre entreprise, telles que son numéro, son adresse et son adresse électronique, sur vos pages de médias sociaux et votre ou vos sites web. Si vous ne procédez pas à cet enregistrement, il s'agit d'une violation du CDE et l'auteur de l'infraction peut se voir infliger une amende pouvant atteindre 80.000,00 euros. Votre travail est alors considéré comme un travail clandestin, ce qui est interdit et punissable.[\[3\]](#)

Ainsi, l'article XII.6 du CDE fournit les éléments suivants :

» Sans préjudice des autres exigences légales et réglementaires en matière d'information, tout prestataire d'un services de la société de l'information assure un accès facile, direct et permanent, pour les destinataires du service et pour les autorités compétentes, au moins, aux informations suivantes :

1° son nom ou sa dénomination sociale ;

2° l'adresse géographique où le prestataire est établi ;

3° ses coordonnées, y compris son adresse de courrier électronique, permettant d'entrer en contact rapidement et de communiquer directement et efficacement avec lui ;

4° le cas échéant, le numéro d'entreprise

(...) »

Publicité[\[4\]](#)

Souvent, il n'est pas immédiatement clair quand un influenceur diffuse un message commercial pour lequel il reçoit une compensation/un avantage. Pour y remédier, la loi stipule désormais que la publicité doit toujours être reconnaissable en tant que telle, afin d'assurer un haut degré de transparence vis-à-vis des consommateurs. Il doit être clair pour le public cible, au premier

coup d'œil, qu'un produit ou un service particulier fait l'objet d'une publicité. Vous pouvez le faire, par exemple, en ajoutant certaines balises telles que « réclame », « publicité », « annonce » ou « sponsorisé » à un message particulier.

Si un message n'est pas clairement reconnaissable comme une publicité, il est considéré comme trompeur.

Ainsi, l'article VI. 94. du CDE prévoit :

» Sont déloyales, les pratiques commerciales des entreprises à l'égard des consommateurs qui :

1° sont trompeuses au sens des articles VI.97 à VI.100, ou

(...) »

Art. VI.97. du CDE prévoit ensuite que :

« Une pratique commerciale est réputée trompeuse si elle contient des informations fausses et qu'elle est donc mensongère ou que, d'une manière quelconque, y compris par sa présentation générale, elle induit ou est susceptible d'induire en erreur le consommateur moyen en ce qui concerne un ou plusieurs des éléments suivants, même si les informations présentées sont factuellement correctes, et que, dans un cas comme dans l'autre, elle l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement ;

(...) »

Ainsi, en tant qu'influenceur ou créateur de contenu, vous devez toujours faire très attention à ce que, lorsque vous publiez certains « posts » dans lesquels la publicité est cachée, vous le communiquiez de la manière la plus transparente possible. Si vous mettez en avant un produit, un service ou une marque en particulier et que vous recevez pour cela un avantage de la part de l'entreprise derrière la marque, vous faites de la publicité. C'est donc également le cas si, par exemple, vous recevez un code de réduction d'une marque et le partagez avec vos followers ou si vous offrez certains produits d'une marque dans le cadre d'un

concours.

Conclusion

Aux Pays-Bas, un débat similaire a récemment fait rage pour savoir si les influenceurs sont autorisés à garder secret leur lieu de domicile. Ici, en consultation avec des influenceurs et des créateurs de contenu néerlandais, il a été décidé que la mention d'une option de contact, telle qu'une adresse électronique, est suffisante.

L'ancienne secrétaire d'État à la protection des consommateurs Eva de Bleeker (Open Vld) s'est montrée compréhensive à l'égard du tumulte et a plaidé en faveur d'une association du secteur afin qu'un lieu physique partagé puisse être utilisé comme lieu de travail. De cette façon, les influenceurs resteraient soumis aux obligations légales, mais n'auraient pas à fournir leur adresse personnelle. Pour l'instant, il a été décidé, en concertation avec l'Inspection économique, que les influenceurs n'ont pas à partager leur adresse privée sur leurs profils. Ils pourront bientôt s'inscrire auprès de la Fédération des entreprises du Web (FeWeb) ou de BeCommerce, qui représente les boutiques en ligne. Ils ouvriront des centres d'affaires où les influenceurs pourront s'établir. Ainsi, il suffirait de partager cette adresse sur leurs profils.

Si vous avez des questions après avoir lu cet article, n'hésitez pas à nous contacter à joost.peeters@studio-legale.be ou au 03 216 70 70.

Sources légales :

- COMMUNICATION DE LA COMMISSION, Lignes directrices sur l'interprétation et l'application de la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur, p. 97.
- DIRECTIVE 2000/31/CE DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la société de

l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur (« directive sur le commerce électronique »)

- Code de droit économique

Liens avec les médias :

- <https://www.mediarte.be/nl/dossiers/loopbaan/duurzame-loopbanen/feweb-ve-rwelkomt-influencers-en-content-creators>
- <https://economie.fgov.be/nl/themas/verkoop/reclame/u-bent-contentcreator>

[1] Voir article 5 DIRECTIVE 2000/31/CE DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur (« directive sur le commerce électronique »).

[2] COMMUNICATION DE LA COMMISSION, Lignes directrices sur l'interprétation et l'application de la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur, p. 97.

[3] <https://economie.fgov.be/nl/themas/verkoop/reclame/u-bent-contentcreator>

[4] <https://economie.fgov.be/nl/themas/verkoop/reclame/u-bent-contentcreator>