

Fiche métier BPI : Influenceur

Pour aider les créateurs et repreneurs d'entreprise, la Banque Publique d'Investissement - BPI- réalise des « dossiers projecteurs » et des fiches métiers.

Vous trouverez ci-dessous une synthèse des données BPI et pour retrouver toutes les informations concernant le métier d'influenceur le site de BPI Création, [cliquez ici](#) ↗

Caractéristiques et conditions d'exercice de l'activité



> Nature de l'activité

C'est une activité commerciale.

> Influenceur, c'est-à-dire ?

En France, la loi du 9 juin 2023 encadre l'influence commerciale et lutte contre ses dérives sur les réseaux sociaux. Son article 1^{er} définit le métier :

« Les personnes physiques ou morales qui, à titre onéreux, mobilisent leur notoriété auprès de leur audience pour communiquer au public par voie électronique des contenus visant à faire la promotion, directement ou indirectement, de biens, de services ou d'une cause quelconque exercent l'activité d'influence commerciale par voie électronique. »

Ses principales missions :

- Créer du contenu : photos, vidéos, textes, etc.
- Collaborer avec des marques en participant à des campagnes publicitaires ; tester et promouvoir des produits ou des services
- Interagir avec sa communauté d'abonnés: répondre aux commentaires, aux messages et maintenir une relation de proximité

> Différentes catégories d'influenceurs selon le nombre d'abonnés :

- Nano-influenceurs : Moins de 10 000
- Micro-influenceurs : Entre 10 000 et 100 000
- Macro-influenceurs : Entre 100 000 et 1 million
- Méga-influenceurs : Plus d'un million

> Quelles compétences ?

- Maîtriser les réseaux sociaux, notamment comprendre les algorithmes et les tendances
- Avoir des compétences en photographie, vidéo, écriture, etc.

- Interagir avec la communauté : Être authentique et accessible

› Quelles activités sont interdites ? Pas de promotion direct ou indirecte...

- Des actes, des procédés, des techniques et des méthodes à visée esthétique pouvant présenter des risques pour la santé
- De produits, d'actes, de procédés, de techniques et de méthodes non thérapeutiques présentés comme comparables, préférables ou substituables à des actes, des protocoles ou des prescriptions thérapeutiques
- Des produits considérés comme produits de nicotine pouvant être consommés et composés, même partiellement, de nicotine
- impliquant des animaux n'appartenant pas à la liste mentionnée au I de l' [article L. 413-1 A du code de l'environnement](#) ↗
- De certains produits et services financiers
- En faveur d'abonnements à des conseils ou à des pronostics sportifs
- Des jeux d'argent et de hasard

Retrouvez le détail sur [legifrance.gouv.fr](https://legifrance.gouv.fr/loi/n2023-451/du-9-juin-2023) : [loi n°2023-451 du 9 juin 2023](https://legifrance.gouv.fr/loi/n2023-451/du-9-juin-2023) ↗

› **Revenus des influenceurs**

Les influenceurs peuvent générer des revenus via :

- Publications sponsorisées : contenu payé par des marques
- Affiliation : gagner des commissions sur les ventes générées via des liens affilié
- Vente de produits et services : créer et vendre leurs propres produits ou services
- Publicités sur les plateformes : revenus générés par les vues et les clics sur les publicités

Quelques aspects réglementaires du métier d'influenceur



› **Information de l'existence d'une intention commerciale**

L'influenceur doit indiquer de façon claire, lisible et compréhensible son intention commerciale.

Il peut utiliser les mentions suivantes : publicité ou collaboration commerciale ou une mention équivalente.

› **Informations relatives à l'utilisation de l'intelligence artificielle pour créer ou retoucher des images**

Quel que soit le procédé utilisé, l'influenceur devra indiquer : image retouchée ou image virtuelle.

Là encore, ces mentions doivent être claires, lisibles et compréhensibles quel que soit le support utilisé.

› **Informations relatives aux actions de formation professionnelle**

L'influenceur doit fournir des informations détaillées sur les conditions d'accès à la formation, l'éligibilité, les engagements et les modalités de financement, l'identité du ou des organismes de formation.

Par ailleurs, il doit s'assurer que les formations sont reconnues et respectent les



Attention ! La loi interdit toute vente ou offre promotionnelle d'un produit ou toute rétribution en échange d'une inscription à des actions éligibles au compte personnel de formation (Loi, art. 4 ; Code du travail, art. L 6323-6 modifié)

› **Informations relatives à la commercialisation de produits**

L'influenceur dont l'activité est limitée à la seule commercialisation de produits et qui ne prend pas en charge leur livraison (assurée par le fournisseur), est responsable vis à vis de l'acheteur.

Les informations prévues à l'article [L 221-5](#) du code de la consommation doivent être communiquées à l'acheteur. Tout en précisant l'identité du fournisseur, la disponibilité du produit et de sa conformité (pas de contrefaçon, pas de produit dangereux).

› **Relations contractuelles entre influenceur, agent d'influenceur et annonceur**

Tout contrat entre un influenceur et une marque ou un agent doit être formalisé par écrit. Il doit préciser les modalités de la collaboration, les obligations de chaque partie, et les conditions de rémunération.

En cas de manquement à cette obligation légale, ils peuvent être tenus responsables solidairement.

D'ailleurs, un influenceur doit souscrire une assurance en responsabilité civile professionnelle pour couvrir les risques liés à leur activité.

› **Respecter le règlement général sur la protection des données (RGPD)**

L'influenceur doit respecter le droit à l'image, la protection de la vie privée et doit obtenir le consentement de ses abonnés avant de collecter leurs données.

Leur gestion doit être consignée dans un registre de protection des données.

Il doit informer ses abonnés de la façon dont seront utilisées leurs données, leur permettre de demander l'accès à ces informations et de les rectifier, voire de demander leur suppression.

Enfin, Il doit supprimer les données personnelles après la fin de leur durée légale de conservation (variable en fonction de la finalité de leur collecte) ou au-delà de 3 ans s'il n'y a pas eu de contact avec son abonné.