

CADRE JURIDIQUE DES INFLUENCEURS

Quel encadrement pour
les pratiques commerciales ?

La DGCCRF* a constaté que plusieurs influenceurs étaient à l'origine de pratiques commerciales trompeuses, notamment dans le domaine de la médecine esthétique et des produits de santé.

Les influenceurs se sont notamment vus enjoindre, entre autres de cesser :



L'absence
de **transparence**
Sur le **caractère**
promotionnel d'une
publication

De ne pas mentionner le **caractère publicitaire** des publications pour lesquelles l'influenceur a été rémunéré ou a reçu une contrepartie d'un annonceur.

De faire la **promotion d'actes de médecine esthétique** consistant notamment en des prestations d'injections d'acide hyaluronique ou de botox réalisées, qui plus est, par des praticiens non- médecins.

La promotion de
produits/services
non autorisés

La **tromperie**
des **consommateurs**
sur les propriétés
des produits

Toute **allégation de propriétés et résultats attendus non démontrés** ou justifiés par des éléments probants, vérifiables et disponibles sur des produits cosmétiques.



▶ VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Inscrivez-vous à notre prochaine formation sur la communication digitale en santé le 24 octobre.

Pour plus d'information, rendez-vous en description.