

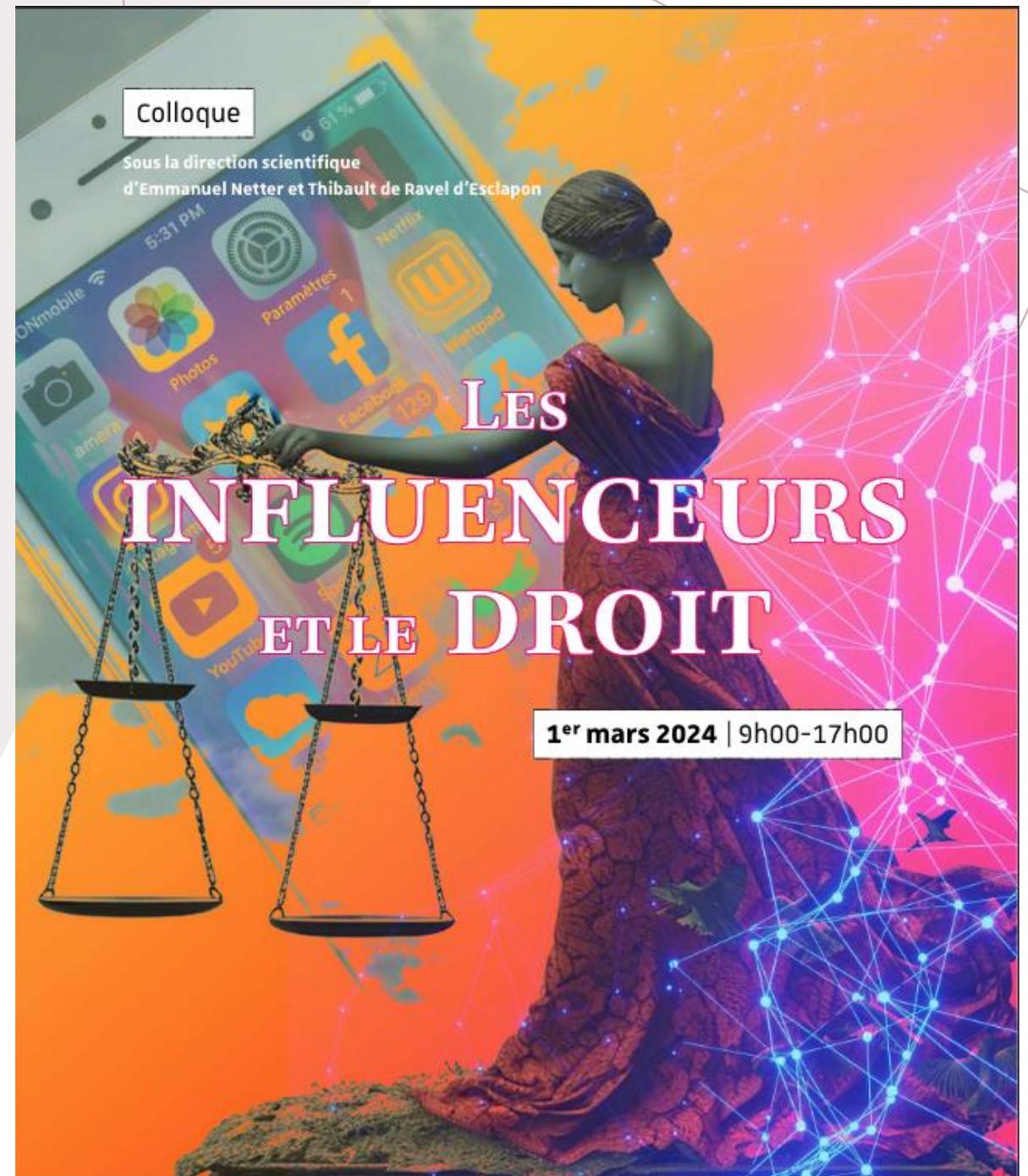
LA LOI SUR L'INFLUENCE COMMERCIALE



EMMANUEL NETTER

PROFESSEUR DE DROIT PRIVÉ
UNIVERSITÉ DE STRASBOURG

Les influenceurs et le droit - Strasbourg - 1er mars 2024





INTRODUCTION

- Un canal publicitaire efficace ?
- De mauvaises pratiques

DÉFINITION DE L'INFLUENCE COMMERCIALE

- Caractère onéreux
- Notoriété
- Objet de la promotion



DISPOSITIONS RELATIVES À LA PROMOTION DE BIENS ET SERVICES

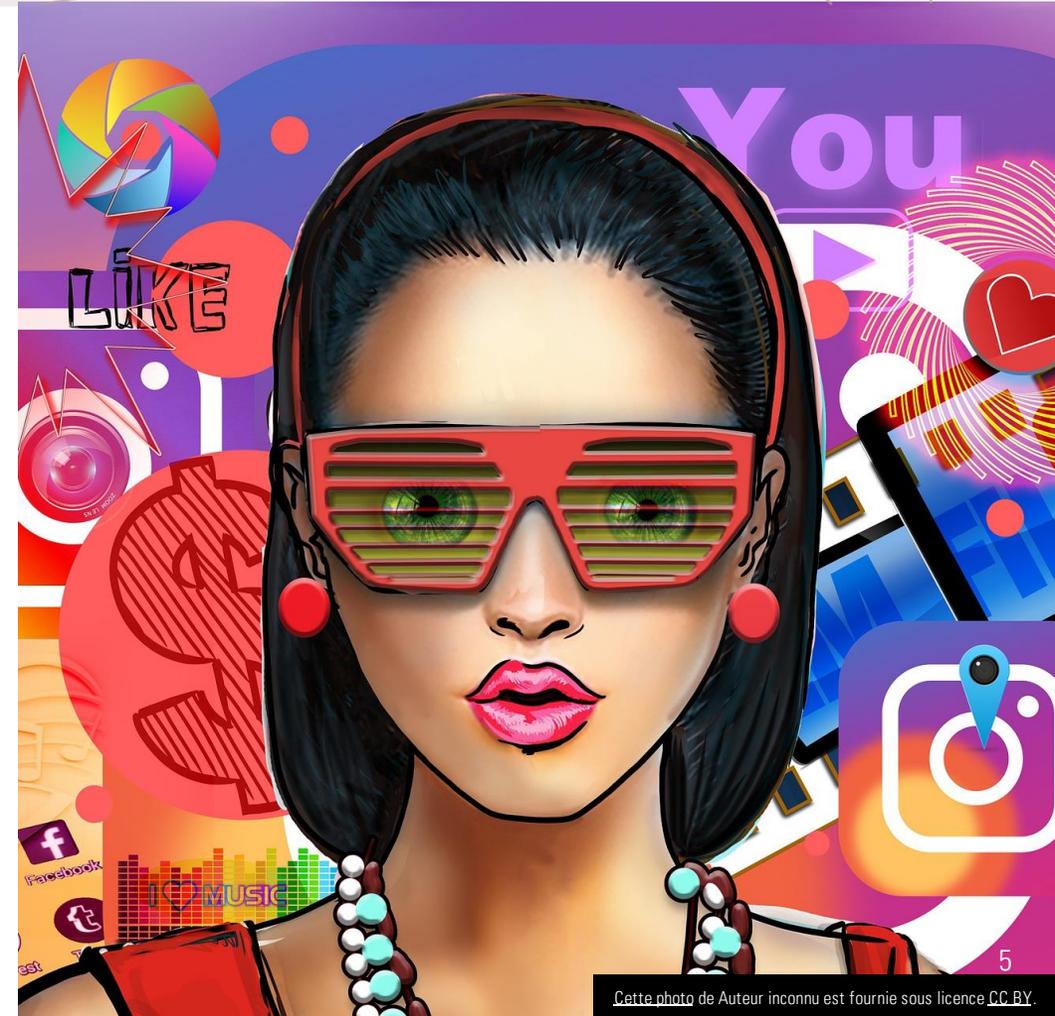
- Transposition des règles relatives à la publicité en ligne (art. 3)
- Promotions prohibées (art. 4)
- Obligations d'information (art. 5)
- Dropshipping (art. 6)



Cette photo de Auteur inconnu est fournie sous licence [CC BY-NC-ND](#).

REPRÉSENTATION DES INFLUENCEURS

- Définition des agents (art. 7)
- Régime des agents (art. 8)
- "Forme de représentation légale" (art. 9)



*"JOUONS
AVEC LE DSA"*

(ART. 10-12)



BILAN : LE DÉCLIN DU DROIT COMMUN





*MERCI POUR VOTRE
ATTENTION*

www.enetter.fr

page « contact »