

Influenceurs et vin : attention aux risques

Découvrez les récentes décisions de la DGCCRF et les bonnes pratiques à adopter pour une collaboration réussie et légale.

Le recours aux influenceurs pour dynamiser la communication et promouvoir des produits est de plus en plus courant. Le secteur viticole n'échappe pas à cette tendance. Si cette pratique est attractive, elle nécessite une grande rigueur pour respecter les réglementations en vigueur.

Les décisions récentes de la DGCCRF

En 2023, le tribunal judiciaire de Paris dans sa décision META a exigé le retrait de contenus sur les réseaux sociaux en raison de leur non-respect des thèmes définis par la loi Evin et pour l'absence du message sanitaire. Ces contenus proposaient aux utilisateurs des réseaux sociaux des contenus promotionnels incitatifs selon la juridiction. Aussi, chaque utilisation des réseaux sociaux pour la promotion des boissons alcoolisées doit être respectueuse des thèmes autorisés et apposer le message sanitaire.

Vigilance avec les influenceurs

Les récentes condamnations soulignent les risques de communication via les influenceurs. En mars 2024, le tribunal correctionnel de Paris a rendu trois décisions importantes. Parmi elles, la condamnation avec sursis de l'influenceuse Anna Rvr et du groupe de négoce Gérard Bertrand pour une campagne publicitaire illégale. Le jugement rappelle que le « délit de publicité illicite pour une boisson alcoolisée » constitue une « atteinte à l'ordre public économique et à la santé publique ».

Lors d'un recours à un influenceur, il convient d'être encore plus vigilant. A minima, il est nécessaire de transmettre à l'influenceur des lignes directrices sur le contenu du message souhaité afin d'encadrer la communication. Dans cette optique, il est recommandé de recourir à un influenceur professionnel. De plus, l'influenceur tire un profit de son action et il doit alors déclarer les revenus issus de l'influence. Il doit égale-

ment respecter le droit de la consommation : le consommateur doit être informé qu'il s'agit d'une publicité ou d'un contenu sponsorisé. Enfin, l'influence pour une boisson alcoolisée doit respecter les thèmes autorisés et apposer le message sanitaire. Attention, l'absence de contrepartie monétaire ne signifie pas qu'il est possible de déroger à ces règles.

Importance d'un contrat écrit

Afin de s'assurer que le contenu produit soit conforme au contenu souhaité ainsi qu'aux différentes réglementations entourant l'influence, le service juridique du Syndicat vous recommande de mettre en place un contrat écrit lors d'un recours à un influenceur.

Le recours aux influenceurs dans le domaine viticole peut être un outil puissant pour promouvoir ses produits. Toutefois, il est essentiel de respecter les réglementations en vigueur et de bien encadrer cette pratique pour éviter les sanctions. Un contrat écrit et des directives claires sont indispensables pour garantir une communication efficace et conforme aux lois.

Léa Tixier