Les mineurs face aux contenus en ligne

Pierre Xavier CHOMIAC

Sas, PCS Avocat
Avocat spécialisé en droit des NTIC,
Chargé d'enseignement à la Faculté Libre de Droit & Gaming Campus

Les nouvelles technologies de l'information et la communication, notamment sous la forme des plateformes de contenus en ligne et réseaux sociaux, occupent désormais une place colossale et durable dans notre société. Notre adaptation à ces outils et contenus numériques consommés massivement soulève la question légitime de leur impact dans notre quotidien. Parmi ces contenus, la démocratisation et la diversification de l'offre d'outils de diffusion en ligne a permis l'essor d'une diffusion de masse à travers les plateformes telles YouTube, Tiktok, Snapchat ou Twitch.

Leur présence et participation quasi-continues à la mise en ligne d'informations a mis en lumière l'apparition d'une nouvelle forme d'activité professionnalisée dans la création et la diffusion de contenus en ligne : les influenceurs. Cette activité consiste synthétiquement dans la diffusion de contenus publiés au sein de réseaux sociaux, touchant des communautés d'internautes – et de consommateurs – très importantes, impliquant des actes potentiellement promotionnels et publicitaires[1]. Désireux d'atteindre une nouvelle génération habituée aux écrans, de nombreux contenus aujourd'hui sont spécifiquement dédiés aux mineurs : publiant jusqu'à plusieurs vidéos par jour, certaines chaînes de contenus animés par de jeunes ou de très jeunes enfants permettent de visionner leur quotidien, des moments familiaux, des activités de loisirs, défis ou tutoriels ou encore des *unboxing* – déballage, dégustation et présentation de jouets, bonbons et autres produits destinés à leurs contemporains.

[1] ARPPP, la Lettre d'Information de l'Autodiscipline Publicitaire, déc. 2017, n° 14 ; T. Girard-Gaymard, « Les influenceurs et le droit », D. 2020. 92 ; M. Soncin, « Travailler avec des influenceurs voyage », JT n° 211, 2018, p. 26 ; M. Rousseaux, « Réflexions sur l'enfant influenceur à l'aune de la loi du 19 octobre 2020 », AJ Famille 2020 p. 583 ; Sur les influenceurs mineurs voir : C. Balleys, « Comment les adolescents construisent leur identité avec Youtube et les médias sociaux », *Nectart* n° 6, 2018, p. 124 ; S. Zeghni, « Tourisme et territoire-Marketing – La monétisation des réseaux sociaux », JT 2018, n° 213, p. 40.

Face aux écrans, les enfants peuvent adopter un statut de spectateur et de consommateur de contenus proposés par les différents services et plateformes (1). Cependant, de manière alternative mais sans doute cumulée, les enfants peuvent également devenir acteur de la création de contenus audiovisuels à travers le statut controversé d'enfant influenceur (2).

1 Les enfants, spectateurs de contenus en ligne

Les création et diffusion de contenus en ligne se démarquent par un encadrement législatif rattaché à de nombreux domaines juridiques différents et dont l'application peut se révéler complexe (1.1). En matière de mineurs, le législateur a par ailleurs détaillé des obligations spécifiques et renforcées pour les créateurs et diffuseurs de contenus (1.2).

1.1 Une diffusion de contenus largement encadrée

1.1.1 Variété de régimes applicables.

Le droit français encadrant la communication a opéré au fil des évolutions technologiques des distinctions aboutissant aujourd'hui à une variété de régimes juridiques potentiellement complémentaires pour encadrer la création de contenus numériques. Plusieurs critères portant sur le type, la destination et le support de diffusion permettent d'envisager les différentes dispositions législatives applicables : communication au public audiovisuelle[2] et cinématographique[3], en ligne[4], correspondance privée[5], contenus promotionnels et publicitaires[6], exploitation de données à caractère personnel[7], propriété intellectuelle de contenus dématérialisés, etc.

1.1.2 Mélanges & zones grises.

La diversité des contenus et des moyens technologiques de diffusion a complexifié la qualification de certaines publications et leur rattachement à un régime juridique unique. C'est le cas par exemple de certaines plateformes d'hébergements de contenus audiovisuels ou encore des publications sur les réseaux sociaux. La publication de contenus sur Internet peut ainsi être alternativement qualifiée de communication au public en ligne ou une communication audiovisuelle notamment lorsqu'il s'agit d'un service de média à la demande[8]. De même, l'application du secret des correspon-

[2] Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (Loi Léotard).

[3] Le Code du cinéma et de l'image animée complète les dispositions de la loi de 1986 pour encadrer l'exploitation d'une production cinématographique.

[4] Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique.

[5] Notamment l'article 9 du Code civil et l'article 8 de la Convention européenne des droits de l'homme relatifs à la protection de la vie privée mais également le Code pénal (226-15 et 432-9) et le Code des postes et des communications électroniques (L.34-1 à L.34-6) selon le principe du secret des correspondances.

[6] Encadré par un régime bienveillant restreint principalement par des considérations tenant à la protection des consommateurs, de la santé publique ou de l'environnement, de l'ordre public et au respect de la vie privée.

[7] La correspondance privée est une composante du respect de la vie privée et bénéficie à ce titre de garanties légales et constitutionnelles considérables notamment le règlement UE 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données dit « RGPD ».

[8] Introduit par la directive 2007/65/CE « Services de Médias Audiovisuels » (SMA) transposée en France par la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision. Sont principalement concernés les services dits de « rattrapage » de médias.

Published in : BEDDIAR, Nadia (dir.), *Les jeunes face au numérique*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813004604, doi : 10.17184/eac.9782813004604

dances aux courriers électroniques ou publications sur certains réseaux sociaux fait l'objet d'une riche jurisprudence. Un rapport du CSA datant de 2018 a également formulé le souhait d'étendre ses compétences non plus aux seuls services de communication audiovisuelle mais également aux services de streaming et les réseaux sociaux. La précision dans l'identification du contenu et son moyen de diffusion s'avère dès lors primordial pour déterminer les règles applicables et les responsabilités qui en découlent.

1.1.3 Obligations des créateurs.

Sont qualifiés d'éditrices de contenus au sens de la loi les personnes produisant et mettant à disposition du public toute forme de contenu : textes, images, musiques, sons, vidéos, programmes, applications, sites Internet, etc. Les droits associés à leur publication imposent une conciliation entre les droits et devoirs relevant notamment de la liberté de communication, le droit de la presse, la vie privée, le droit des données personnelles ou encore le droit de la propriété intellectuelle. Il est à noter sur ce point une relative bienveillance des juridictions quant aux publications issues de diffuseurs amateurs par opposition aux contenus professionnalisés et assimilables aux productions des groupes de télévision[9].

1.1.4 Responsabilité limitée des plateformes.

YouTube, Twitch, Tiktok et autres formes de plateformes d'hébergement de contenus en ligne constituent légalement des prestataires techniques au sens de la LCEN[10]. Contrairement aux éditeurs de services, les prestataires techniques bénéficient d'une responsabilité civile et/ou pénale limitée. En effet, cette dernière ne peut être engagée que dans le cas où la plateforme, ayant connaissance[11] de l'existence d'un contenu manifestement illicite, ne procède pas à sa suppression dans un délai raisonnable.

Par ailleurs, plusieurs dispositions législatives spécifiques prévoient des obligations distinctes aux plateformes. Les hébergeurs de contenus sont ainsi tenus de participer activement à la lutte contre certaines pratiques[12] notamment les atteintes à l'ordre public, plusieurs infractions en bande organisée, à caractère criminel ou terroriste, la pornographie enfantine ou la violation de la propriété intellectuelle. Sans consacrer une obligation générale de surveillance de l'Internet, les hébergeurs doivent également proposer une collaboration technique par le biais de différentes actions : information, outils de signalement et blocage des accès aux contenus illicites, conservation des données d'identification et de connexion, etc.

[9] Référence à la décision du CSA sur la chaîne YouTube « Les Recettes Pompettes », voir CSA, Décision du 3 novembre 2016 : Service « Les Recettes Pompettes by Poulpe » sur YouTube : qualification et mise en garde de l'éditeur ; Philippe Mouron. …Et donc une chaîne YouTube est soumise aux pouvoirs de régulation du CSA, Revue Lamy Droit de l'immatériel, Lamy (imprimé) / Wolters Kluwer édition électronique 2017, p. 8-11. hal-01487225v2.

[10] Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique dite « LCEN ».

[11] Cette connaissance sera établie par le biais d'une notification ou signalement de son existence dans le respect du formalisme de l'article 6, I, 3° LCEN.

[12] Loi n° 2004-575, 21 juin 2004 LCEN, art. 6-I, 7°, al. 3 et 5.

Published in : BEDDIAR, Nadia (dir.), *Les jeunes face au numérique*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813004604, doi : 10.17184/eac.9782813004604

1.2 La protection des mineurs sur Internet spécifiée

Devant la multiplication des outils et services en ligne proposés, le principe sociétal de protection des mineurs a trouvé un nouveau terrain numérique. Les derniers réseaux sociaux et plateformes telles que TikTok ou Twitch permettent aujourd'hui aux nouvelles générations d'être exposées à des contenus tendancieux – narcissiques ou hypersexualisés – ou d'être victimes de harcèlement par des congénères ou des prédateurs sexuels.

De nombreuses réglementations[13] sont venues compléter le dispositif actuel imposant une protection accrue des mineurs dans leur utilisation des services numériques. Les efforts se focalisent en premier lieu sur une réponse pénale dissuasive ainsi qu'une politique d'information et de prévention.

1.2.1 Dissuasion pénale.

De fait, certains contenus en ligne sont considérés comme « préjudiciables » lorsqu'ils sont mis à la disposition des mineurs – « pornographiques[14] », « violents », « racistes » ou susceptibles de porter atteinte à la dignité humaine. Ils font l'objet d'une répression pénale très stricte alliant des infractions spécifiques ou en renforçant les peines prévues par le Code pénal lorsque des crimes et délits sont réalisés grâce à un réseau de télécommunications[15]. En conséquence, les créateurs de contenus en ligne doivent être particulièrement vigilants aux moyens mis en place pour l'accès à leurs contenus.

1.2.2 Prévention.

Encourageant la co-régulation du secteur, une majorité d'acteurs doivent participer à la sensibilisation des droits et devoirs liés à l'utilisation d'Internet et des réseaux sociaux. Sont notamment concernés les fournisseurs d'accès, prestataires informatiques, enseignants[16], parents et détenteurs de l'autorité parentale, etc. Comme évoqué précédemment, les fournisseurs d'accès et les prestataires techniques doivent collaborer avec les pouvoirs publics pour la protection des mineurs lorsque ces derniers ont connaissance de contenus préjudiciables. Dans ce contexte mêlant obligation d'information et protection des mineurs, les éditeurs de jeux vidéo[17] ont par exemple adopté un système paneuropéen de classification des jeux vidéo développé en 2003, fondé sur

[13] Notamment la loi du 17 juin 1998 relative à la prévention et à la répression des infractions sexuelles ainsi qu'à la protection des mineurs, la loi du 4 avril 2006 renforçant la prévention et la répression des violences au sein du couple ou commises contre les mineurs et la loi du 5 mars 2007 relative à la prévention de la délinquance.

[14] La lutte contre la pédopornographie sur Internet a imposé aux pouvoirs publics de prendre des mesures strictes et constitue une protection de plus pour les mineurs. Une décision cadre 2004/68/JAI relative à la lutte contre l'exploitation sexuelle des enfants et la pédopornographie du 22 décembre 2003 introduit un cadre de dispositions communes en matière d'incriminations, de sanctions, de circonstances aggravantes, d'assistance aux victimes et de compétences. Cette décision-cadre vise notamment à rapprocher les dispositions législatives et réglementaires des États membres en ce qui concerne la coopération policière et judiciaire en matière pénale, en vue de lutter contre l'exploitation sexuelle des enfants et la pédopornographie.

[15] Notamment les infractions de corruption de mineur (art 227-22 et 227-22-1, C. pén.), diffusion de contenus pédopornographiques (art. 227-23 et 227-24 C. pén.).

[16] Loi n° 2013-595 du 8 juillet 2013 d'orientation et de programmation pour la refondation de l'école de la République.

[17] Notamment le décret n° 96-360 du 23 avril 1996 relatif aux mises en garde concernant les jeux vidéo.

Published in : BEDDIAR, Nadia (dir.), *Les jeunes face au numérique*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813004604, doi : 10.17184/eac.9782813004604

des catégories d'âge et sur la précision de certains contenus proposés dans les jeux vidéo[18].

1.2.3 Données personnelles des mineurs.

Enfin, il apparaît important de mentionner l'exploitation des données personnelles collectées comme source de revenus par les plateformes portant aussi bien sur des informations que sur les images publiées des mineurs. Depuis l'application du récent Règlement général pour la Protection des données (RGDP) en mai 2018, le consentement des mineurs à la collecte de leurs données ne peut être valablement recueilli que lorsque ceux-ci sont âgés de seize ans et plus[19]. Plusieurs acteurs ont mis en place des procédures cherchant à garantir une bonne foi dans leur mise en conformité usant alternativement de mesures de contrôles avec une double authentification ou des recommandations spécialement adressées aux mineurs.

2 Les enfants, créateurs de contenus en ligne

Les enjeux financiers considérables accessibles à travers l'utilisation ou l'exploitation d'enfants mineurs au sein de contenus audiovisuels ont encouragé les pouvoirs publics à se mobiliser aux fins de protection des enfants concernés. Un statut juridique aux enfants influenceurs a *in fine* légalement été consacré (2.1) tandis que les responsabilités des personnes les exploitant ont été détaillées (2.2).

2.1 Un statut juridique pour les mineurs exploités

2.1.1 Pratiques.

Historiquement tournés vers les artistes, mannequins et/ou sportifs, les annonceurs et agences de marketing digitales exploitent désormais également la notoriété des influenceurs[20] dont les mineurs pour la promotion de produits et services (Carrié, 2019, p. 83). Véritables animateurs de la vidéo âgés entre six et douze ans, ces derniers sont généralement produits et guidés par leurs parents, frères, sœurs ou autres membres de leur famille. Leurs publications sont susceptibles de toucher un cœur de cible publicitaire très convoité : les enfants. Déterminés à exploiter l'audimat que réussit à provoquer l'utilisation de mineurs dans les vidéos, des parents producteurs de contenus ont pu ainsi tirer des revenus publicitaires considérables, certaines pratiques ayant même conduit à des sanctions pénales[21].

[18] Notamment la présence de crime, violence, incitation à l'usage, détention ou au trafic de stupéfiants, incitation à la consommation excessive d'alcool, discrimination ou haine contre une personne déterminée ou un groupe de personnes ; Art. 32 de la loi n° 98-468 du 17 juin 1998 ; Loi n° 2015-177 du 16 février 2015 relative à la modernisation et à la simplification du droit et des procédures dans les domaines de la justice et des affaires intérieures modifiant les articles 32 et 33 de la loi n° 98-468 du 17 juin 1998 relative à la prévention et à la répression des infractions sexuelles, ainsi qu'à la protection des mineurs.

[19] RGPD, Cons 38 : « [les enfants] méritent une protection spécifique en ce qui concerne leurs données à caractère personnel parce qu'ils peuvent être moins conscients des risques, des conséquences et des garanties concernées et de leurs droits liés au traitement des données à caractère personnel ».

[20] « Facebook a atteint 1,7 milliard d'utilisateurs actifs en 2019, Instagram 800 millions, Snapchat/Twitter autour de 300 millions. En France, on compte 38 millions d'utilisateurs actifs avec 1h22 de connexion en moyenne par jour », *cf.* F. Honorat, Les influenceurs, nouveaux porte-paroles des marques : contrats, obligations et statut, Légipresse 2020, p. 131.

[21] Deux parents américains publiant de nombreuses vidéos ayant pour objet des canulars sinistres perpétrés sur leurs enfants ont été condamnés en septembre 2017 au retrait de la garde de leurs deux derniers enfants et à cinq ans de mise à l'épreuve pour négligence envers leurs enfants et l'interdiction de poster

Published in : BEDDIAR, Nadia (dir.), *Les jeunes face au numérique*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813004604, doi : 10.17184/eac.9782813004604

2.1.2 Vide juridique.

L'utilisation grandissante et professionnalisante des enfants au sein de contenus numériques a immanquablement soulevé la question de leur statut potentiel de travailleur. Encadré de manière exceptionnelle et très stricte[22], le Code du travail ne l'admet qu'aux seuls enfants travaillant dans l'industrie du divertissement (Sereno, 2021). Cependant, les textes n'ont jamais prévu l'encadrement du travail sur Internet, *a fortiori* pour les enfants, générant un vide juridique relative aux pratiques des enfants influenceurs[23], même si une potentielle requalification des pratiques notamment en activité de mannequinat par le juge a pu être envisagée[24], voire une qualification pénale[25].

2.1.3 Encadrement.

À la demande de nombreux acteurs du secteur s'inquiétant de ces pratiques jugées illicites et dangereuses pour les enfants (Corpart, 2020) – effets psychologiques, risques de cyberharcèlement et pédopornographie (Studer, 2020), primauté de la création de valeur financière avant l'intérêt de l'enfant, etc., le législateur a étendu le régime d'autorisation du travail des enfants défini par les articles 7124 et suivants du Code du travail[26]. Après les enfants mannequins, acteurs, forains et plus récemment les joueurs esportifs[27], c'est désormais également les influenceurs mineurs qui seront protégés par le Code du travail. L'activité visée porte sur la réalisation d'enregistrements audiovisuels, diffusés à titre lucratif[28] sur des services de plateforme de partage de vidéos[29] dont le sujet principal est un enfant de moins de seize ans.

La loi du 19 octobre 2020[30], dont l'application a été reportée au 20 avril 2021, propose en réalité un double encadrement selon que l'activité de l'enfant est de nature à

de nouvelles vidéos ; V. C. Lamy, Les YouTubers qui maltraitaient leur enfant mis à l'épreuve pendant cinq ans, Le Monde, 13.09.2017, http://abonnes.lemonde.fr/pixels/article/2017/09/13/les-youtubeurs-qui-maltraitaient-leurs-enfants-mis-a-l-epreuve-pendant-cinq-ans_5185089_4408996.html; P. Signoret, « C'est juste un canular, frère » : sur YouTube, les dérapages parentaux font rage, 30.04.2017, L'express, http://lexpansion.lexpress.fr/high-tech/c-est-juste-un-canular-frere-sur-youtube-les-derapages-parentaux-font-rage_1903754.html

[22] C. travail, art. L. 7124-1 à L7124-35 ; art. R. 7124-1 à R. 7124-38.

[23] Voir notamment L. Carrié, « Enfant influenceur : le contrôle parental sous contrôle de l'administration, du juge, des plateformes de partage de vidéos, du CSA …et de l'enfant », Légipresse 2020, p. 691.

[24] Défini comme celui qui présente au public, directement ou indirectement par reproduction de son image sur tout support visuel ou audiovisuel, un produit, un service ou un message publicitaire, le mannequin est présumé être un salarié d'un point de vue juridique et fiscal ; Sur ce point : J. Huet et P.-X. Chomiac de Sas, « Les vidéos de YouTube et les dangers de l'utilisation de mineurs », Comm. com. électr. 2018, étude 9.

[25] La qualification d'emploi dissimulé (C. travail, art. L. 8221-1 et suivant), l'abus de faiblesse de mineurs (C. pénal, art. 223-15-2.), la mise en péril de mineur effectué en compromettant sa santé, sa moralité ou son éducation (C. pénal, art. 227-17 aggravées par les articles 131-38 et 131-39 en matière de personnes morales.) à travers le contenu des vidéos proposées, sont autant d'infractions exposant leurs auteurs à des peines pouvant aller jusqu'à 10 ans d'emprisonnement et 300 000 euros d'amendes.

[26] Chapitre IV du titre II de la septième partie intitulé « Enfants dans le spectacle, les professions ambulantes, la publicité et la mode ».

[27] L'article L7124-1 du Code du travail avait déjà connu une mise à jour en 2016 intégrant la pratique professionnalisée de compétitions de jeux vidéo ou « esport ».

[28] Au sens de l'article L8221-4 du Code du travail.

[29] Le régime alternatif n'impliquant pas d'employeur étend son application à l'ensemble des services de diffusions « quels qu'en soient leur mode de communication au public ».

[30] Loi n° 2020-1266 du 19 octobre 2020 visant à encadrer l'exploitation commerciale de l'image d'enfants de moins de seize ans sur les plateformes en ligne

Published in : BEDDIAR, Nadia (dir.), *Les jeunes face au numérique*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813004604, doi : 10.17184/eac.9782813004604

s'inscrire ou non dans le cadre du droit du travail[31]. Cette décision permet de couvrir ainsi la difficile question de l'existence d'un travail subordonné par ses parents dans l'exercice de leur autorité parentale[32].

2.2 Une responsabilité pour les majeurs exploitants

2.2.1 Protection des enfants influenceurs.

Fort de ce nouvel encadrement législatif, le régime de droit du travail pour les enfants influenceurs de moins de seize ans apparaît en pratique similaire à celui de mannequin tandis que le régime alternatif comprend de nombreuses obligations similaires aux enfants du spectacle. L'autonomie décisionnelle du mineur influenceur pour son emploi est accrue, ce dernier nécessitant un avis favorable écrit du mineur de plus de 13 ans.

Il demeure cependant des réserves sur ce texte, eu égard notamment à son cantonnement à l'encadrement de la simple activité d'influence sans porter une protection plus globale du droit à l'image de l'enfant[33] ; de même, le statut des « enfants influenceurs par ricochet », non sujet principal d'un contenu diffusé[34] n'apparaîtrait pas protégé par les nouvelles dispositions.

2.2.2 Contrôle des bénéficiaires.

Dans la continuité de la protection de l'enfance devant les enjeux économiques associés à leur utilisation, le régime actuel complète les droits concédés aux enfants par un contrôle accru des principaux bénéficiaires de l'exploitation des enfants influenceurs. En premier lieu, les parents sont tenus au respect de nombreuses autorisations et déclarations auprès des administrations compétentes[35] concernant les conditions d'exercice des enfants et selon certains seuils. Par ailleurs, un contrôle spécifique est porté sur les revenus perçus par les enfants dont une partie est placée à la Caisse des dépôts et consignations jusqu'à la majorité. Il importe enfin de rappeler que la responsabilité des parents dépasse le simple cadre du droit du travail. En effet, en tant que producteur des diffusions, il leur revient de respecter l'ensemble des obligations précédemment évoquées portant sur les créateurs de contenus (Carrié, 2020, p. 691).

La loi du 19 octobre 2020 mentionne également une responsabilité des annonceurs participant à l'opération de marketing impliquant les mineurs ; ces derniers sont tenus de faire appliquer le transfert des sommes perçues à l'autorité de séquestre, sous peine d'amende.

[31] À une activité principale serait opposée des actions plus irrégulières telle la participation à des spots publicitaires ou shooting photos intérimaires.

[32] Art. 371-1 C. civ. Voir G. Loiseau, Commentaire Plateformes de partage de vidéos LexisNexis, CCE n° 2 février 2021 ; Y. Tanguy, Les enfants dans les chaînes YouTube : simple « loisir privé » posté sur le Web ou travail illégal ?, LCI, 16.09.2017, https://www.tf1info.fr/societe/enfants-video-youtube-studio-bubble-teales-swan-the-voice-demo-jouets-travail-illegal-loisir-prive-web-2064120.html.

[33] L'enfant mineur bénéficie d'un droit à l'image, composante du droit à la vie privée reconnu à toute personne par l'art. 8 de la Conv. EDH et l'art. 9 c. civ. La Convention internationale des droits de l'enfant reconnaît également ce droit au bénéfice des enfants en son art. 16 dont l'applicabilité directe est unanime.

[34] Son rôle se limitant à celui d'un figurant récurrent dans la production d'influence, l'enfant infleunceur par ricochet n'est pas le sujet principal du contenu diffusé et serait exclu de l'encadrement prévu par la loi. Voir T. Girard-Gaymad, « Enfants youtubers » : évolution normative, Dalloz 2020, p. 2392.

[35] En l'espèce, la Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi (DIRECCTE).

Published in : BEDDIAR, Nadia (dir.), *Les jeunes face au numérique*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813004604, doi : 10.17184/eac.9782813004604

2.2.3 Autorégulation des plateformes.

En tant qu'hébergeurs de contenus et indirectement associés aux opérations des influenceurs mineurs, les plateformes tel YouTube ou Twitch devront également participer à l'information et à la sensibilisation pour ce type de pratiques, proposer les moyens de signalement de tout abus constaté par les internautes[36] ainsi que faciliter l'exercice du droit à l'oubli et contrôler des données personnelles exploitées à partir de ce type de contenus. En effet, elles devront garantir une protection renforcée pour les enfants, notamment pour que les données collectées ne puissent en aucun cas être exploitées pour un usage commercial, notamment le profilage ou la publicité ciblée sur le comportement.

Contrairement aux annonceurs et producteurs de contenus, le dispositif législatif ne prévoit pas d'autorité de contrôle spécifique au respect des obligations des plateformes, laissant une grande liberté à ces dernières. Les gages d'accès réel à l'information et les moyens d'action transmis aux enfants mineurs pour garantir l'exercice de leurs droits peuvent ainsi laisser dubitatifs.

Indirectement, leur responsabilité peut cependant être retrouvée dans les relations qu'ils développement avec les créateurs de contenus. Aux États-Unis, l'application YouTube Kids a été accusée de mélanger le divertissement et la publicité dans ses contenus de manière trompeuse et injuste, devant la « *Federal Trade Commission* » par des associations de consommateurs. L'application comprenait des vidéos classiques ainsi que des chaînes de marques de jouets et autres produits pour enfants, sans expliciter la relation entre la marque et la chaîne YouTube[37]. De nombreuses chaînes de YouTubers mineurs américains ont en conséquence modifié le format de leurs vidéos pour se conformer aux obligations de déclaration de publicité, précisant dès le début de la vidéo si son contenu présente le caractère d'une publicité[38].

Bibliographie

Carrié L. (2019), « L'influenceur digital », *Légipresse*, n ° 368, p. 83, https://dev.legipresse.com/wp-content/uploads/2019/01/LP368-FEVRIER-2019.pdf

Carrié L. (2020), « Enfant influenceur : le contrôle parental sous contrôle de l'administration, du juge, des plateformes de partage de vidéos, du CSA …et de l'enfant », *Légipresse*, n° 388, p. 691.

Corpart I. (2020), « Haro sur le travail dissimulé des enfants et leur exploitation à l'occasion de vidéos entrecoupées de publicité », *RJPF,* n° 4.

Honorat F. (2020), « Les influenceurs, nouveaux porte-paroles des marques : contrats, obligations et statut », *Légipresse*, n° 63, p. 131.

Loiseau G. (2021), « Commentaire Plateformes de partage de vidéos », *Communication Commerce électronique*, LexisNexis, CCE n° 2 février 2021.

Sereno S. (2021), « Le droit du travail à l'épreuve de l'intérêt supérieur de l'enfant », *Droit de la famille*, n° 1, LexisNexis.

[36] Art. 4, loi du 19 octobre 2020.

[37] J. El Hassani, YouTube Kids accusé d'héberger des publicités dissimulées, Le Figaro.fr, 07.04.2015, http://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2015/04/07/32001-20150407ARTFIG00213-youtube-kids-accuse-d-heberger-des-publicites-dissimulees.php

[38] Dans la description et au début de la video, « *This is an ad for Osmo* », https://www.youtube.com/watch?v=uXCeHvXyLRI.

Published in : BEDDIAR, Nadia (dir.), *Les jeunes face au numérique*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813004604, doi : 10.17184/eac.9782813004604

Studer B (2020), *Exploitation de l'image d'enfants sur les plateformes en ligne*, Rapport d'information, Assemblée nationale, 5 février 2020, https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/dossiers/alt/exploitation_commerciale_image_enfants

Published in : BEDDIAR, Nadia (dir.), *Les jeunes face au numérique*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813004604, doi : 10.17184/eac.9782813004604