

Une association de consommateurs a déposé plainte pour « pratiques commerciales trompeuses » contre McDonald's France, après avoir repéré sur les réseaux sociaux, dont YouTube, **des partenariats qui ne disent pas leur nom avec de très jeunes influenceurs.**

L'association retrace des vidéos montrant des enfants déballant des jouets de l'enseigne ou reproduisant le restaurant à la maison et « *le tout sans mentionner l'existence d'un partenariat* ».

Ce procédé est d'autant plus scandaleux qu'il met en scène des enfants et qu'il se veut à destination de ces derniers, pourtant moins armés que les adultes tant sur la publicité que sur l'utilisation des réseaux sociaux.

Dissimuler la nature publicitaire d'un message est une pratique commerciale trompeuse et depuis 2010, les placements de produits sont proscrits dans les programmes télévisés destinés aux enfants.

Position paradoxale de McDonald's qui affiche une collaboration avec l'EU Pledge. Il s'agit d'une initiative européenne visant l'autorégulation en matière de publicité alimentaires à destination des enfants. Visiblement l'enseigne y semble moins attachée dès qu'il s'agit des réseaux sociaux.