

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

25 février 2020

---

**SOUVERAINETÉ CULTURELLE À L'ÈRE NUMÉRIQUE - (N° 2488)**

Adopté

**AMENDEMENT**

N° AC1000

présenté par

M. Bothorel, rapporteur pour avis au nom de la commission des affaires économiques

-----

**ARTICLE ADDITIONNEL****APRÈS L'ARTICLE 22, insérer l'article suivant:**

Le chapitre II de la loi n° 93-122 du 29 janvier 1993 relative à la prévention de la corruption et à la transparence de la vie économique et des procédures publiques est ainsi modifié :

1° Le dernier alinéa de l'article 23 est complété par une phrase ainsi rédigée : « Ces modalités d'application prévoient notamment les conditions dans lesquelles le vendeur d'espace publicitaire fournit à l'annonceur la liste des noms de domaine et de sous-domaine sur lesquels l'annonce a été diffusée. » ;

2° Le 1° de l'article 25 est complété par un c ainsi rédigé :

« c) Pour tout vendeur d'espace publicitaire de méconnaître les obligations prévues à l'article 23 ; ».

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Le présent amendement vise à renforcer l'efficacité des dispositifs dits « follow the money ». L'article 22 du présent projet de loi prévoit l'obligation pour toute personne en relation commerciale avec un site internet inscrit sur la « liste noire » élaborée par l'ARCOM de rendre publique l'existence de ces relations et de les mentionner dans leur rapport annuel. Or, la chaîne publicitaire, qui fait intervenir un grand nombre d'intermédiaires, est d'une telle complexité, qu'il est en réalité souvent difficile pour un annonceur de savoir sur quel site son annonce figurera in fine.

Pour remédier à cette situation et renforcer la portée opérationnelle de l'article 22, cet amendement propose de préciser et de renforcer les obligations qui incombent au vendeur d'espace publicitaire vis à vis de l'annonceur. L'article 23 de la loi n° 93-122 du 29 janvier 1993 relative à la prévention de la corruption et à la transparence de la vie économique et des procédures publiques, dite loi Sapin, prévoit que : « le vendeur d'espace publicitaire (...) rend compte directement à l'annonceur dans le mois qui suit la diffusion du message publicitaire des conditions dans lesquelles les prestations ont été effectuées ». Un décret en Conseil d'État, pris en application de l'article 131 de

la loi Macron modifiant l'article 23 de la loi Sapin, précise la nature de ces informations pour le cas particulier de la publicité digitale. Toutefois, force est de constater que ces informations sont aujourd'hui insuffisamment précises pour que l'annonceur puisse identifier clairement sur quel site se retrouvera son annonce.

Prenant acte de cette situation qui nuit à la clarté de l'information à destination de l'annonceur et donc à l'efficacité des dispositifs « follow the money », cet amendement propose dans son 1° d'obliger les vendeurs d'espace publicitaire à communiquer les noms de domaine aux annonceurs.

Le 2° de l'amendement conduit à instaurer une amende de 30 000 euros en cas de non-respect des obligations prévues à l'article 23 de la loi Sapin. Cette sanction est de nature à rendre davantage effectives les obligations qui incombent au vendeur d'espace publicitaire. Elle permettra là encore de renforcer l'efficacité des dispositifs « follow the money », afin d'assécher notamment le financement des sites contrefaisants.