

ASSEMBLÉE NATIONALE

28 octobre 2022

PLF POUR 2023 - (N° 273)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N ° II-2698

présenté par

M. Woerth, M. Marion, M. Ghomi, Mme Thevenot, M. Haury, M. Reda, M. Margueritte, M. Sorre,
Mme Piron, M. Zulesi, M. Adam, Mme Vignon, M. Gassilloud, Mme Le Feur, M. Abad,
Mme Riotton et Mme Hugues

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 43, insérer l'article suivant:****Mission « Économie »**

Dans un délai de six mois à compter de la publication de la présente loi, le Gouvernement remet au Parlement un rapport sur l'ampleur des pratiques commerciales trompeuses sur les réseaux sociaux et sur l'adéquation des moyens à mettre en place par la DGCCRF pour y faire face.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Sur Instagram, YouTube ou encore TikTok, on dénombre environ 150 000 influenceurs en France dont 10% d'entre eux sont suivis par plus d'un million de personnes. Alors que les marques peuvent déboursier jusqu'à 10 000 euros pour une vidéo promotionnelle sur leurs réseaux sociaux, certains influenceurs issus en particulier de la télé-réalité, basés en France ou à Dubaï, profitent de leur notoriété pour duper leur audience, un public souvent jeune et crédule, en réalisant des placements de produits frauduleux.

Ces deux dernières années marquent une nette accélération des pratiques commerciales trompeuses en ligne : publicité pour des produits dangereux pour la santé (cosmétiques...) ou contrefaits, « dropshipping » (vente de produits de mauvaise qualité à haut prix), publicité pour des centres de formation non qualifiés, incitations à réaliser des paris sportifs ou à investir dans des placements financiers « sans risque »...

Les fraudes émanant des réseaux sociaux ont explosé à partir de 2021 et la plus connue d'entre elles est celle pour l'activation du compte personnel de formation (CPF). Le nombre de notes transmises par TRACFIN à l'autorité judiciaire en a été multiplié par trois par rapport à 2020. Le montant total

des enjeux financiers a lui été multiplié par plus de cinq, passant de 7,8 millions d'euros à 43,2 millions.

De nombreux centres de formation malveillants ont vu dans les influenceurs et leur audience, une nouvelle manne financière. Ces derniers sont rémunérés réaliser des placements de produits pour des formations fictives mais aussi proposent des incitations aux inscriptions sous la forme de cadeaux, cartes prépayées ou commissions de parrainage. Ainsi, ont récemment fleuri des « stories » où des influenceurs promeuvent des « formations gratuites » ainsi que des smartphones ou tablettes en cadeaux de bienvenue. Pourtant, les formations financées par le CPF proviennent des cotisations patronales et ne sont en aucun cas « gratuites ». La Caisse des dépôts interdit d'ailleurs formellement l'usage du mot « gratuit » dans la promotion de formations CPF et l'activation du compte CPF ne peut en aucun cas être accompagné de cadeaux ou autres formes d'offres promotionnelles.

Au-delà du CPF, les pratiques commerciales trompeuses ont aussi gagné le secteur financier avec notamment la promotion de produits financiers instables, comme les cryptomonnaies, à un jeune public non professionnel mais aussi pour inciter à utiliser des sites de paris en ligne « totalement sans risque » ignorant alors même le principe du pari qui repose sur le hasard. En juin 2021, la plus connue des influenceuses françaises avec 8 millions d'abonnés sur Instagram, Nabilla, a été condamnée par la répression des fraudes à une amende de 20 000 euros pour avoir fait la promotion de services bousiers sur Snapchat sans indiquer qu'elle était rémunérée. Depuis décembre 2016, la loi Sapin 2 encadre pourtant la publicité auprès des particuliers sur tous les produits financiers risqué afin de protéger les consommateurs contre ces promesses faites et dont ils ne comprennent pas entièrement les enjeux en matière de risque.

Face à l'ampleur de la fraude commerciale (physique et en ligne), la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF) a créé en 2020 un site baptisé « SignalConso » permettant de signaler des anomalies rencontrées par le consommateur. Concernant les achats en ligne, 25 000 signalements liés au commerce de biens ou de services ont été enregistrés depuis 2020. Parmi eux, trois signalements par jours seraient du fait de pratiques commerciales trompeuses de la part d'un influenceur.

Aussi pour éviter que des influenceurs de la télé réalité érigés en modèles d'ascension sociale et d'enrichissement rapide continuent de duper leur audience, cet amendement vise à demander la remise d'un rapport au Parlement l'ampleur des pratiques commerciales trompeuses sur les réseaux sociaux et sur l'adéquation des moyens à mettre en place par la DGCCRF pour y faire face et protéger davantage les consommateurs.