

ASSEMBLÉE NATIONALE

31 janvier 2023

LUTTER CONTRE LES DÉRIVES DES INFLUENCEURS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX -
(N° 672)

Adopté

AMENDEMENT

N ° CE21

présenté par
M. Delaporte, rapporteur

ARTICLE UNIQUE

Substituer à l'alinéa 7 les cinq alinéas suivants :

« 2° Les services, les offres et les produits suivants :

« a) Les contrats financiers définis à l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier ;

« b) La fourniture de services sur actifs numériques au sens de l'article L. 54-10-2 du même code, à l'exception de ceux pour la fourniture desquels l'annonceur est agréé dans les conditions prévues à l'article L. 54-10-5 dudit code ;

« c) Une offre au public de jetons au sens de l'article L. 552-3 du même code, sauf lorsque l'annonceur a obtenu le visa prévu à l'article L. 552-4 dudit code ;

« d) Les placements ou les investissements entraînant des risques de pertes pour le consommateur dans un actif numérique ou, plus généralement, dans un bien incorporel fongible ou non fongible représentant sous forme numérique un ou plusieurs droits, ou un ou plusieurs biens, pouvant être émis, inscrits, conservés ou transférés au moyen d'un dispositif d'enregistrement électronique partagé et ne présentant pas les caractéristiques d'un instrument financier, à l'exception des investissements ou des placements liés à des services pour la fourniture desquels l'annonceur est agréé dans les conditions prévues au même article L. 54-10-5 du même code. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cette nouvelle rédaction permet d'interdire la publicité réalisée par les influenceurs sur un ensemble de produits et services financiers présentant des risques importants de perte pour les consommateurs. Sa rédaction est alignée sur celle de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation.

Pour mémoire, en l'état du droit, il existe actuellement deux types de restrictions de la publicité sur des instruments financiers ou des crypto-actifs :

- une interdiction vise la publicité, directe ou indirecte, diffusée par voie électronique sur certains produits (les contrats financiers les plus risqués) (1^{er} alinéa de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation).
- une interdiction visant toute publicité, directe ou indirecte, diffusée par voie électronique ayant pour objet d'inviter une personne, par le biais d'un formulaire de réponse ou de contact, à demander ou à fournir des informations complémentaires, ou à établir une relation avec l'annonceur, en vue d'obtenir son accord pour la réalisation d'une opération relative à certains autres produits (actifs numériques sauf pour les prestataires de services sur actifs numériques agréés et offre au public de jetons sauf lorsque l'annonceur a obtenu le visa).

Le présent amendement appliquerait donc ces interdictions aux influenceurs en couvrant à la fois les produits risqués déjà visés à l'article L. 222-16-1 du code de la consommation et les placements et investissements dans des actifs numériques qui ne sont pas directement liés à des services sur actifs numériques (les offres notamment de « livrets de cryptos ») mais également les NFT (jetons non fongibles).