

ASSEMBLÉE NATIONALE

27 janvier 2023

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

Rejeté

AMENDEMENT

N ° CE8

présenté par

Mme Engrand, M. Allisio, Mme Auzanot, M. Ballard, M. Barthès, M. Baubry, M. Beaurain, M. Bentz, M. Berteloot, M. Bilde, M. Blairy, Mme Blanc, M. Boccaletti, Mme Bordes, M. Bovet, M. Buisson, M. Cabrolier, M. Catteau, M. Chenu, M. Chudeau, Mme Colombier, Mme Cousin, Mme Da Conceicao Carvalho, M. de Fournas, M. de Lépinau, M. Dessigny, Mme Diaz, Mme Dogor-Such, M. Dragon, M. Falcon, M. François, M. Frappé, Mme Galzy, M. Giletti, M. Gillet, M. Girard, M. Gonzalez, Mme Florence Goulet, Mme Grangier, M. Grenon, M. Guiniot, M. Guitton, Mme Hamelet, M. Houssin, M. Hébrard, M. Jacobelli, M. Jolly, Mme Laporte, Mme Lavalette, Mme Le Pen, Mme Lechanteux, Mme Lelouis, Mme Levavasseur, Mme Loir, M. Lopez-Liguori, Mme Lorho, M. Lottiaux, M. Loubet, M. Marchio, Mme Martinez, Mme Alexandra Masson, M. Bryan Masson, M. Mauvieux, M. Meizonnet, Mme Menache, M. Meurin, M. Muller, Mme Mélin, M. Ménagé, M. Odoul, Mme Mathilde Paris, Mme Parmentier, M. Pfeffer, Mme Pollet, M. Rambaud, Mme Ranc, M. Rancoule, Mme Robert-Dehault, Mme Roullaud, Mme Sabatini, M. Sabatou, M. Salmon, M. Schreck, M. Taché de la Pagerie, M. Jean-Philippe Tanguy, M. Taverne, M. Tivoli et M. Villedieu

ARTICLE UNIQUE

À l'alinéa 4, après le mot :

« sociaux »,

insérer les mots :

« ou, s'agissant d'une personne morale, sur les réseaux sociaux où celle-ci est régulièrement représentée par une personne physique ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Les nouveaux codes de la communication adoptés par de nombreuses enseignes commerciales sur les réseaux sociaux s'inspirent désormais directement des méthodes employées par les influenceurs. La rédaction initiale de la définition d'un influenceur risquait donc de faire peser le poids des dispositions de la présente loi sur des personnes morales exerçant une activité d'influence par destination sans pour autant être expressément qualifiables d'influenceurs.

Le principal écueil réside dans la confusion des multiples formes juridiques que cette activité peut recouvrir. Sans faire l'impasse sur cette spécificité, la rédaction proposée par le présent amendement prend aussi bien en compte les individus exerçant une activité d'influence en tant que personne physique, que les individus exerçant une activité d'influence par l'intermédiaire d'une personne morale tout en excluant les personnes morales n'étant pas communément reconnues comme des influenceurs.

En effet, ce qui caractérise l'activité des influenceurs pour leur public, qu'ils soient ou non sous le régime de l'entrepreneuriat, c'est d'abord l'individu qui l'incarne. In fine, peu importe le régime juridique dès lors qu'un ou des individus régulièrement représentés sur des réseaux sociaux sont identifiés comme motif à l'origine de l'audience. En cela, la première partie de cet amendement propose de resserrer la définition proposée pour assurer une circonscription juste des acteurs qualifiables d'influenceurs.