

ASSEMBLÉE NATIONALE

18 mars 2023

LUTTER CONTRE LES ARNAQUES ET LES DÉRIVES DES INFLUENCEURS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX - (N° 790)

Retiré

AMENDEMENT

N ° CE114

présenté par

M. Esquenet-Goxes, Mme Morel, M. Bolo, Mme Babault, M. Daubié et M. Ramos

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

Le chapitre III du titre III du livre 1^{er} de la deuxième partie du code de la santé publique est complété par un article L. 2133-2 ainsi rédigé :

« Art. L. 2133–2. — Les photographies ou vidéographies d'influenceurs, définis à l'article L. 122-26 du code de la consommation, dont l'apparence corporelle a été modifiée par un logiciel de traitement d'image afin d'affiner ou d'épaissir la silhouette du mannequin doivent être accompagnées de la mention : « *Photographie retouchée* ».

Les modalités d'application et de contrôle permettant la mise en œuvre du premier alinéa du présent article sont déterminées par décret en Conseil d'État, pris après consultation de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité et de l'Agence nationale de santé publique.

Le présent article entre en vigueur à la date de publication du décret mentionné au deuxième alinéa, et au plus tard le 1^{er} juin 2024.

Le non-respect du présent article est puni de 37 500 euros d'amende, le montant de cette amende pouvant être porté à 30 % des dépenses consacrées à la publicité. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement porte une extension aux influenceurs de l'obligation déjà existante pour les publicités mettant en scène des mannequins de préciser que ceux-ci ont fait l'objet de retouches.

Alors que le « métier » d'influenceur est aujourd'hui la 1^{ère} aspiration professionnelle des jeunes dans de nombreux pays, et que ceux-ci regardent les créateurs de contenus comme leurs nouvelles

idoles, la morale devrait imposer que ces stars d'Internet rappellent à leurs publics que leurs corps et publications sont améliorés par la retouche information. Ce n'est pas le cas actuellement pour l'immense majorité d'entre eux.

Une statistique justifie à elle seule la pertinence de cette extension : selon des documents internes du groupe Meta, 32 % des adolescentes ont déclaré que lorsqu'elles se sentaient mal dans leur corps, le réseau social Instagram renforçant ce sentiment.