ASSEMBLÉE NATIONALE

21 mars 2023

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

Rejeté

SOUS-AMENDEMENT

N º CE138

présenté par
Mme Engrand, Mme Menache, M. Meizonnet, M. de Lépinau, M. de Fournas, Mme Laporte, M. Tivoli, Mme Grangier, Mme Sabatini, Mme Florence Goulet et M. Lopez-Liguori

à l'amendement n° CE|50 de M. Delaporte

APRÈS L'ARTICLE PREMIER

I. – Au premier alinéa, substituer aux mots :

« l’image ou la vidéo »

les mots :

« le support visuel ou textuel ».

II. – Compléter le premier alinéa par la phrase suivante :

« Les promotions réalisées sur un support audio respectent les mêmes exigences à ceci près que la mention doit être audible, compréhensible et identifiable. ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement étend la liste des supports promotionnels qui doivent mentionner leur caractère promotionnel aux supports audios et textuels. En effet, les moyens employés par les influenceurs pour promouvoir un produit ne sont pas strictement visuels, bien que cela soit évidemment la solution privilégiée.

Toutefois, nous ne sommes pas à l'abri d'une évolution des méthodes employées pour faire la promotion d'un produit : l'essor des "spaces" sur twitter doit nous inciter à étendre ces interdictions aux supports audios. De la même façon les influenceurs sont parfois les administrateurs de groupes semi-publics qu'ils organisent sur des applications telles que "discord", où ils peuvent alors faire la promotion, textuellement, de produit partagés à l'aide d'un hyperlien (textuel lui aussi), à un cercle

privilégié de leur public qui sera d'autant plus enclin à acheter par l'illusion de proximité que créé ce type de groupes.

Le but de cet amendement est d'éviter le contournement de la loi par des méthodes de promotion aujourd'hui marginales mais susceptibles de se développer pour pallier les contraintes opposées par la présente proposition de loi.