

# ASSEMBLÉE NATIONALE

21 mars 2023

---

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

Adopté

## SOUS-AMENDEMENT

N ° CE169

présenté par

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

à l'amendement n° CE|54 de M. Delaporte

-----

### APRÈS L'ARTICLE 2

Après le quatrième alinéa, insérer l'alinéa suivant :

« 3° *bis* Les droits et obligations qui incombent aux parties, notamment en termes de droits de propriété intellectuelle, et les responsabilités de chacun en cas de non-respect d'une ou de plusieurs clauses du contrat. »

### EXPOSÉ SOMMAIRE

Le présent sous-amendement propose de renforcer les obligations contractuelle, notamment pour ce qui concerne les obligations en termes de droits de propriété intellectuelle.

Au-delà de la relation existante entre l'influenceur et l'annonceur, certains influenceurs mandatent des agents pour les représenter et les assister dans leurs activités de marketing d'influence.

Il n'existe aujourd'hui pas de règles particulières organisant les relations contractuelles entre influenceur et agent d'influenceurs, contrairement aux mannequins, artistes-interprètes et sportifs. Leurs relations peuvent ainsi se nouer de manière informelle, par un accord oral. En outre, une certaine opacité peut parfois exister sur les conditions financières de l'intervention de l'agent pour une opération donnée.

Des obligations contractuelles renforcées entre influenceurs et leur(s) agent(s) ou agence(s) pourraient permettre aux annonceurs et marques d'avoir davantage de visibilité quant à la rémunération de l'influenceur, ainsi qu'au degré de responsabilité des agents vis-à-vis de leurs influenceurs.