

ASSEMBLÉE NATIONALE

17 mars 2023

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

Adopté

AMENDEMENT

N ° CE44

présenté par

M. Delaporte, rapporteur et M. Vojetta, rapporteur

ARTICLE PREMIER

Rédiger ainsi cet article :

« Toute personne physique ou morale qui communique au public par voie électronique des contenus visant à faire la promotion directement ou indirectement de biens, de services ou d'une cause quelconque, en contrepartie d'un bénéfice économique ou d'un avantage en nature, exerce l'activité d'influence commerciale par voie électronique. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement procède à une réécriture de la définition, en droit, de l'activité d'influence commerciale par voie électronique, pour tirer les conséquences des nombreux échanges intervenus avec les acteurs de ce secteur d'activité, les administrations compétentes et la consultation publique organisée par le ministère de l'économie et des finances sur ce sujet.

La nouvelle rédaction maintient les éléments cardinaux prévus dans le texte initial, à savoir l'inclusion dans cette définition des personnes physiques ou morales, la communication au public d'un contenu par voie électronique, et l'existence d'une contrepartie économique ou de toute nature en échange de l'activité de promotion. Les ajouts proposés concernent la qualification des contenus promus portant sur les biens, les services ou une cause quelconque. Cette nouvelle rédaction exclut en revanche la notion de notoriété, trop difficile à qualifier pour le juge, et qui impliquerait de rentrer dans une logique de seuil qui n'est pas efficiente, puisque même les influenceurs disposant d'une audience réduite peuvent avoir un impact fort sur les comportements de consommation des consommateurs de leurs contenus.