

ASSEMBLÉE NATIONALE

17 mars 2023

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

Adopté

AMENDEMENT

N ° CE48

présenté par

M. Delaporte, rapporteur et M. Vojetta, rapporteur

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

I. – Est interdite, sauf exception, aux personnes exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique, toute opération qui vise à promouvoir la prescription, la délivrance, la vente, la réalisation ou la consommation des actes, procédés, techniques et méthodes à visée esthétique réservés aux professionnels de santé, des interventions de chirurgie y compris celles sans visée thérapeutique ou reconstructrice ainsi que des produits relevant du livre I^{er} et II de la cinquième partie du code santé publique, à l'exception des produits relevant du chapitre I^{er} du titre III du livre I^{er} de la même partie, des dispositifs médicaux de classe I ou II a, et du relai des campagnes publicitaires institutionnelles de santé publique.

II. – Est interdite, sauf exception, pour les personnes exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique, la promotion, directe ou indirecte, des services, offres et produits suivants :

1° Les produits et services financiers suivants :

a) Les contrats financiers définis à l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier ;

b) La fourniture de services sur actifs numériques, au sens de l'article L. 54-10-2 du même code, à l'exception de ceux pour la fourniture desquels l'annonceur est agréé dans les conditions prévues à l'article L. 54-10-5 dudit code ;

c) Les offres au public de jetons, au sens de l'article L. 552-3 du même code, sauf lorsque l'annonceur a obtenu le visa prévu à l'article L. 552-4 du même code ;

d) Les placements ou les investissements entraînant des risques de pertes pour le consommateur dans un actif numérique ou, plus généralement, dans un bien incorporel fongible ou non fongible représentant, sous forme numérique, un ou plusieurs droits ou un ou plusieurs biens pouvant être émis, inscrits, conservés ou transférés au moyen d'un dispositif d'enregistrement électronique partagé et ne présentant pas les caractéristiques d'un instrument financier, à l'exception des

investissements ou des placements liés à des services pour la fourniture desquels l'annonceur est agréé dans les conditions prévues à l'article L. 54-10-5 dudit code ;

2° Les jeux d'argent et de hasard tels que définis à l'article L. 320-1 du code de la sécurité intérieure, ainsi que les jeux vidéo comportant une fonctionnalité essentielle assimilable aux mêmes jeux.

III. – La violation des dispositions prévues au I et II du présent article est punie de 2 ans d'emprisonnement et de 30 000 euros d'amende. Est également encourue la peine d'interdiction, définitive ou provisoire, suivant les modalités prévues par l'article 131-27 du code pénal, d'exercer l'activité professionnelle ou sociale dans l'exercice ou à l'occasion de l'exercice de laquelle l'infraction a été commise ou l'activité d'influence commerciale par voie électronique telle que définie à l'article 1^{er} de la présente loi.

IV. – Les modalités d'application des I et II du présent article sont définies par un décret en Conseil d'État. Ce décret détermine notamment les exceptions au principe d'interdiction de promotion des biens et services susmentionnés.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement propose une réécriture plus complète des dispositions relatives à l'encadrement de la promotion de certains biens et services initialement prévues au sein de l'article 1er du texte initial de la présente proposition de loi.

La rédaction proposée concerne quatre domaines que sont les produits de santé, les produits et services financiers, les jeux de hasard, d'argent et les jeux vidéos mettant en œuvre des mécanismes identiques.

L'interdiction de publicité en ligne dans le cadre de l'influence commerciale porterait, d'abord, sur les produits et substances pharmaceutiques réglementées (livre Ier de la cinquième partie du code de la santé publique), à l'exception des produits cosmétiques, des dispositifs médicaux classés I ou II a (lunettes correctrices, aides auditives etc), ainsi que de toutes les opérations chirurgicales à visée esthétique ou non. Il est également prévu une exception pour le relais par des personnes exerçant l'activité d'influence commerciale des campagnes institutionnelles de santé.

Est également prévue, dans la présente rédaction, une interdiction de publicité ciblant les produits et services financiers présentant un risque spécifique pour le consommateur, afin de faire face aux dérives constatées sur les réseaux sociaux, et relayées notamment par les collectifs de victimes d'influenceurs. La rédaction du champ d'interdiction est adaptée à l'état actuel du droit et compatible avec le périmètre de l'article L 222-16-2 du code de la consommation. Elle ne permet la publicité de cryptoactif que pour les opérateurs bénéficiant d'un agrément de l'AMF.

La nouvelle rédaction vient également actualiser la rédaction de l'interdiction, pour les influenceurs commerciaux, de faire de la publicité contre rémunération pour les jeux d'argent et de hasard, ainsi que pour les jeux vidéos comprenant une fonctionnalité essentielle assimilable à ces jeux.

Pour conserver une forme de souplesse, l'édiction d'exceptions à ces différentes interdictions est renvoyée au pouvoir réglementaire.

Cet amendement prévoit enfin que la violation de ces interdictions soit punie d'une peine de 2 ans d'emprisonnement et de 30 000 euros d'amende, ainsi qu'une peine complémentaire d'interdiction d'exercice de l'activité d'influence commerciale qui pourra être prononcée par le juge. L'évolution proposée par rapport au texte initial se justifie par la nécessité de mettre en place des peines respectant le principe de proportionnalité.