

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

17 mars 2023

---

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

Tombé

**AMENDEMENT**

N ° CE7

présenté par  
M. Blanchet  
-----**ARTICLE PREMIER**

Rédiger ainsi l'alinéa 6 :

« 1° Les produits relevant des livres I<sup>er</sup> et II de la cinquième partie du code de la santé publique, à l'exception des produits relevant du chapitre I<sup>er</sup> du titre III du livre I<sup>er</sup> du même code et du relai des campagnes de santé publique du Gouvernement, les actes, les procédés, les techniques et les méthodes à visée esthétique dont la mise en œuvre est réservée aux professionnels de santé ainsi que les interventions de chirurgie, y compris celles sans visée thérapeutique ou reconstructrice ; »

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

L'objectif de cet amendement est d'assurer un plus haut niveau de protection des consommateurs, afin que les influenceurs et créateurs de contenu soient contraints par l'interdiction de faire la promotion de biens ou services dont la mise en œuvre est réservée à des professionnels de santé.

En effet, les influenceurs et créateurs de contenu ne disposent pas, pour la majorité, des connaissances et qualifications nécessaires à la promotion, en toute connaissance de cause, de certains produits qui présentent des risques et dangers non-négligeables pour les consommateurs s'ils sont utilisés de la mauvaise manière ou utilisés de manière détournée.

Il est important d'alerter sur les dangers de la promotion, par des influenceurs, de l'utilisation détournée de tels produits pharmaceutiques. Dernièrement, « des milliers de vidéos vantent, sur TikTok, les effets aminçissants miracles de l'Ozempic, un médicament pour réguler le diabète. Promu notamment par des influenceurs très suivis, l'Ozempic a vu en conséquence ses ventes exploser, au risque d'en priver les diabétiques. » (France24, 2023).

Les risques de ce type de dérives en termes de santé publique ne sont donc plus à démontrer, et justifient pleinement l'interdiction de la promotion des « produits relevant des livres I<sup>er</sup> et II de la cinquième partie du code de la Santé publique, [...] les actes, les procédés, les techniques et les méthodes à visée esthétique dont la mise en œuvre est réservée aux professionnels de santé ainsi

que les interventions de chirurgie, y compris celles sans visée thérapeutique ou reconstructrice [...] » par les influenceurs.