

ASSEMBLÉE NATIONALE

17 mars 2023

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

Rejeté

AMENDEMENT

N ° CE86

présenté par

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

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 2, insérer l'article suivant:**

La seconde phrase de l'article L. 134-3 du code de commerce est complétée par les mots : « , sauf s'il s'agit d'une personne mentionnée à l'article L. 122-26 du code de la consommation. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le présent article propose d'instaurer une relation contractuelle entre un influenceur et son agent sur le modèle des contrats retenus pour les agents commerciaux. Si l'idée n'est pas mauvaise il faut toutefois adapter légèrement ce type de contrats qui prévoient qu'un agent « ne peut accepter la représentation d'une entreprise concurrente de celle de l'un de ses mandants sans accord de ce dernier. ». Appliquer une telle disposition au contrat entre un influenceur et son agent risque de limiter gravement les possibilités de représentations des agences d'influences qui collaborent parfois avec plusieurs dizaines de milliers de collaborateurs dont certains communiquent forcément autour d'une même spécialité.

Si cet amendement n'est pas adopté n'importe quel influenceur spécialisé serait en mesure de refuser que son agence contracte avec la multitude d'influenceurs ayant la même spécialité que lui sous prétexte qu'il s'agirait d'un concurrent ; ceci alors que la concurrence sur le marché de l'influence est très relative. Cet amendement propose donc de désamorcer toute interprétation extensive de la concurrence afin de ne pas entraver la liberté de contracter des agences.