ASSEMBLÉE NATIONALE

17 mars 2023

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

Rejeté

AMENDEMENT

N ° CE94

présenté par

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

ARTICLE 5

Compléter cet article par l'alinéa suivant :

« À l'exception des programmes consacrés exclusivement à l'information, les programmes de flux, dont les influenceurs sont le sujet principal ou dont les intervenants sont au moins pour partie des influenceurs, diffusent en prélude du programme un message sensibilisant leur audience aux pratiques frauduleuses, délictueuses et criminelles en lignes, en particulier celles qui sont privilégiées par les influenceurs. ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

De nombreux influenceurs ont fait leurs armes sur des programmes de télé-réalité où sont magnifiés *ad nauseam* le culte de la mesquinerie et de la bêtise dans l'objectif de faire du « buzz », car, paradoxalement, les stars de télé-réalité les moins soucieuses de leur images sont celles qui bénéficient par la suite d'une plus grande influence sur les réseaux sociaux.

En effet, ce sont ces programmes largement suivis par des adolescents et de jeunes adultes, qui permettent aux stars de la télé-réalité de faire le plein d'abonnés. D'après un sondage OpinionWay de 2021, près d'un tiers des jeunes regarde des émissions de télé-réalité, avec toutefois une nette différence (comme sur l'ensemble des résultats du sondage) entre les hommes (qui les regardent à 18 %) et les femmes (43 %).

Cet amendement propose donc d'imposer aux programmes de flux n'ayant pas vocation à informer de diffuser préalablement un message de sensibilisation lorsqu'interviennent des influenceurs ou lorsque ces derniers sont le sujet de l'émission.