

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

6 février 2023

---

LUTTER CONTRE LES DÉRIVES DES INFLUENCEURS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX -  
(N° 804)

Commission	
Gouvernement	

**AMENDEMENT**

N° 18

présenté par

Mme Engrand, M. Allisio, Mme Auzanot, M. Ballard, M. Barthès, M. Baubry, M. Beaurain, M. Bentz, M. Berteloot, M. Bilde, M. Blairy, Mme Blanc, M. Boccaletti, Mme Bordes, M. Bovet, M. Buisson, M. Cabrolier, M. Catteau, M. Chenu, M. Chudeau, Mme Colombier, Mme Cousin, Mme Da Conceicao Carvalho, M. de Fournas, M. de Lépinau, M. Dessigny, Mme Diaz, Mme Dogor-Such, M. Dragon, M. Falcon, M. François, M. Frappé, Mme Galzy, M. Giletti, M. Gillet, M. Girard, M. Gonzalez, Mme Florence Goulet, Mme Grangier, M. Grenon, M. Guiniot, M. Guitton, Mme Hamélet, M. Houssin, M. Hébrard, M. Jacobelli, M. Jolly, Mme Laporte, Mme Lavalette, Mme Le Pen, Mme Lechanteux, Mme Lelouis, Mme Levavasseur, Mme Loir, M. Lopez-Liguori, Mme Lorho, M. Lottiaux, M. Loubet, M. Marchio, Mme Martinez, Mme Alexandra Masson, M. Bryan Masson, M. Mauvieux, M. Meizonnet, Mme Menache, M. Meurin, M. Muller, Mme Mélin, M. Ménagé, M. Odoul, Mme Mathilde Paris, Mme Parmentier, M. Pfeffer, Mme Pollet, M. Rambaud, Mme Ranc, M. Rancoule, Mme Robert-Dehault, Mme Roullaud, Mme Sabatini, M. Sabatou, M. Salmon, M. Schreck, M. Taché de la Pagerie, M. Jean-Philippe Tanguy, M. Taverne, M. Tivoli et M. Villedieu

-----

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

Après l'article L. 121-15 du code de la consommation, sont insérés deux articles L. 121-16 et L. 121-17 ainsi rédigés :

« *Art. L. 121-16.* – À l'issue du signalement d'une publicité par un utilisateur, les services en ligne qui diffusent ou laissent diffuser des publicités ou des publications à caractère promotionnel le redirigent sur la plateforme d'harmonisation, d'analyse, de recoupement et d'orientation des signalements.

« *Art. L. 121-17.* – Tout signalement à un service en ligne d'une publication des personnes mentionnées à l'article L122-26 fait l'objet de la redirection prévue à l'article L. 121-16. »

## EXPOSÉ SOMMAIRE

Les publicités des influenceurs sont encadrées par la loi au même titre que n'importe quelle autre publicité. Le prétendu vide juridique que prétend combler la présente proposition de loi n'est que la conséquence d'une application plus que négligente de la loi par les influenceurs.

Ainsi la Direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes (DGCCRF) relève lors d'une enquête réalisée depuis 2021 que, parmi l'échantillon étudié, 6 influenceurs sur 10 enfreignent la loi. Ce relâchement s'explique par un sentiment d'impunité entretenu par les difficultés rencontrées pour contrôler les pratiques illicites en ligne au regard des moyens mis en œuvre par l'Etat.

Pourtant des solutions existent pour resserrer les contrôles autour des influenceurs sans déboursier un centime de plus. Une démocratisation de l'usage de la plateforme d'harmonisation, d'analyse, de recoupement et d'orientation des signalements (PHAROS) semble être l'une des clefs pour faire cesser l'impunité. Sur cette plateforme les utilisateurs peuvent signaler des pratiques illicites en ligne, charge à un gendarme de caractériser l'infraction et d'en informer les services compétents.

Par ailleurs les infractions commises par les influenceurs ne concernent pas systématiquement des publications promotionnelles qu'ils publient, il s'agit aussi parfois de harcèlement ou de propos tombant sous le coup de la loi.

On observe ainsi l'essor sur les réseaux sociaux d'ayatollahs 2.0 ayant une réelle emprise sur leur audience par l'intermédiaire de discours sectaires ou prônant une conception rigoriste de la religion aux antipodes des valeurs républicaines que nous défendons.

En cela cet amendement propose de démocratiser le signalement PHAROS, et de le systématiser pour les publications des influenceurs, en redirigeant les utilisateurs effectuant des signalements vers la plateforme du gouvernement.