

ASSEMBLÉE NATIONALE

24 mars 2023

LUTTER CONTRE LES ARNAQUES ET LES DÉRIVES DES INFLUENCEURS SUR LES
RÉSEAUX SOCIAUX - (N° 1006)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N° 103

présenté par
M. Bothorel

ARTICLE 2 B

À l'alinéa 5, après le mot :

« est »

insérer les mots :

« enregistré au sens de l'article L. 54-10-3 dudit code ou ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Conformément au b) du présent article, ne serait autorisée la promotion par les influenceurs que des produits ou services proposés par des prestataires de services sur actifs numériques (PSAN) agréés par l'Autorité des marchés financiers (AMF). Or l'AMF n'a, à ce jour, délivré aucun agrément aux PSAN. Dans le cadre de la présente loi, une telle disposition équivaldrait dans les faits à interdire toute communication sur les services sur actifs numériques. Or, 7% des licornes françaises se sont construites autour des technologies blockchain et des crypto-actifs.

Sans harmonisation au niveau international assortie d'un contrôle accru des contenus publiés, empêcher la promotion de ces activités dans le cadre de la présente proposition de loi aurait pour conséquence de nuire à la compétitivité des entreprises sur ce marché, sans pour autant mieux protéger les consommateurs, qui continueront à accéder aux promotions venues de l'étranger.

Il conviendrait donc à ce titre d'ouvrir la promotion de contenus sur actifs numériques aux prestataires de services sur actifs numériques enregistrés au sens de l'article L.54-10-3 du code monétaire et financier. C'est le sens du présent amendement.

En effet, au nombre de 67, ces prestataires sont des opérateurs régulés auprès de l'AMF et dont les critères d'enregistrement viennent d'être renforcés dans le cadre de la loi DDADUE, qui les soumet déjà à des obligations de communication claires et non trompeuses auprès de leur public. Cela d'autant plus que ces prestataires ont l'autorisation de faire de la publicité conformément à l'article L. 222-16-1 du Code de la consommation. Une grande majorité des entreprises du secteur étant françaises, cela permettrait en outre de ne pas entraver leur développement auprès de consommateurs qui s'orientent potentiellement vers des prestataires étrangers, plus compétitifs et souvent moins régulés.