

ASSEMBLÉE NATIONALE

24 mars 2023

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

Commission	
Gouvernement	

Retiré

AMENDEMENT

N° 67

présenté par
M. Bothorel

ARTICLE PREMIER

Rédiger ainsi cet article :

« Exerce l'activité d'influence commerciale par voie électronique toute personne physique ou morale qui, dans le cadre d'un engagement réciproque et à titre onéreux, crée et diffuse par un moyen de communication électronique des communications commerciales. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le présent amendement propose une définition alternative de l'activité d'influence commerciale par voie électronique.

Cette dernière inclut la notion d'"engagement réciproque" entre une marque / organisation et un influenceur, pour caractériser la relation commerciale entre les deux parties.

Elle inclut également les notions de "création" et de "diffusion", qui sont des caractéristiques centrales de l'activité d'influence commerciale par voie électronique et sont juridiquement plus précises que la "promotion".

Enfin, cette définition circonscrit l'influence commerciale à la création et diffusion de "communications commerciales", qui permettent d'appréhender l'ensemble des situations pour lesquelles une personne exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique crée et diffuse un contenu à la demande d'une marque / organisation. Les communications commerciales sont juridiquement définies dans la directive 2000/31/CE du 8 juin 2000 sur le commerce électronique :

""communication commerciale"": toute forme de communication destinée à promouvoir, directement ou indirectement, des biens, des services, ou l'image d'une entreprise, d'une organisation ou d'une personne ayant une activité commerciale, industrielle, artisanale ou exerçant une profession réglementée. Ne constituent pas en tant que telles des communications commerciales:

- les informations permettant l'accès direct à l'activité de l'entreprise, de l'organisation ou de la personne, notamment un nom de domaine ou une adresse de courrier électronique,
- les communications relatives aux biens, aux services ou à l'image de l'entreprise, de l'organisation ou de la personne élaborées d'une manière indépendante, en particulier lorsqu'elles sont fournies sans contrepartie financière;"

Par ailleurs, il convient de souligner que, en dépit de l'absence de définition de l'influence commerciale dans le droit existant, le droit européen et le droit national prévoient d'ores-et-déjà des obligations que doivent respecter les personnes exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique. Ces dispositions sont notamment présentes dans la loi du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique (articles 7, 16 et 20) et dans la directive 2005/29/CE sur les pratiques commerciales déloyales.