

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° 89

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 Hamelet, 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 2 BIS

Compléter cet article par l'alinéa suivant :

« 7° La détention, par la personne exerçant une activité d'influence commerciale, d'un certificat valide, délivré depuis moins de trois ans, par l'autorité de régulation professionnelle de la publicité, attestant la sensibilisation de son détenteur aux principes éthiques et aux règles juridiques qui s'appliquent à son activité. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Les influenceurs étant déjà soumis aux mêmes règles en matière de publicités que n'importe quel autre publicitaire, cette proposition de loi ne doit pas avoir vocation à réinventer l'eau chaude.

Au contraire elle doit permettre de durcir le cadre légal en précisant certaines données spécifiques aux promotions réalisées par les influenceurs mais aussi, et surtout, de s'assurer que les influenceurs d'aujourd'hui et de demain aient connaissance des devoirs et des règles qui leurs incombent en cette qualité.

En l'occurrence cet amendement propose de généraliser la connaissance des principes juridiques et éthiques qui s'appliquent à leur activité en s'appuyant sur le certificat "de l'influence responsable" délivré par l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARRP) depuis 2020.

Ce certificat permet de dispenser aux influenceurs, selon leur audience, quelques heures de cours en ligne leur enseignant les rudiments en matière de réglementation publicitaire. Son obtention est conditionnée à la réussite d'une évaluation finale.

Cela dit, la Direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes (DGCCRF) révèle que 6 influenceurs contrôlés sur 10 sont en infraction avec la loi. Par ailleurs l'observatoire de l'influence de l'ARRP soulignait, en 2021, que les petits influenceurs de moins de 10 000 abonnés étaient ceux qui commettaient le plus d'infractions avec près de 43% de publications à caractère promotionnel défailtantes vis à vis de la loi.

Ces chiffres sont édifiants, et nous conduisent à penser que l'essentiel des infractions sont commises par des influenceurs non professionnalisés qui n'ont pas connaissance du cadre juridique de leur activité. Et en effet, l'ARRP rapporte que depuis 2020 seulement un peu plus de 400 influenceurs se sont engagés en obtenant son certificat.

Cet amendement propose donc de généraliser l'éducation des influenceurs aux bonnes pratiques publicitaires en imposant la détention du certificat "de l'influence responsable" délivré par l'ARRP.