

ASSEMBLÉE NATIONALE

JOURNAL OFFICIEL DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

SESSION ORDINAIRE DE 2022-2023

199^e séance

Compte rendu intégral

2^e séance du jeudi 30 mars 2023

Les articles, amendements et annexes figurent dans le fascicule bleu ci-joint

SOMMAIRE

PRÉSIDENTE DE MME VALÉRIE RABAULT

1. Lutte contre les arnaques et les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux (p. 3351)

DISCUSSION DES ARTICLES (suite) (p. 3351)

Article 2 B (p. 3351)

Amendement n° 77

M. Arthur Delaporte, rapporteur de la commission des affaires économiques

Amendement n° 80

Sous-amendement n° 205

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée chargée des petites et moyennes entreprises, du commerce, de l'artisanat et du tourisme

Amendement n° 62

M. Stéphane Vojetta, rapporteur de la commission des affaires économiques

Amendements n°s 131, 54, 84, 174, 98, 51, 74, 208, 146, 157, 95, 87

Après l'article 2 B (p. 3358)

Amendements n°s 162, 41, 55, 40

Article 2 C (p. 3361)

Amendements n°s 78, 120, 35, 79, 38, 101, 125, 68, 117, 133, 43, 44

Suspension et reprise de la séance (p. 3366)

Amendements n°s 198, 88, 32

Sous-amendement n° 192

Amendements n°s 36, 82, 147

Article 2 D (p. 3367)

M. Antoine Léaument

Amendements n°s 177, 108

Article 2 E (p. 3369)

Amendements n°s 132, 179

Article 2 (p. 3369)

Amendements n°s 200, 149

Article 2 bis (p. 3369)

Amendements n°s 30, 175, 111, 31, 150, 168, 151, 170, 167, 89

Rappel au règlement (p. 3372)

M. Hervé de Lépinau

Article 2 bis (suite) (p. 3372)

Amendements n°s 152, 153, 202

Article 2 ter (p. 3373)

Amendement n° 106

Article 3 (p. 3374)

Amendements n°s 92, 155, 85, 86, 97

Article 3 bis (p. 3376)

Amendements n°s 110, 122, 156, 93

Article 4 (p. 3378)

Amendements n°s 139, 121

M. Franck Riester, ministre délégué chargé des relations avec le Parlement

Amendements n°s 114, 127, 59, 60

Après l'article 4 (p. 3380)

Amendements n°s 115, 105

Article 5 (p. 3380)

Amendements n°s 4, 169, 5

Article 6 (p. 3381)

Après l'article 6 (p. 3381)

Amendements n°s 71, 128, 99, 124, 126, 135, 136, 137

Titre (p. 3383)

Amendements n°s 129, 203

SECONDE DÉLIBÉRATION (p. 3383)

Article 1^{er} (seconde délibération) (p. 3383)

Amendement n° 1

VOTE SUR L'ENSEMBLE (p. 3383)

M. Arthur Delaporte, rapporteur

M. Stéphane Vojetta, rapporteur

M. Franck Riester, ministre délégué

2. Ordre du jour de la prochaine séance (p. 3384)

COMPTE RENDU INTÉGRAL

PRÉSIDENTE DE MME VALÉRIE RABAULT

vice- présidente

Mme la présidente. La séance est ouverte.

(La séance est ouverte à quinze heures.)

1

LUTTE CONTRE LES ARNAQUES ET LES DÉRIVES DES INFLUENCEURS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Suite de la discussion d'une proposition de loi

Mme la présidente. L'ordre du jour appelle la suite de la discussion de la proposition de loi visant à lutter contre les arnaques et les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux (n^{os} 790, 1006).

DISCUSSION DES ARTICLES *(suite)*

Mme la présidente. Ce matin, l'Assemblée a commencé la discussion des articles de la proposition de loi, s'arrêtant aux amendements en discussion commune n^{os} 8, 143 et 42 à l'article 2 B.

Article 2 B

Mme la présidente. Les amendements n^{os} 8, 143 et 42 ne sont pas défendus.

La parole est à Mme Ségolène Amiot, pour soutenir l'amendement n^o 77.

Mme Ségolène Amiot. Il vise à protéger la santé des Français en interdisant la promotion par les influenceurs de produits et équipements cosmétiques non certifiés par les institutions françaises et européennes.

Cette mesure est simple et logique. L'interdiction de la promotion de tels produits sur les supports traditionnels étant normalement déjà prévue, nous souhaitons qu'elle soit étendue aux contenus en ligne.

Cet amendement a été élaboré avant la nouvelle rédaction du texte, par conséquent je me demande s'il n'est pas déjà satisfait – je suis très sympa, je vous donne un argument ! Cependant, dans le doute, je tenais à le soutenir.

Mme la présidente. La parole est à M. Arthur Delaporte, rapporteur de la commission des affaires économiques, pour donner l'avis de la commission.

M. Arthur Delaporte, rapporteur de la commission des affaires économiques. Par cet amendement, vous proposez d'interdire la publicité pour les produits et équipements cosmétiques non certifiés par les institutions françaises et européennes.

Je me permets de vous rassurer. Une telle publicité est d'ores et déjà interdite dans la mesure où ces produits sont interdits à la vente s'ils ne respectent pas la législation européenne.

Avis défavorable.

(L'amendement n^o 77 est retiré.)

Mme la présidente. La parole est à M. François Piquemal, pour soutenir l'amendement n^o 80, qui fait l'objet d'un sous-amendement, n^o 205.

M. François Piquemal. Je sais que mon collègue Carlos Martens Bilongo est très attaché à cet amendement.

Depuis la libéralisation des jeux de hasard et d'argent issue de la loi du 12 mai 2010 qui a ouvert le secteur à la concurrence, les publicités les concernant ont connu une croissance exponentielle. C'est pourquoi notre groupe souhaite interdire la promotion par les influenceurs des jeux d'argent et de hasard et des abonnements à des pronostics sportifs.

La publicité pour les paris sportifs en ligne vise prioritairement les plus jeunes et les plus précaires, cibles des opérateurs de jeux tels que Winamax, Zebet, Unibet ou encore FDJ – La Française des jeux. Les dépenses en paris sportifs en ligne des 18-24 ans connaissent une très forte hausse au point que cette tranche de la population est en train de devenir, juste avant les 24-35 ans, celle qui effectue le plus de transactions.

Les jeunes sont six fois plus susceptibles de développer une addiction. D'autre part, 70 % des joueurs sont endettés auprès des banques. La Commission européenne souligne que l'exposition des mineurs aux publicités pour des jeux d'argent et de hasard est permanente en raison de la présence de ces dernières sur tous les supports de communication, dont les réseaux sociaux.

Près des deux tiers des personnes qui composent l'audience d'Instagram ont moins de 35 ans ; près de la moitié des visiteurs quotidiens de TikTok ont entre 15 et 24 ans. Il est donc nécessaire de protéger les jeunes publics des jeux d'argent et de hasard en interdisant la promotion de ces derniers par des influenceurs. Car derrière les perspectives annoncées de réussite sociale ou l'espoir, que l'on fait miroiter, de résoudre des difficultés personnelles, professionnelles et sociales, se cache la réalité d'une industrie prédatrice

dont le modèle économique repose sur les plus vulnérables. Les pertes des joueurs dépendants représentent ainsi 40 % du chiffre d'affaires des opérateurs.

Enfin, si le fruit des paris sportifs alimente pour moitié le budget du ministère des sports, lequel s'élève à 284 millions d'euros, par le produit de taxes sur les paris sportifs, il faut garder à l'esprit le fait que l'addiction coûte plus qu'elle ne rapporte. En prenant en considération les divorces, les violences conjugales, le chômage et la criminalité que l'endettement engendre, on peut estimer que la dépense publique pourrait atteindre les 15 milliards par an. (*Applaudissements sur plusieurs bancs du groupe LFI-NUPES.*)

Mme la présidente. La parole est à M. Dominique Potier, pour soutenir le sous-amendement n° 205.

M. Dominique Potier. Le groupe socialiste soutient totalement l'amendement défendu à l'instant par M. Piquemal. Du point de vue philosophique, nous y adhérons entièrement.

Nous souhaitons simplement apporter une correction juridique afin de permettre son adoption en toute sérénité. Nous proposons de renvoyer à la définition des jeux d'argent et de hasard prévue par le code de la sécurité intérieure, ce qui conduit à supprimer la référence aux abonnements – ceux-ci étant couverts par ladite définition.

Une telle rédaction me semble plus pertinente s'agissant d'un amendement extrêmement important.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission sur cet amendement et ce sous-amendement ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Le sujet que vous évoquez est au centre de notre proposition de loi. Avec mon collègue Stéphane Vojetta, nous avons déposé en commission un amendement dont la rédaction est identique à celle que prévoit le sous-amendement n° 205. Force est de constater que nous ne sommes pas parvenus à réunir une majorité autour de cet amendement alors même que la question de l'addiction liée aux jeux d'argent et de la promotion de ceux-ci par les influenceurs est une plaie de notre société.

Je donnerai quelques chiffres : 48 % des Français pratiquent des jeux d'argent. Il s'agit essentiellement de jeux de grattage et de tirage – 93 % des joueurs – même si l'on note une part non négligeable de paris hippiques ou sportifs – 24 % – ainsi qu'une part de jeux en ligne – près d'un tiers.

De façon plus générale, l'ANJ, l'Autorité nationale des jeux, signale un recours croissant au marketing d'influence, lequel constitue un levier particulièrement populaire auprès des jeunes. Les opérateurs agréés par l'ANJ ont prévu d'avoir recours cette année à 117 créateurs de contenus, influenceurs ou ambassadeurs.

Par ailleurs, l'ANJ a rejeté cette année la stratégie promotionnelle de La Française des jeux, pointant du doigt une « stratégie offensive de promotion de son offre de loteries destinée à recruter un nombre élevé de nouveaux joueurs et à faire de la loterie un produit de consommation courante (notamment par le recours à l'influence, l'activation de gratifications via des applications de promotions privées proposant de bonnes affaires et la mise en avant des jackpots et de slogans accrocheurs comme pluie de millionnaires) ». Ces publicités d'un nouveau genre sont scénarisées et humoristiques, rendant le jeu particulièrement attractif auprès des jeunes.

C'est pourquoi nous avons travaillé à la rédaction d'un amendement de compromis, n° 174, dont nous discuterons tout à l'heure. Nous souhaitons qu'il puisse être adopté car il faut impérativement réussir à protéger les mineurs de ces publicités. Faute de trouver un accord autour de l'interdiction générale de la publicité par les influenceurs, j'espère que l'Assemblée fera aujourd'hui un pas important en adoptant au moins cet amendement visant à interdire l'exposition des mineurs à cette publicité grâce à un dispositif permettant de les exclure de l'audience. Si les plateformes qu'utilisent les influenceurs n'offrent pas une telle fonctionnalité, cet amendement prévoit que toute activité de promotion des jeux d'argent et de hasard leur sera interdite – j'y reviendrai plus tard en détail.

Cet amendement a été déposé par plusieurs groupes sous une forme identique. J'espère infiniment que notre assemblée sera sensible à cette préoccupation.

À titre personnel, je suis évidemment totalement favorable à une interdiction générale de la promotion de jeux d'argent et de hasard. Cependant je donnerai, au nom de la commission, un avis défavorable à votre amendement, ainsi qu'au sous-amendement dont il fait l'objet. Vous comprendrez que je les soutiens néanmoins autant que je le peux.

Mme la présidente. La parole est à Mme la ministre déléguée chargée des petites et moyennes entreprises, du commerce, de l'artisanat et du tourisme, pour donner l'avis du Gouvernement.

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée chargée des petites et moyennes entreprises, du commerce, de l'artisanat et du tourisme. Le Gouvernement est favorable à l'approche retenue en commission et évoquée par le rapporteur Delaporte.

La publicité pour les jeux d'argent et de hasard est totalement interdite lorsqu'elle vise spécifiquement les mineurs. Elle est par ailleurs, dans tous les cas, très strictement encadrée par des messages d'information.

Je n'irai pas plus loin pour le moment, j'aurai l'occasion de m'exprimer sur l'amendement n° 174. Fruit d'un gros travail, celui-ci m'apparaît comme un compromis de bon aloi.

Sur le n° 80 et le sous-amendement dont il fait l'objet, j'émetts une demande de retrait et, à défaut, un avis défavorable.

M. Sylvain Maillard. Très bien !

Mme la présidente. La parole est à M. Emeric Salmon.

M. Emeric Salmon. Nous voterons bien sûr en faveur de ces amendements s'ils sont maintenus. S'agissant du n° 174, nous nous déterminerons tout à l'heure.

Je tenais surtout à dire que le fait que de tels amendements soient nécessaires témoigne de l'échec de la politique globale en matière de protection des mineurs face aux jeux en ligne. En effet, ceux-ci sont, en théorie, interdits aux mineurs. Si nous devons légiférer à propos de l'exposition des mineurs à la publicité des jeux en ligne, c'est donc bien que l'ensemble de la politique relative à la protection des mineurs pose problème.

Nous devons mener une réflexion globale sur notre politique en matière de jeux en ligne, notamment concernant les mineurs – même si, je le sais, cet amendement concerne également les 18-24 ans.

Mme la présidente. La parole est à Mme Nadège Abomangoli.

Mme Nadège Abomangoli. Le caractère transpartisan d'une proposition de loi conduit à faire quelques compromis – n'est-ce pas ?

Nous avons bien compris que cet amendement suscitait quelques réticences et nous serons bien sûr très vigilants quant à l'amendement de compromis qui sera présenté tout à l'heure. Cependant, puisque cet amendement n° 80 nous tient à cœur, nous le maintenons. D'ailleurs, il semble rencontrer un écho auprès de nos collègues, au moins sur le fond. Si les députés du groupe Renaissance votent le n° 174, cela signifie qu'ils sont aussi en accord, sur le fond, avec ce que prévoit le nôtre. (*Applaudissements sur plusieurs bancs du groupe LFI-NUPES.*)

(*Le sous-amendement n° 205 n'est pas adopté.*)

(*L'amendement n° 80 n'est pas adopté.*)

Mme la présidente. Sur les amendements n°s 54 et identiques, je suis saisie par le groupe Socialistes et apparentés (membre de l'intergroupe NUPES) d'une demande de scrutin public.

Sur l'amendement n° 98, je suis saisie par le groupe Renaissance d'une demande de scrutin public.

Les scrutins sont annoncés dans l'enceinte de l'Assemblée nationale.

La parole est à Mme Caroline Yadan, pour soutenir l'amendement n° 62.

Mme Caroline Yadan. En janvier 2020, un couple d'influenceurs français créait la polémique en posant avec un guépard en laisse ainsi qu'avec un lionceau manifestement drogué pour faire la promotion d'un zoo privé à Dubaï. De nombreux internautes avaient alors réagi, démontrant que la condition animale était devenue un sujet majeur de préoccupation pour nombre de nos concitoyens.

Dans le cadre de la loi du 30 novembre 2021 visant à lutter contre la maltraitance animale et à conforter le lien entre les animaux et les hommes, nous avons souhaité introduire dans le droit français de nouvelles dispositions afin de renforcer la protection animale.

Ainsi avons-nous mis un terme à la maltraitance d'espèces sauvages utilisées à des fins commerciales en interdisant notamment la détention d'animaux sauvages par les cirques itinérants et les delphinariums, dans la continuité des engagements pris par le ministère de la transition écologique et de la cohésion des territoires, l'exhibition d'animaux sauvages dans les discothèques et à la télévision ainsi que la détention d'ours et de loups à des fins de présentation au public dans des établissements itinérants afin de mettre un terme à la pratique dite des montreurs d'ours et de loups.

L'animal sauvage n'est donc plus considéré comme une menace ou une proie mais comme un être sensible qu'il faut préserver et respecter. C'est pourquoi je vous demande, par cet amendement, de consolider notre législation en matière de protection animale en interdisant la promotion, par les influenceurs, de spectacles mettant en scène des animaux dits sauvages.

Mme la présidente. La parole est à M. Stéphane Vojetta, rapporteur de la commission des affaires économiques, pour donner l'avis de la commission.

M. Stéphane Vojetta, rapporteur de la commission des affaires économiques. Nous sommes bien évidemment sensibles à cet enjeu. Toutefois il faut reconnaître que le véritable problème est bien plus la maltraitance animale que la publicité qui pourrait être faite par des influenceurs.

L'article 46 de la loi n° 2021-1539 du 30 novembre 2021 – défendue notamment par nos anciens collègues Loïc Dombrevail et Samantha Cazebonne – prévoit déjà, en grande partie, l'interdiction de tels spectacles. Or ce cadre juridique s'applique au monde de l'influence commerciale conformément à l'article 2 A, lequel inclut, de façon adéquate et nécessaire, des rappels de la loi existante.

Ne souhaitant pas alourdir la rédaction du texte actuel, je vous propose de retirer votre amendement et émettrai, à défaut, un avis défavorable.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Même avis.

Mme la présidente. La parole est à Mme Caroline Yadan.

Mme Caroline Yadan. Je le maintiens parce que pour moi il s'agit d'interdire la promotion de spectacles interdits, la prohibition desdits spectacles étant déjà en effet prévue par la législation.

(*L'amendement n° 62 n'est pas adopté.*)

Mme la présidente. La parole est à Mme Céline Calvez, pour soutenir l'amendement n° 131.

Mme Céline Calvez. Certains influenceurs ont de formidables idées, celle notamment de vanter les boîtiers IPTV – télévision via internet – qui permettent d'accéder à tout un tas de contenus, que ce soit des films, des séries, des matchs de foot en direct pour au plus quelques euros. C'est super... sauf que c'est complètement illégal. Ces influenceurs font la promotion de ce qui permet de contourner la propriété intellectuelle et ainsi de dévaloriser une grande partie de ce qui se rapporte à la création. C'est donc vraiment à proscrire. Ils présentent le procédé comme un bon plan, il n'y a aucune mention du caractère illicite de la proposition. Or ce type de boîtier et tout autre logiciel ou service qui contourne le droit de la propriété intellectuelle détruit, je le répète, de la valeur, ce qui veut dire que nos auteurs sont moins rémunérés et que les diffuseurs contractuels ont payé pour une retransmission qu'ils ne peuvent pas valoriser. Il faut interdire précisément ce qui, sous couvert de bonne combine, n'est en fait que la promotion de procédés illégaux et donc illicites. (*M. Emmanuel Pellerin applaudit.*)

Mme Michèle Peyron. Très bien !

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Une fois n'est pas coutume, je vais me rapprocher de la philosophie du président Kasbarian (*Sourires*)...

M. Pierre Cazeneuve. Il est de droite, maintenant ???

M. Arthur Delaporte, rapporteur. ...en disant qu'on ne peut pas interdire aux influenceurs ce qui est autorisé ailleurs. Certes, vous pointez un vrai sujet, celui des VPN, ces

réseaux privés virtuels, et plus largement des dérives qui peuvent être liées à leur utilisation, mais dois-je rappeler que les VPN ne sont interdits que dans les démocraties illibérales où dans les régimes autoritaires car ils permettent de contourner les filtres qui limitent la liberté d'expression ? C'est un sujet éminemment complexe. Je suggère à nos collègues de rejeter cet amendement si vous ne le retirez pas. L'avis est défavorable parce que, même si la réflexion sur le sujet mériterait sans doute d'être approfondie, la commission ne souhaite pas créer des interdictions spécifiques pour un secteur en particulier.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Comme vient de le dire M. le rapporteur, vous pointez en effet un sujet important, madame la députée Calvez. Cependant, depuis le début de l'examen de ce texte et à l'aune de ce que j'appellerai la jurisprudence Kasbarian, nous essayons tous ensemble d'élargir les interdictions s'appliquant à la publicité, ni plus ni moins. Cela ne remet absolument pas en cause le fait que le sujet que vous soulevez, celui de ces boîtiers, est un vrai sujet, mais ce texte n'est pas le bon véhicule législatif. C'est pour cette unique raison que le Gouvernement émettra un avis défavorable si l'amendement n'est pas retiré.

Mme la présidente. La parole est Mme Céline Calvez.

Mme Céline Calvez. Il y a peut-être tout de même la possibilité de considérer le premier point : celui de l'atteinte à la propriété intellectuelle. J'estime qu'il serait intéressant pour la suite de l'examen de cette proposition de loi, peut-être au Sénat, de le prendre en compte car on ne peut pas laisser faire une telle atteinte au droit de la propriété intellectuelle. Mais j'entends que le second point suscite des réserves puisqu'il concerne le VPN. Je retire mon amendement.

M. Pierre Cazeneuve. Il faut légiférer sur les VPN.

(L'amendement n° 131 est retiré.)

Mme la présidente. Je suis de quatre amendements, n° 54, 84, 174 et 98, pouvant être soumis à une discussion commune.

Les amendements n° 54, 84 et 174 sont identiques.

La parole est à M. Dominique Potier, pour soutenir l'amendement n° 54.

M. Dominique Potier. Cet amendement d'esprit transparent reprend complètement la volonté du législateur déjà maintes fois soulignée, à savoir limiter les risques d'addiction pour les mineurs aux jeux d'argent et de hasard en responsabilisant de façon habile les plateformes puisque ne pourront communiquer sur ces jeux que celles qui disposeront d'un filtre efficace empêchant les mineurs d'y accéder. Le filtre doit non seulement exister mais être effectif, les deux conditions sont extrêmement importantes. Je me dis même en faisant cette proposition qu'elle aurait pu être étendue à d'autres champs qui touchent à la santé publique. Nous pourrions y réfléchir lors de la navette et nous allons y travailler avec tous les sénateurs, pas uniquement ceux de gauche. En tout cas, ce mécanisme de responsabilisation des plateformes me paraît très ingénieux pour protéger les mineurs sinon de tous les malheurs du monde, du moins de ceux-ci.

Mme la présidente. La parole est à Mme Ségolène Amiot, pour soutenir l'amendement n° 84.

Mme Ségolène Amiot. Je suis heureuse que nos amendements aient trouvé écho auprès des rapporteurs. L'idée en est simple : puisque nous n'avons pas réussi à interdire la publicité pour les jeux d'argent faites par les influenceurs sur les plateformes, responsabilisons les plateformes elles-mêmes. Autorisons-les à faire de la publicité quand elles sont en capacité de faire le tri, la personne qui souhaite s'y inscrire devant préciser son âge et, sinon, interdisons ce type de publicité aux autres plateformes qui n'en ont pas la capacité. *(Applaudissements sur les bancs du groupe LFI-NUPES.)*

Mme la présidente. La parole est à M. le rapporteur, pour soutenir l'amendement n° 174.

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Je serai relativement bref sur cet amendement de compromis que j'avais déjà évoqué. Je salue le fait que des députés de la majorité en soient à l'initiative, dont Mme Givernet qui a ainsi modifié le dispositif plus ambitieux que nous proposons en commission. La discussion et la force de ce travail transpartisan ont permis d'avancer pour aboutir à cette solution de compromis. Celle-ci ne réglera évidemment pas tout. Je vais citer un seul exemple pour que les collègues comprennent bien de quoi il s'agit : celui du gratteur fou. Vous connaissez tous le site YouTube, où se trouvent des vidéos où les participants se filment en ligne en train de jouer à des jeux de casino apparemment illégaux mais aussi à des jeux de grattage de La Française des jeux. Conséquence de ce type de vidéos : aujourd'hui, 300 000 adolescents ont un rapport problématique aux jeux d'argent, soit 210 000 de plus qu'en 2014, année de la précédente étude.

On fait un pas en avant grâce à cet amendement, mais il ne réglera pas totalement le problème, et ce pour plusieurs raisons. La première, c'est que l'influence des parents reste majeure dans l'addiction aux jeux d'argent. Ainsi, selon Alexandre Hébert, 23,6 % des adolescents jouent à partir des comptes de leurs parents. La seconde raison, identifiée évidemment par ce chercheur, c'est l'exposition massive des jeunes aux publicités sur les médias et sur les réseaux sociaux, et les inscriptions sous de faux comptes. Mais j'espère qu'on pourra avancer sur ces sujets, notamment grâce à la future loi sur la majorité numérique.

M. Sylvain Maillard. Très bien !

Mme la présidente. La parole est à Mme Olga Givernet, pour soutenir l'amendement n° 98.

Mme Olga Givernet. Nous nous rejoignons, monsieur le rapporteur Delaporte, sur le besoin de protéger les mineurs. Il s'agit par cet amendement de dissuader les plateformes de diffuser des annonces problématiques. Je ferai le parallèle avec l'interdiction, déjà en vigueur, des publicités à proximité des établissements scolaires. Il s'agit bien évidemment dans les deux cas d'éviter d'exposer les mineurs à cette communication. Les mineurs ne doivent pas avoir accès à une plateforme dont le filtre n'est pas activé, je suis tout à fait d'accord avec les auteurs des amendements identiques, la différence résidant dans la mention explicite des mineurs, et pas seulement « les utilisateurs âgés de moins de 18 ans » car ce sont bien les mineurs que nous cherchons à protéger.

Mme Michèle Peyron. Très bien !

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission sur l'amendement n° 98 ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Je confirme avec enthousiasme notre avis évidemment favorable aux amendements identiques qui vont non seulement fournir une protection efficace pour les mineurs, pour les moins de 18 ans, mais aussi inciter toutes les plateformes qui n'offrent pas encore la fonctionnalité de restriction de certains contenus à l'installer le plus rapidement possible, comme les y invite d'ailleurs le DSA, le Digital Services Act ou règlement relatif à un marché unique des services numériques, afin qu'elles puissent continuer à diffuser ce genre de contenu promotionnel, mais seulement à des adultes.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement sur les amendements en discussion commune ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Cela me semble important de souligner que toutes et tous, peu importe les bancs, même si l'amendement de Mme Givernet n'est pas totalement identique à ceux de M. Potier, de Mme Amiot et du rapporteur Delaporte, vous souhaitez interdire aux influenceurs les opérations de promotion des jeux d'argent et de hasard sauf si elles sont réalisées sur des plateformes permettant de bloquer l'accès aux mineurs et que cette fonctionnalité soit activée. Voilà des amendements qui illustrent la force du travail transpartisan et sur lesquels le Gouvernement émettra un avis de sagesse... favorable. *(Sourires.)*

Mme la présidente. La parole est à M. Dominique Potier.

M. Dominique Potier. Je remercie le Gouvernement et les rapporteurs pour leur soutien. Mais j'ai envie de tirer le fil et de porter le débat sur la promotion, par l'intermédiaire des plateformes, des cryptoactifs et des autres produits financiers, car on pourrait lui appliquer les mêmes solutions. Il n'est plus temps pour cette première lecture, mais j'invite vraiment à communiquer avec les sénateurs pour étendre le plus possible le dispositif, c'est-à-dire aussi à la santé publique, à la malbouffe, à l'alcool, etc. Le renforcement de la majorité numérique, et l'activation prévue par défaut dans la présente proposition de loi, élargie dans le cadre de la navette, pourraient ainsi être une victoire commune aux deux chambres et à la majorité comme à la gauche. Merci, chers collègues, madame la ministre déléguée, pour la qualité de ce débat. *(Applaudissements sur plusieurs bancs du groupe RE. – Mme Ségolène Amiot applaudit également.)*

Mme la présidente. Je mets aux voix les amendements identiques n^{os} 54, 84 et 174.

(Il est procédé au scrutin.)

Mme la présidente. Voici le résultat du scrutin :

Nombre de votants	61
Nombre de suffrages exprimés	61
Majorité absolue	31
Pour l'adoption	61
contre	0

(Les amendements identiques n^{os} 54, 84 et 174 sont adoptés ; en conséquence, les amendements n^{os} 98, 50, 33, 52 et 53 tombent.) (Applaudissements sur de nombreux bancs.)

Mme la présidente. La parole est à Mme Olga Givernet, pour soutenir l'amendement n^o 51.

Mme Olga Givernet. Il vise à créer une obligation d'insérer dans les contrats de promotion conclus avec les opérateurs une clause spécifique, selon laquelle les influenceurs attestent

avoir pris connaissance de la législation applicable à la publicité en faveur des jeux d'argent. L'objectif est de les sensibiliser à l'éthique et de leur faire comprendre, en les informant en toute transparence des risques encourus, la nécessité de protéger les joueurs.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Nous partageons totalement votre objectif, ma chère collègue. Il est d'ailleurs déjà inscrit dans notre droit puisque chacun est censé connaître la loi. Cette obligation d'informer est d'une certaine manière superflète. Néanmoins, on n'y est pas défavorable sur le principe. Avis de sagesse. Cela étant, les contrats étant plutôt traités dans les articles suivants, la disposition que vous proposez sera sans doute déplacée dans une autre partie du texte au Sénat ou en commission mixte paritaire.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Le Gouvernement émet aussi un avis de sagesse.

M. Sylvain Maillard. Très bien !

(L'amendement n^o 51 est adopté.)

Mme la présidente. La parole est à Mme Ségolène Amiot, pour soutenir l'amendement n^o 74.

Mme Ségolène Amiot. Par cet amendement, je vous propose, encore une fois, de protéger nos chères petites têtes blondes. *(Exclamations sur les bancs des groupes RE, RN et Dem.)*

M. Laurent Jacobelli. Oh là !

Mme Ségolène Amiot. Et toutes les autres – c'est une expression populaire, vous le savez bien. *(Nouvelles exclamations.)* Sérieusement ? Après une journée comme celle-ci ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Arrêtez de faire de l'obstruction ! *(Sourires.)*

Mme Ségolène Amiot. J'ajoute les têtes brunes et les têtes rousses, si cela vous convient ! Pour protéger nos mineurs, nos enfants, la chair de nos chairs, je vous propose de lutter contre le travail dissimulé des enfants. Cet amendement vise précisément à interdire l'utilisation de l'image des enfants mineurs par des influenceurs, lorsque ces mineurs ne sont pas l'objet d'un produit ou d'un service dont il est fait promotion et quand il n'y a pas de contrat établi en bonne et due forme avec la marque concernée, respectant le cadre de la loi Studer du 19 octobre 2020.

M. Sylvain Maillard. Très bon député, M. Studer !

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Quels que soient les bancs sur lesquels nous siégeons, nous sommes attachés – surtout nous, les socialistes – à protéger nos chères petites têtes blondes, brunes ou rousses.

Mme Michèle Peyron. Nos enfants, point !

Quelques députés du groupe RE. Et les enfants chauves ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Sur le fond, nous sommes évidemment favorables à ce que vous proposez – même pour les petites têtes qui ont moins de cheveux. *(Sourires.)* Néanmoins, votre amendement ne me semble pas forcément

placé au bon endroit. Je vous renvoie à l'amendement n° 80, que vous avez présenté : il me semblait plus satisfaisant. Nous avons déjà eu l'occasion de nous exprimer sur ce sujet ; M. Studer et les autres ont inséré des dispositions importantes dans cette loi qui me semblent déjà satisfaisantes.

En conséquence, je sollicite le retrait de cet amendement, faute de quoi j'émettrai un avis défavorable.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Même avis.

Mme la présidente. Madame Amiot, l'amendement n° 74 est-il retiré ?

Mme Ségolène Amiot. Je le maintiens, madame la présidente. Ce que nous visons, tout simplement, c'est l'apparition du mineur à l'écran. Lorsqu'un influenceur veut faire la promotion d'une boisson qui ne s'adresse pas à un mineur, il ne doit pas en faire apparaître un dans une vidéo, un tweet ou une photographie. Gardons cette idée en tête : il est primordial que nos enfants ne servent pas à vendre des produits qui ne leur sont pas destinés, ne serait-ce que par principe. D'ailleurs, ils ne devraient pas servir à la vente de produits tout court, mais ce n'est que mon avis personnel. En revanche, je suis sûre que nous serons d'accord pour dire qu'il n'est pas adéquat de laisser un enfant apparaître dans une publicité faisant la promotion de jeux d'argent.

(L'amendement n° 74 n'est pas adopté.)

Mme la présidente. Sur l'amendement n° 95, je suis saisie par le groupe La France insoumise-Nouvelle Union populaire, écologique et sociale et par le groupe Socialistes et apparentés (membre de l'intergroupe NUPES) d'une demande de scrutin public.

De même, sur l'amendement n° 87, je suis saisie par le groupe Rassemblement national d'une demande de scrutin public.

Enfin, sur l'article 2 B, je suis saisie par le groupe Rassemblement national et par le groupe Socialistes et apparentés (membre de l'intergroupe NUPES) d'une demande de scrutin public.

Les scrutins sont annoncés dans l'enceinte de l'Assemblée nationale.

La parole est à M. Arthur Delaporte, rapporteur, pour soutenir l'amendement n° 208.

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Il s'agit de nous mettre en conformité avec ce que nous avons évoqué tout à l'heure sur l'échelle des peines. Je vous appelle à voter cet amendement, qui avait reçu un soutien par anticipation du Gouvernement.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Je vous confirme ce soutien. Vous proposez un régime de sanctions tout à fait proportionné et complémentaire à l'amendement n° 196, examiné plus tôt.

(L'amendement n° 208 est adopté.)

Mme la présidente. La parole est à M. Laurent Esquenet-Goxes, pour soutenir l'amendement n° 146.

M. Laurent Esquenet-Goxes. Il vise à préciser la possibilité de majorer le montant de l'amende encourue par un influenceur pour le non-respect des interdictions de promotion mentionnées à cet article. À la suite des échanges en commission, celui-ci a été retravaillé en s'inspirant de l'article L. 2133-2 du code de la santé publique, notamment pour faire de cette amende proportionnée au montant de la dépense de promotion une alternative plus stricte, et non pas un moyen d'adoucir la peine. En commission, vous m'aviez indiqué qu'il était nécessaire de respecter le principe de proportionnalité des peines. Je l'entends parfaitement puisque, en amont du texte, je vous avais alerté sur la nécessité de revoir le système de peines déjà prévu à cet article. Avec cet amendement, nous souhaitons imposer aux créateurs de contenus une amende correspondant à ce qu'ils auraient pu percevoir pour la publicité interdite : cela me semble cohérent avec l'objectif de la loi.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Je vais m'efforcer d'être pédagogue et bref. Vous proposez d'imposer une amende correspondant à 100 % des sommes perçues au titre d'une promotion. Mais cela s'avère un peu compliqué si ces sommes n'ont pas toutes été perçues. Les montants versés aux petits influenceurs pour les promotions sont de l'ordre de 500 euros, et ils peuvent s'élever à plusieurs dizaines de milliers d'euros pour les gros influenceurs. Notre objectif, c'est de définir une sanction qui soit dissuasive. Or imposer une amende de 500 euros pour des publicités très problématiques ne sera que faiblement dissuasif. Nous avons voté ensemble l'imposition d'une amende pouvant aller jusqu'à 300 000 euros : bien entendu, le juge pourra apprécier le montant de l'amende selon chaque situation, mais il reste bien plus important que celui que vous proposez ici. Avis défavorable.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Je ne serai pas bavarde et reprendrai à mon compte les arguments du rapporteur, notamment en ce qui concerne la faiblesse des rémunérations. Avis défavorable.

Mme la présidente. Monsieur Esquenet-Goxes, l'amendement n° 146 est-il retiré ?

M. Laurent Esquenet-Goxes. Je le maintiens, madame la présidente. Je pense que nous pouvons conserver une proportionnalité des peines.

(L'amendement n° 146 n'est pas adopté.)

Mme la présidente. La parole est à M. Benoît Bordat, pour soutenir l'amendement n° 157.

M. Benoît Bordat. Il vise à doubler la peine encourue pour les infractions commises par les influenceurs les plus suivis et qui jouissent de l'audience la plus vaste. Ce seuil serait défini par décret, ce qui permettrait d'adapter le niveau d'audience déterminé en fonction des spécificités de chaque canal de communication électronique. Il pourrait être défini selon le nombre de vues, d'engagements ou d'abonnements des influenceurs, en fonction des plateformes.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. J'émettrai un avis défavorable, pour deux raisons. Premièrement, le seuil n'a pas d'incidence ou d'importance ; cela ne doit pas nous préoccuper, conformément à l'état d'esprit qui est le nôtre depuis

le début de cette discussion. En effet, les micro et les nano-influenceurs, ceux qui ont des petites communautés, peuvent commettre des dégâts très importants en raison d'un taux de conversion de la communauté plus élevé que chez les très gros influenceurs. Par ailleurs, les marques qui posent le plus problème sollicitent parfois des micro et des nano-influenceurs. Bref, nous devons protéger tout le monde de la même manière.

Deuxièmement, j'évoquerai un principe de droit général, celui de l'égalité devant la loi : nous ne pouvons pas soumettre à des peines différentes des influenceurs en fonction de la taille de leur communauté.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Demande de retrait ; à défaut, avis défavorable.

(L'amendement n° 157 est retiré.)

Mme la présidente. La parole est à Mme Nadège Abomangoli, pour soutenir l'amendement n° 95.

Mme Nadège Abomangoli. Par cet amendement, nous souhaitons montrer qu'être inconséquent au regard de la loi peut nuire à la réputation, réputation sur laquelle comptent les influenceurs pour gérer leur business. Aujourd'hui, 40 % des 18-24 ans font plus confiance aux influenceurs qu'à la publicité. Cela montre bien l'enjeu de ce que nous proposons, à savoir briser cette confiance envers les influenceurs lorsqu'ils sont condamnés pour certaines pratiques. Chat échaudé craint l'eau froide : nous pensons que ce dispositif peut en effet dissuader la récidive en matière d'arnaques. Nous souhaitons donc apposer des bannières sur les comptes Instagram, TikTok ou autres, lorsque leurs détenteurs ont été condamnés pour pratiques commerciales illégales. Voilà qui permettra d'avertir les utilisateurs. Cela existe déjà pour la presse à scandale, en cas de condamnation du titre. Il faut, à notre avis, responsabiliser les plateformes et les faire participer à la bonne information de leurs utilisateurs, dans le droit fil de notre volonté de faire des consommateurs des consommateurs éclairés. *(Applaudissements sur quelques bancs du groupe LFI-NUPES.)*

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Les dispositions envisagées se rapprochent de celles qui sont prévues au code de la consommation, à savoir l'article L. 132-4 pour les pratiques commerciales trompeuses et l'article L. 454-7 pour tromperie. Le juge pourrait déjà ordonner à un opérateur condamné en raison de certains manquements de communiquer sur cette condamnation par tous moyens, de même qu'il pourrait ordonner à un tiers – le fournisseur du service de communication publique, par exemple – de publier la condamnation en cas de carence. La proposition paraît redondante avec le droit positif et fait courir un risque d'applicabilité. Elle pourrait même créer des discordances avec le droit en vigueur. Je demande donc le retrait de cet amendement ; à défaut, j'émettrai un avis défavorable.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Même avis.

Mme la présidente. La parole est à Mme Nadège Abomangoli.

Mme Nadège Abomangoli. Nous allons maintenir notre amendement. Les arguments développés par le rapporteur signifient que l'ensemble de nos demandes de rapport, formulées par la suite, seront probablement acceptées : à un moment donné, il faudra quand même un suivi de l'application de toutes les mesures et de toutes les peines que vous indiquez. J'espère que vous entendrez notre demande.

Mme la présidente. Je mets aux voix l'amendement n° 95.

(Il est procédé au scrutin.)

Mme la présidente. Voici le résultat du scrutin :

Nombre de votants	61
Nombre de suffrages exprimés	61
Majorité absolue	31
Pour l'adoption	18
contre	43

(L'amendement n° 95 n'est pas adopté.)

Mme la présidente. La parole est à M. Hervé de Lépinau, pour soutenir l'amendement n° 87.

M. Hervé de Lépinau. Imposer une peine fixe, c'est mettre sur un pied d'égalité l'influenceur un peu maladroit avec la loi et celui qui abuse éhontément de son audience. Certes, nul n'est censé ignorer la loi. Mais il n'est pas non plus possible de ne pas distinguer l'ignorance de la malveillance. En effet, bien que l'essentiel des infractions commises soient provoquées par une méconnaissance de la loi, les infractions restantes sont effectuées en connaissance de cause, avec à la clé des préjudices sans commune mesure, du fait d'une simple omission. C'est d'autant plus problématique qu'en dépit de la législation, l'audience de ces influenceurs sur les réseaux sociaux peut être très jeune. D'après la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil), la première inscription sur un réseau social se fait en moyenne à l'âge de 8 ans, tandis que 58 % des enfants de 12 ans y sont actifs. Dans un souci de dissuasion, nous proposons donc que les peines infligées aux influenceurs ayant commis une fraude soient plus lourdes lorsque les victimes sont des personnes en état d'ignorance ou de faiblesse, au sens du code pénal, et selon que ces abus soient organisés ou non.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Avis défavorable : maintenons l'équilibre des peines sur lequel nous nous sommes mis d'accord il y a quelques minutes.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Même avis, pour les mêmes raisons.

Mme la présidente. Je mets aux voix l'amendement n° 87.

(Il est procédé au scrutin.)

Mme la présidente. Voici le résultat du scrutin :

Nombre de votants	62
Nombre de suffrages exprimés	62
Majorité absolue	32
Pour l'adoption	9
contre	53

(L'amendement n° 87 n'est pas adopté.)

Mme la présidente. Je mets aux voix l'article 2 B.

(Il est procédé au scrutin.)

Mme la présidente. Voici le résultat du scrutin :

Nombre de votants	60
Nombre de suffrages exprimés	60
Majorité absolue	31
Pour l'adoption	60
contre	0

(L'article 2 B, amendé, est adopté.) (Applaudissements sur les bancs des groupes RE et LFI-NUPES, ainsi que sur les bancs des commissions. – M. Laurent Esquenet-Goxes applaudit également.)

Mme la présidente. Sur l'amendement n° 40, je suis saisie par le groupe Socialistes et apparentés (membre de l'intergroupe NUPES) d'une demande de scrutin public.

Le scrutin est annoncé dans l'enceinte de l'Assemblée nationale.

Après l'article 2 B

Mme la présidente. La parole est à M. Benoît Bordat, pour soutenir l'amendement n° 162.

M. Benoît Bordat. Ces dernières années, un phénomène nouveau a vu le jour sur les réseaux sociaux : des influenceurs ont été rémunérés par des entités politiques pour faire de la propagande électorale. En effet, dans plusieurs pays, des influenceurs ont utilisé leur notoriété pour faire de la promotion électorale contre de l'argent. En 2022, pour la première fois de l'histoire électorale en France, la Commission nationale de contrôle de la campagne électorale en vue de l'élection présidentielle (CNCCEP) a demandé la suppression de contenus illicites publiés par des influenceurs. Le cadre juridique de la publicité politique en ligne a certes été renforcé en 2018, mais le recours à l'influence commerciale en ligne permet de le contourner facilement. L'annonceur peut se cacher derrière l'influenceur pour faire sa promotion politique auprès d'un public cible.

Le code électoral interdit toute publicité commerciale à des fins de propagande électorale par voie de presse ou de communication audiovisuelle pendant les six mois qui précèdent une élection. L'amendement que nous proposons permettrait d'étendre cette interdiction à l'influence commerciale en ligne, telle qu'elle est définie dans cette proposition de loi. Une telle modification du code électoral protégerait notre espace numérique des nombreuses ingérences politiques, tant intérieures qu'étrangères, qui prennent la forme de campagnes d'influence commerciale en ligne.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Avis défavorable. Vous proposez de modifier le code électoral pour éviter que les influenceurs fassent de la promotion politique au cours des six mois qui précèdent une élection. Or c'est déjà interdit en l'état actuel du droit.

Vous avez sans doute aperçu, hier, des publicités d'influenceurs qui incitent à voter pour le maintien des trottinettes en libre-service lors du référendum organisé par la mairie de Paris. Cette opération ne relève d'aucun cadre réglementaire.

Nous devons mener une réflexion sur les campagnes de ce type – tel n'est pas l'objet de la présente proposition de loi. Nous devons notamment être vigilants quant à la rémunération des influenceurs qui interviennent dans le débat public, compte tenu de l'éventuelle incidence des dites interventions sur les scrutins.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Mon avis ne diverge pas de celui du rapporteur, mais il me semble important de préciser que la propagande électorale ne tombe pas sous la qualification d'influence commerciale, dans la mesure où le message diffusé dans cette propagande vise le choix d'un candidat, d'un programme ou d'un courant politique – éléments qui ne relèvent pas du commerce, jusqu'à preuve du contraire. Le code électoral mérite probablement d'être adapté aux réseaux sociaux, mais il est certain que cela ne relève pas du champ de ce texte, ni d'ailleurs – cela ne vous a pas échappé – de ma compétence. Pour ces raisons, le Gouvernement demande le retrait de l'amendement, sans quoi son avis sera défavorable.

Mme la présidente. La parole est à M. Antoine Léaument.

M. Antoine Léaument. Le code électoral interdit effectivement la publicité sur internet pendant les six mois qui précèdent le mois où se tient le scrutin. Toutefois, une réflexion à ce sujet serait bienvenue, car certaines pratiques utilisées sur internet pourraient être intéressantes à l'occasion des élections, notamment pour toucher des électeurs qui s'informent uniquement ou essentiellement par les réseaux sociaux.

La loi interdit à un candidat ou à une liste de financer par son compte de campagne la diffusion de ses propres contenus sur les réseaux sociaux. Or il serait assez légitime de considérer la publicité sur les réseaux sociaux voulue et payée par le candidat de la même manière que les autres types de propagande électorale.

Je partage l'avis du rapporteur sur le présent amendement, mais je pense que nous devrions mener une réflexion plus large sur les pratiques autorisées et interdites par le code électoral.

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. C'est exactement ce que je viens de dire !

M. Antoine Léaument. Je parle non pas de l'influence commerciale en tant que telle, mais de la promotion rémunérée de contenus sur les réseaux sociaux lors d'une campagne électorale, afin de leur donner davantage de visibilité. On pourrait considérer que poster de tels contenus sur un mur Facebook ou Instagram est assimilable au fait de coller des affiches sur les panneaux prévus à cet effet.

Je tends une perche : il serait bon de mener une réflexion à ce sujet, compte tenu de l'évolution des technologies, y compris de celles qui sont utilisées pour faire de la politique.

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Il est dommage que vous n'écoutez pas mes réponses.

(L'amendement n° 162 est retiré.)

Mme la présidente. La parole est à Mme Fatiha Keloua Hachi, pour soutenir l'amendement n° 41.

Mme Fatiha Keloua Hachi. Il vise à interdire la promotion par les influenceurs, auprès des enfants de moins de 16 ans, des boissons et produits alimentaires de faible qualité nutri-

tionnelle. Notre priorité est d'interdire toute publicité qui incite à consommer ces boissons et produits, afin de lutter contre l'obésité. Cette publicité va à l'encontre des objectifs de santé publique.

Je rappelle quelques chiffres : à l'âge de 11 ans, plus de 50 % des enfants sont déjà présents sur les plateformes ; pour les adolescents de 12 ans et plus, ce chiffre passe à 71 %.

M. Dominique Potier. Excellent amendement !

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Vous proposez d'interdire la promotion par les influenceurs, auprès des enfants de moins de 16 ans, des produits alimentaires de faible qualité nutritionnelle. Nous avons déjà évoqué ce sujet lors de l'examen de précédents amendements. Il ne paraît pas souhaitable de retenir la rédaction proposée, pour les raisons que nous avons exposées alors. Nous sommes notamment soucieux de préserver l'équilibre auquel nous sommes parvenus à l'issue du travail que nous avons mené collectivement en commission.

En outre, il paraît très difficile de cibler précisément les publicités destinées aux enfants de moins de 16 ans. Néanmoins, en adoptant l'amendement n° 54, nous avons validé un dispositif qui permet de cibler les publicités destinées aux enfants de moins de 18 ans. Comme nous l'avons indiqué, notamment à M. Potier, nous proposons de revenir ultérieurement sur cette question. Ce n'est pas le moment propice, donc mon avis est défavorable.

Mon avis sera le même sur l'amendement n° 40, qui est très similaire.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Ce matin, nous avons eu à ce sujet un débat assez approfondi...

M. Guillaume Kasbarian, président de la commission des affaires économiques. Nourri !

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. ...et nourri, effectivement, notamment lorsque nous avons examiné un amendement du même auteur, Dominique Potier. Compte tenu de ces échanges, j'é mets moi aussi un avis défavorable.

(L'amendement n° 41 n'est pas adopté.)

Mme la présidente. La parole est à Mme Nathalie Bassire, pour soutenir l'amendement n° 55.

Mme Nathalie Bassire. Compte tenu des dérives en la matière, cet amendement vise à interdire à l'industrie de l'alcool de faire appel à des influenceurs, afin de protéger notre jeunesse. Nous l'avons dit les uns et les autres, les plus jeunes sont de gros consommateurs de contenus sur les réseaux sociaux et, dès lors, des cibles privilégiées du placement de produit par les influenceurs. Je ne sais pas si l'équilibre voulu par MM. les rapporteurs permet vraiment de protéger notre jeunesse...

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Nous avons déjà traité la question de l'alcool. Je vous confirme notre approche : le texte rappelle que la loi relative à la lutte contre le tabagisme et l'alcoolisme, dite loi Évin, et le règlement européen concernant les allégations nutritionnelles et de santé

portant sur les denrées alimentaires s'appliquent de manière stricte au monde de l'influence commerciale. À mon sens, cela devrait déboucher *de facto* sur une interdiction. On peut souhaiter rouvrir le débat sur la loi Évin, mais la présente proposition de loi n'est pas l'instrument juridique idoine. L'avis est donc défavorable.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Même avis.

Mme la présidente. La parole est à M. Hervé de Lépinau.

M. Hervé de Lépinau. Je fais écho aux discussions que nous avons eues à propos des amendements n° 47 et 182. En ce qui concerne les influenceurs, il s'agit d'appliquer la loi Évin, mais pas plus que la loi Évin. Il faut vraiment que nous soyons d'accord à ce sujet.

L'amendement n° 47 du groupe GDR-NUPES, d'ailleurs assez mal écrit,...

M. Arthur Delaporte, rapporteur. De qui l'hôpital se moque-t-il ?

M. Hervé de Lépinau. ...aurait porté préjudice à la filière viticole et à l'oœnotourisme. Or cette filière contribue très largement à l'excédent de notre balance commerciale agricole. Il ne faudrait pas, j'y insiste, que ce texte relatif aux influenceurs constitue un frein à la promotion de nos produits viticoles.

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Les effets sur la santé publique ne vous posent pas de problème ?

M. Hervé de Lépinau. Donc, je le répète, il ne faut pas plus que la loi Évin telle qu'elle est aujourd'hui applicable.

Mme la présidente. La parole est à Mme Virginie DUBY-MULLER.

Mme Virginie DUBY-MULLER. Je souscris aux propos du rapporteur. Je suis attentive aux problèmes d'addiction évoqués par plusieurs collègues, notamment en ce qui concerne les outre-mer. Néanmoins, nous avons déjà débattu de la question ce matin et il faut, selon moi, nous en tenir à la disposition adoptée la semaine dernière en commission des affaires économiques. À mon sens, il ne serait pas pertinent de remettre en cause cet équilibre. Évitions d'imposer de nouvelles entraves à la compétitivité de la filière viticole. Je rappelle que l'oœnotourisme se développe et attire désormais plus de 10 millions de touristes par an. Je sais que vous êtes très sensible, madame la ministre déléguée, à la performance du secteur touristique, qui contribue au rayonnement de la France.

M. Guillaume Kasbarian, président de la commission des affaires économiques. Très bien !

Mme la présidente. La parole est à M. Pascal Lavergne.

M. Pascal Lavergne. Je soutiens moi aussi l'avis du rapporteur. La commission des affaires économiques s'est exprimée et a trouvé un équilibre à ce sujet : rappeler que la loi Évin s'applique bel et bien aux influenceurs. Cette disposition est protectrice et équilibrée. Les influenceurs devront respecter les thématiques de la loi Évin et apposer un message sanitaire. Cela répond au besoin d'encadrement de leur activité.

Dans le même temps, il ne faut pas imposer de nouvelles entraves à la compétitivité de nos professionnels. Or cet amendement n° 55, qui vise à interdire toute promotion

de boisson alcoolisée par les influenceurs, entraverait la promotion numérique de l'œnotourisme, pourtant indispensable à son développement. À l'instar du rapporteur, je m'oppose à cet amendement.

(L'amendement n° 55 n'est pas adopté.)

Mme la présidente. La parole est à M. Dominique Potier, pour soutenir l'amendement n° 40.

M. Dominique Potier. Dans les avis qui ont été donnés par MM. les rapporteurs et Mme la ministre déléguée, je perçois une forme de mauvaise conscience. Je vais essayer de les en libérer grâce à l'amendement n° 40. *(Sourires.)*

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Saint Dominique, sortez de ce corps !

M. Dominique Potier. Nous avons deux horizons. D'une part, et j'en suis heureux, les rapporteurs se sont engagés à étendre la distinction opérée sur les plateformes entre mineurs et majeurs à d'autres champs que celui des jeux. Il s'agit donc d'aller plus loin, en collaboration avec le Sénat, en matière de santé publique. Nous approuvons cette piste. D'autre part, à plus long terme, il nous faut revenir sur la régulation de la publicité, compte tenu de la bombe à retardement sanitaire liée à la malbouffe et à la sédentarité. C'est un enjeu majeur.

À court terme, afin de ne pas nous quitter de mauvaise humeur à la fin de la séance, nous pouvons faire au moins une chose : adopter cet amendement de repli proposé par le groupe Socialistes et apparentés, qui vise à interdire aux enfants de moins de 16 ans de faire la promotion de la malbouffe et des boissons sucrées auprès d'autres enfants. Selon moi, il y a une gradation dans l'ignominie : des adultes qui instrumentalisent des enfants pour influencer d'autres enfants, c'est encore pire que des adultes qui influencent des enfants.

Nous mettrions ainsi un pas dans la porte.

M. Antoine Léaument. Un pas Delaporte ? *(Sourires.)*

M. Dominique Potier. Tout à fait ! Pour la première fois, nous interdirions à des adultes d'instrumentaliser des mineurs pour faire la promotion de produits nocifs auprès d'autres mineurs. L'enjeu est de protéger à la fois les influenceurs mineurs et les victimes de cette influence.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Je complète l'avis que j'ai donné sur l'amendement n° 41. Nous souscrivons à l'objectif général de lutte contre l'obésité, en particulier chez les mineurs, mais, conformément à ce que nous avons indiqué ce matin lorsque nous avons eu ce débat, nous souhaitons nous en tenir au cadre, protecteur, de la loi visant à encadrer l'exploitation commerciale de l'image d'enfants de moins de 16 ans sur les plateformes en ligne, dite loi Studer. Nous avons introduit dans le texte une référence à cette loi ; les influenceurs de moins de 16 ans seront soumis à toutes ses dispositions. J'émetts un avis défavorable.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Ma conscience vous salue bien bas et avec amitié, monsieur Potier. *(Sourires.)* Certes, tout le monde se fiche, à juste titre, de l'état de ma conscience.

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Que dites-vous là, madame la ministre déléguée !

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. En tout cas, je ne voudrais pas donner le sentiment que la question que vous soulevez, vous et vos collègues du groupe Socialistes, n'est pas importante. Nous en avons déjà parlé ce matin et le Gouvernement sera cohérent : il est favorable à l'approche retenue en commission, consistant à clarifier que les influenceurs sont soumis, sans aucune exception, à toute la réglementation applicable en matière de publicité. Par conséquent, malgré l'importance du sujet, je donne à ce stade un avis défavorable. Bien sûr, vous me connaissez, je ne ferme pas la porte à d'éventuels travaux avant que le texte soit examiné par le Sénat.

Mme la présidente. La parole est à Mme Louise Morel.

Mme Louise Morel. Je soutiens l'amendement de M. Potier et souhaite vous faire part de mon témoignage. J'ai 27 ans ; je fais donc partie de la génération qui est née avec les réseaux sociaux et a grandi dans la période où ceux-ci se développaient massivement. Or ils ont été peu ou mal régulés. En notre qualité de parlementaires, nous avons aujourd'hui une occasion unique d'aller plus loin en la matière. Voulons-nous la laisser passer ?

La santé des jeunes est un sujet essentiel ; s'il revient dans le débat depuis ce matin, c'est visiblement que nous ne sommes pas tout à fait satisfaits. Nous entendons parfaitement l'argument de la concurrence. Toutefois, il me semble important de poser un cadre à partir duquel nos collègues sénateurs pourront retravailler le texte. Par l'un de ces amendements, nous aimerions donner un signe qui permettrait de prolonger le débat dans l'autre chambre.

Il faut savoir qu'un enfant en surpoids sur six le restera à l'âge adulte. Notre collègue propose seulement d'interdire, sur une partie des réseaux sociaux, la promotion des boissons sucrées, dont il est prouvé qu'elles sont nocives pour la santé. Nous pouvons tout à fait lui apporter notre soutien, ne serait-ce que de manière symbolique. *(Applaudissements sur les bancs des groupes Dem et LIOT.)*

Mme la présidente. La parole est à M. Dominique Potier.

M. Dominique Potier. Je remercie notre collègue Louise Morel. Nous partageons avec le groupe MODEM, et avec d'autres, le désir d'avancer. Par ailleurs, étant sûr de notre sincérité à tous les deux dans ce débat, j'aimerais répondre sur deux points aux arguments de Mme la ministre déléguée.

Le premier point, c'est que la loi visant à protéger les mineurs dans le cadre du mannequinat, c'est-à-dire du droit du travail, et qui a été défendue avec beaucoup d'intelligence par Bruno Studer et adoptée à l'unanimité en 2020, était une bonne loi. Toutefois, dans le domaine des influenceurs, parce que nous sommes dans un domaine familial, convivial, dans un cadre privé, je ne suis pas sûr de son efficacité. Le risque de manipulation d'enfants qui, eux-mêmes, manipulent d'autres enfants, est avéré. La loi Studer pour les influenceurs, personnellement, je n'y crois pas.

Deuxièmement, Louise Morel nous indique la voie : celle de la navette parlementaire. Les plus conservateurs et les plus libéraux d'entre vous ne manquent pas d'alliés au Sénat. Posons au moins la question de la minorité dans l'influence comme un sujet à traiter ultérieurement au Sénat et dans le cadre d'une commission mixte paritaire en indiquant, dès cet

après-midi, une perspective qui trouvera son accomplissement dans cette loi ou dans des lois futures. (*Applaudissements sur les bancs du groupe SOC.*)

Mme la présidente. La parole est à M. Hervé de Lépinau.

M. Hervé de Lépinau. Le Rassemblement national s'inscrit également dans la lutte contre la malbouffe. Néanmoins, je me permets une observation qui sera sans doute un pavé dans la mare. Nous sommes en train de phosphorer sur les influenceurs, dont le chiffre d'affaires, même s'il est important, reste marginal par rapport à celui des canaux traditionnels de la publicité ; si l'on s'attaque à la promotion que font les influenceurs de ces produits qui font du mal à nos enfants, il faudra peut-être s'occuper également des publicitaires qui ont pignon sur rue. Les mineurs passent aussi beaucoup de temps devant la télévision, où des spots télévisés font la promotion de produits gras et sucrés, et le chiffre de l'obésité infantile monte en flèche, année après année. La question devra se poser. N'oublions pas que, derrière, il y a des enjeux financiers importants et des milliers d'emplois à la clé.

Mme la présidente. Je mets aux voix l'amendement n° 40. (*Il est procédé au scrutin.*)

Mme la présidente. Voici le résultat du scrutin :

Nombre de votants	73
Nombre de suffrages exprimés	73
Majorité absolue	37
Pour l'adoption	37
contre	36

(*L'amendement n° 40 est adopté.*)(*Applaudissements sur les bancs des groupes LFI-NUPEŚ, LR, Dem, SOC et LIOT.*)

Article 2 C

Mme la présidente. L'amendement n° 78 de M. Éric Bothorel est défendu.

Quel est l'avis de la commission ? Monsieur le rapporteur ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Je me remettais de mes émotions, madame la présidente. Rassurez-vous, je n'ai pas consommé l'une de ces boissons énergétiques chères à M. Potier.

Demande de retrait, car la rédaction actuelle nous semble satisfaisante ; à défaut, avis défavorable.

(*L'amendement n° 78 est retiré.*)

Mme la présidente. La parole est à Mme Ségolène Amiot, pour soutenir l'amendement n° 120.

Mme Ségolène Amiot. Il vise à permettre que les bandeaux prévus par le texte pour signaler le caractère promotionnel des contenus soient adaptés par les plateformes à chaque format de diffusion, afin que le dispositif soit facilement accessible pour tous les créateurs de contenus. Cela va sans dire, mais cela va toujours mieux en le disant. Cette rédaction nous permet également d'anticiper sur le développement de la réalité virtuelle, de la réalité augmentée, etc., car nous ne savons pas à quoi ressembleront demain les réseaux sociaux.

M. Sylvain Maillard. Demandez à M. Léaument, il sait ! (*Sourires sur les bancs du groupe RE.*)

Mme Ségolène Amiot. En introduisant cette petite phrase, « sous tous les formats », nous anticipons sur des innovations que nous ne sommes pas encore capables d'identifier.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Avis favorable.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Cette précision selon laquelle la mention claire, lisible et identifiable indiquant le caractère promotionnel du contenu d'un influenceur doit être adaptée à tous les formats apparaît utile compte tenu de la grande diversité des supports de diffusion des contenus visuels des influenceurs. Ce sera donc un avis favorable.

(*L'amendement n° 120 est adopté.*)(*M. Dominique Potier applaudit.*)

Mme la présidente. La parole est à Mme Virginie Duby-Muller, pour soutenir l'amendement n° 35.

Mme Virginie Duby-Muller. Il vise à permettre que l'obligation d'afficher une mention claire, lisible et identifiable introduite dans l'article soit remplie par l'intermédiaire des outils proposés par les plateformes de contenus tels que définis au V de cet article. Il est essentiel de faire évoluer la signalisation des contenus promotionnels en fonction des technologies et des usages en adaptant celle-ci aux possibilités offertes par les plateformes de contenus.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. L'amendement propose de substituer au maintien de la mention sur bandeau un renvoi aux mécanismes fournis par les fournisseurs de services d'hébergement prévus par le DSA. Cela reviendrait à supprimer l'obligation d'apposer la mention, ce qui serait contradictoire avec l'esprit de la loi. Avis défavorable.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Pour les mêmes raisons que celles énoncées par le rapporteur, avis défavorable.

(*L'amendement n° 35 n'est pas adopté.*)

Mme la présidente. L'amendement n° 79 de M. Éric Bothorel est défendu.

Quel est l'avis de la commission ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. L'amendement est satisfait. Demande de retrait ; à défaut, avis défavorable.

(*L'amendement n° 79 est retiré.*)

Mme la présidente. La parole est à Mme Virginie Duby-Muller, pour soutenir l'amendement n° 38.

Mme Virginie Duby-Muller. Il vise à aligner l'alinéa 2 sur l'alinéa 3 relatif aux mentions obligatoires pour certains produits alimentaires, tout en assurant la cohérence avec les propositions visant à permettre un signalement plus efficace des contenus promotionnels grâce à un mécanisme directement fourni par les plateformes de contenus. Les modalités

d'application de l'alinéa 2 seraient donc déterminées, comme celles de l'alinéa 3, par un arrêté qui en préciserait les contours et les modalités d'application.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. L'amendement est satisfait. Demande de retrait ; à défaut, avis défavorable.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Il est satisfait. Demande de retrait ; à défaut, avis défavorable.

(L'amendement n° 38 est retiré.)

Mme la présidente. Sur les amendements n° 68 et identiques ainsi que sur l'amendement n° 44, je suis saisie par le groupe Socialistes et apparentés (membre de l'intergroupe NUPES) d'une demande de scrutin public.

Les scrutins sont annoncés dans l'enceinte de l'Assemblée nationale.

La parole est à Mme Ségolène Amiot, pour soutenir l'amendement n° 101.

Mme Ségolène Amiot. Il vise à apporter une précision pour répondre à un phénomène que nous avons tous et toutes pu observer, celui des arnaques au CPF – compte personnel de formation. Ces arnaques ont fait l'objet de scandales et sont probablement, en partie du moins, à l'origine de cette proposition de loi. Elles reposaient, entre autres, sur l'utilisation de noms d'organismes de formation presque identiques à ceux d'organismes de formation parfaitement légaux, licites et référencés. Nous proposons que, dans la description d'une vidéo ou d'une photographie, apparaisse le numéro d'identification de l'organisme de formation dont on fait la promotion, en l'occurrence son numéro Siren, qui est le seul numéro permettant l'identification sûre et certaine d'une entreprise.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Nous avons eu ce débat en commission ; avis favorable. Permettez-moi de saisir cette occasion pour vous remercier, madame Amiot, pour le travail pointilleux et constructif que vous avez fourni sur ce texte. *(Applaudissements sur les bancs des groupes LFI-NUPES et SOC.)*

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Mon avis ne sera pas applaudi. *(Sourires.)* Néanmoins, j'ai cherché à trouver des points de consensus, ou de compromis, selon le mot qu'on préfère.

Les modalités d'application de l'article 2 C sont prévues par décret ; le contenu détaillé du message d'information fera donc l'objet d'un décret, dans un second temps. Les obligations d'information d'ores et déjà prévues – c'est-à-dire le bandeau visible pendant l'intégralité de la promotion mentionnant la dénomination sociale de l'organisme de formation – semblent suffisantes à garantir l'information des consommateurs. Demande de retrait ; à défaut, avis défavorable.

Mme la présidente. La parole est à Mme Violette Spillebout.

Mme Violette Spillebout. Une fois n'est pas coutume, le groupe Renaissance est favorable à cet amendement. Dans le cadre des auditions des victimes des arnaques sur les formations, nous avons remarqué la grande difficulté des associations de victimes, comme des victimes individuelles, à faire valoir leurs droits et à exercer un recours. Nous estimons que cette précision, qui peut paraître redondante avec la dénomination sociale sur le plan administratif, sécurisera le consommateur, qui pourra faire un recours beaucoup plus vite avec un numéro Siren. *(Applaudissements sur les bancs des groupes LFI-NUPES et SOC.)*

M. Antoine Léaument. Une fois n'est pas coutume, nous vous applaudissons !

M. Sylvain Maillard. On apprécie !

Mme la présidente. La parole est à Mme la ministre déléguée.

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Pour reprendre l'expression de M. Potier, moi-même, ma conscience et tout ce qui s'ensuit émettons un avis de sagesse. Que l'Assemblée se détermine.

Mme la présidente. La parole est à Mme Ségolène Amiot.

Mme Ségolène Amiot. Un tiens vaut mieux que deux tu l'auras. Je maintiens mon amendement et j'apprécie votre soutien à tous.

(L'amendement n° 101 est adopté.) (Applaudissements sur divers bancs.)

Mme la présidente. L'amendement n° 125 de Mme Lisa Belluco est défendu.

(L'amendement n° 125, repoussé par la commission et le Gouvernement, n'est pas adopté.)

Mme la présidente. Je suis saisie de trois amendements identiques, n° 68, 117 et 133.

La parole est à Mme Virginie DUBY-MULLER, pour soutenir l'amendement n° 68.

Mme Virginie DUBY-MULLER. Cet amendement, que j'ai déposé avec mon collègue Julien Dive, vise à supprimer une disposition qui a été introduite en commission sans concertation avec le secteur agroalimentaire, dont les acteurs n'ont été auditionnés ni par les rapporteurs, ni par Bercy, et sans étude d'impact. La question appelle des échanges approfondis sur les engagements sectoriels de l'industrie agroalimentaire dans le cadre des discussions avec l'Arcom – Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique.

En outre, les industriels de l'agroalimentaire sont déjà engagés dans le cadre d'une charte visant à promouvoir une alimentation et des comportements favorables à la santé des programmes audiovisuels et les publicités pour la période 2022-2024. Dans cette charte, ils se sont notamment engagés à ne plus apparaître dans les programmes destinés à la jeunesse à la télévision et sur internet. Cette charte s'appliquant à droit constant, elle deviendrait caduque avec l'entrée en vigueur de la disposition dont l'amendement demande la suppression.

Les discussions engagées avec l'Arcom sur la révision de la charte alimentaire 2020-2024 doivent débiter dans quelques semaines. Dans ce contexte, la disposition prévue à l'alinéa 3 pourrait freiner les démarches sectorielles.

Mme la présidente. La parole est à M. Sylvain Maillard, pour soutenir l'amendement n° 117.

M. Sylvain Maillard. Vous le savez, nous n'aimons pas les lois bavardes et nous sommes très attentifs au risque d'inconstitutionnalité.

M. Manuel Bompard. Sauf sur les retraites !

M. Sylvain Maillard. Tout comme Mme Duby-Muller, nous proposons donc de supprimer l'alinéa 3 de l'article 2 C, selon lequel les influenceurs qui font la promotion de boissons avec ajouts de sucres, de sel ou d'édulcorants de synthèse ou de produits alimentaires manufacturés sur les réseaux sociaux doivent insérer une information à caractère sanitaire dans leurs publications pour inciter à bouger plus et à manger mieux.

Chers collègues, j'appelle votre attention sur le fait que cette disposition est déjà satisfaite par le droit et qu'elle expose l'ensemble de la proposition de loi à la censure.

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Ça va bien se passer ! *(Sourires.)*

M. Sylvain Maillard. J'appelle donc l'Assemblée à soutenir ces trois amendements identiques.

Mme la présidente. La parole est à Mme Louise Morel, pour soutenir l'amendement n° 133.

Mme Louise Morel. Chers collègues, transformons l'essai : tout comme nous venons d'adopter les amendements de Mme Amiot, adoptons ces amendements qui portent également sur la santé des jeunes, un sujet qui nous tient tous à cœur et sur lequel nous pourrions envoyer un deuxième message fort cet après-midi.

Je vous propose de supprimer l'alinéa 3 de l'article 2 C : il est préférable d'interdire directement la promotion par les influenceurs des produits alimentaires trop gras, salés et sucrés, délétères pour la santé, plutôt que de prévoir une demi-mesure comme l'affichage d'un bandeau informatif sur le support visuel. Ce bandeau ne suffira pas à lutter efficacement contre l'obésité qui touche un nombre croissant de jeunes.

D'après une étude de l'Institut national de la santé et de la recherche médicale (Inserm) de février 2023, 47,3 % des adultes français sont obèses ou en surpoids, et un enfant sur six est en surpoids ou obèse et risque de le rester à l'âge adulte. Or le lien entre le marketing et les préférences alimentaires est clairement établi. Les enfants exposés au marketing de produits alimentaires nocifs pour la santé ne sont pas en mesure de faire des choix rationnels et conscients pour protéger leur santé. Il nous revient donc de le faire.

Avec cet amendement qui vise à interdire la promotion par les influenceurs des produits trop gras, salés et sucrés, je vous propose une mesure efficace. J'appelle l'Assemblée à le soutenir. *(Applaudissements sur plusieurs bancs du groupe Dem.)*

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission sur ces trois amendements identiques ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Chers collègues, je sais qu'on écoute parfois le rapporteur d'une oreille distraite, mais je vous demande cette fois-ci de m'écouter attentivement. Jusqu'à présent, l'exercice auquel nous nous livrons avec l'examen de cette proposition de loi est réussi. C'est un exercice de sincérité, d'engagement et de confiance mutuelle entre les groupes majoritaires et les groupes de l'opposition. Nous essayons d'oublier le camp auquel nous appartenons, nous analysons la situation avec honnêteté et nous tentons d'apporter des réponses.

Mme Clémence Guetté. Vous pourriez essayer plus d'une fois par an !

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Oui, nous pourrions nous améliorer et réitérer cette démarche.

M. Sylvain Maillard. Il faut être deux pour faire des compromis, madame Guetté !

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Avec ces amendements, vous nous demandez de supprimer une disposition que nous avons introduite dans le texte à la suite de la réflexion collective du groupe de travail transpartisan et du vote unanime de la commission des affaires économiques. Vous avez raison, cette disposition existe déjà dans le droit, mais, comme je m'en suis déjà expliqué, nous revendiquons le choix – un choix ponctuel – de l'inscrire dans la proposition de loi par souci de pédagogie et d'information. Notre objectif est que l'activité d'influence commerciale ne soit plus utilisée comme un moyen de contourner la loi du fait de la naïveté, de l'ignorance et parfois de l'ignorance feinte de certains influenceurs commerciaux.

De la même manière que nous indiquons dans la proposition de loi que la loi relative à la lutte contre le tabagisme et l'alcoolisme, la loi Évin, s'applique à l'activité d'influence commerciale ni plus ni moins qu'à toute autre activité publicitaire, nous précisons, dans l'alinéa 3 de l'article 2 C, qu'un influenceur qui fait la promotion de boissons sucrées ou d'aliments transformés doit apposer une mention du type « manger, bouger » sur l'image ou la vidéo au même titre que les autres publicitaires. Cela ne va pas très loin, ce n'est pas la mer à boire. Comment pourrions-nous ne pas assumer que la disposition existe dans le droit et qu'elle s'applique à l'activité d'influence commerciale ?

Dans le cadre de notre travail transpartisan, Arthur Delaporte et moi-même, en tant que co-rapporteurs, avons partagé cette conviction comme une sorte de pilier moral. Nous assumons d'être bavards dans certains articles et de rappeler la loi à l'article 2 C. Cela ne met pas plus en danger le texte que d'autres « bavardages » que nous avons tous approuvés pour d'autres textes. Du fond du cœur, chers collègues, je vous appelle à rejeter ces amendements de suppression ! *(M. Arthur Delaporte, rapporteur, et Mme Ségolène Amiot applaudissent.)*

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Je vais mettre tout le monde d'accord : je suis bavarde !

M. Sylvain Maillard. C'est vrai ! *(Sourires.)*

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Heureusement, je ne suis plus parlementaire, je ne fais donc pas la loi. J'ai entendu les arguments développés par les uns et par les autres et je serai brève sur les amendements n°s 68, 117 et 133.

Comme l'a rappelé le rapporteur Vojetta, la commission a mené un travail transpartisan approfondi. Le Gouvernement est sensible à l'approche de compromis qu'elle a retenue. Préciser dans le texte que la promotion des influenceurs est soumise à toutes les réglementations applicables à la publicité et que cette promotion est autorisée à condition de s'accompagner d'une information à caractère sanitaire paraît important pour un grand nombre de députés qui se sont exprimés. J'ajoute que l'amendement n° 198 de la commission que nous examinerons dans quelques instants est de nature à lever toute crainte d'inconstitutionnalité. Pour ces différentes raisons, tout en comprenant la position défendue par leurs auteurs, le Gouvernement formule un avis défavorable sur ces amendements dans la droite ligne de la commission.

Mme la présidente. La parole est à M. Sylvain Maillard.

M. Sylvain Maillard. Je remercie M. Vojetta de ses explications. Je tiens à le dire clairement : nous partageons tous le même objectif. Toutefois, nous craignons une possible inconstitutionnalité du texte, que l'alinéa 3 de l'article 2 C fragilise. En outre, cet article nous semble redondant par rapport à des dispositions existantes du droit. Nous mettons donc en garde contre le risque d'une proposition de loi bavarde et nous maintenons l'amendement n° 117.

J'insiste sur le fait que nous partageons tous le même objectif dans cet hémicycle. Notre préoccupation est simplement d'écrire une loi rigoureuse et inattaquable.

Mme la présidente. La parole est à M. Dominique Potier.

M. Dominique Potier. M. Vojetta l'a rappelé, la commission a longuement débattu de cet article, qui est vraiment le minimum du minimum ! Chère collègue Louise Morel, j'aimerais moi aussi que nous puissions aller plus loin dès maintenant, mais nous sommes nombreux à avoir déposé des amendements dans ce but, en vain. Alors conservons au moins l'alinéa 3, qui a le mérite de faire un rappel indispensable. Comment pouvez-vous vous opposer à ce que l'on mentionne que toute promotion doit s'accompagner d'une information à caractère sanitaire conformément au code de la santé publique ? Votre demande, qui va à l'encontre de notre volonté de prévention – il faut bouger et manger bien –, me laisse tout à fait dubitatif !

Je ne vois absolument pas en quoi l'alinéa serait inconstitutionnel. En revanche, je devine qui a inspiré votre amendement, monsieur Maillard. Mais ceux qui se prévalent de la charte alimentaire 2020-2024 plutôt que de la loi sont guidés par leurs propres intérêts. Il revient au législateur de rappeler le principe minimum qui s'appliquera aux influenceurs comme à tous les autres acteurs de la publicité – ni plus ni moins. Contester cela revient à remettre en cause l'accord politique auquel nous avons abouti avec cette proposition de loi et à reculer sur un problème de santé publique majeur sur lequel nous n'avons cessé d'alerter. Rappelons que les cas d'obésité ont doublé en vingt ans dans notre pays, que les jeunes des classes populaires sont plus touchés que ceux des classes favorisées et que les territoires d'outre-mer sont particulièrement concernés par cette maladie. Dans un tel contexte, le maintien de l'alinéa 3 de l'article 2 C est bien un minimum !

Mme la présidente. La parole est à M. Arthur Delaporte, rapporteur.

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Nous sommes défavorables à ces amendements identiques pour trois raisons. La première concerne le fond de la proposition de loi :

Dominique Potier l'a rappelé, ce texte vise à construire la régulation, car l'autorégulation du secteur des influenceurs a démontré son inefficacité. Lorsque nous avons commencé à travailler sur cette proposition de loi, les représentants de ce secteur affirmaient que l'autorégulation était suffisante ; ils soutiennent désormais notre démarche, ce qui est heureux. Ce résultat est le fruit de notre travail de conviction. Les représentants des influenceurs comprennent la nécessité que la loi de la République s'impose à toutes et à tous. Voilà ce que je souhaitais dire pour répondre à l'argument concernant l'autorégulation du secteur des influenceurs.

Deuxième raison de notre opposition, le fait que le secteur agroalimentaire s'oppose aux dispositions actuelles du droit devrait nous inquiéter. Cette opposition signifie que les influenceurs sont utilisés pour contourner le droit existant, ce qui devrait suffire à vous convaincre de la nécessité de maintenir l'alinéa 3, lequel n'a pas d'effet sur le droit puisqu'il ne fait que le rappeler.

Outre ces deux raisons pour lesquelles nous sommes opposés aux amendements – la première d'ordre philosophique, la deuxième d'ordre pratique –, il en existe une troisième, d'ordre politique. Nous sommes aujourd'hui dans une bulle de paix, mais toute bulle de paix est fragile. Il suffit parfois pour faire éclater un ballon d'un petit coup d'épingle. Or ce petit coup d'épingle pourrait être le vote favorable de notre assemblée sur ces amendements. Ce serait malheureux car l'alinéa 3 est issu d'un consensus et constitue la seule contribution du groupe Socialistes et apparentés retenue dans la proposition de loi. Depuis le départ, notre groupe a travaillé avec confiance à la construction collective de la proposition de loi. L'élaboration de ce texte constitue un exemple et démontrera, je l'espère, que le Parlement est capable de travailler dans un esprit collégial et apaisé. L'alinéa 3 de l'article 2 C n'est pas anecdotique. Il est même essentiel à mes yeux.

Mme la présidente. La parole est à Mme Louise Morel.

Mme Louise Morel. Malgré mes doutes, qui sont réels, quant à l'efficacité à long terme du bandeau informatif et à la nécessité du rappel du droit existant, qui alourdit la proposition de loi, je suis sensible à vos arguments, monsieur le rapporteur. Vous avez l'intime conviction que ce bandeau sera efficace. Je retire donc mon amendement. (*Applaudissements sur les bancs des commissions. – Mme Ségolène Amiot et M. Dominique Potier applaudissent également.*)

(*L'amendement n° 133 est retiré.*)

Mme la présidente. La parole est à M. Sylvain Maillard.

M. Sylvain Maillard. La discussion fait avancer les choses. Nous avons tous le même objectif, je le répète. Notre discussion ne se place pas sur le terrain politique, monsieur Delaporte. Face à vos explications et à celles de Dominique Potier, j'ai présenté des arguments juridiques. Toutefois, nous sommes réunis pour construire la loi et le groupe Renaissance souhaite que la proposition de loi soit soutenue par une majorité de députés. Je retire donc également mon amendement. (*Applaudissements sur plusieurs bancs des groupes RE, LFI-NUPEF, Dem et SOC.*)

(*L'amendement n° 117 est retiré.*)

Mme la présidente. La parole est à Mme Virginie Duby-Muller.

Mme Virginie Duby-Muller. Dans le même esprit de concorde, je retire aussi mon amendement. (*Mêmes mouvements.*)

(*L'amendement n° 68 est retiré.*)

Mme la présidente. La parole est à M. Dominique Potier, pour soutenir les amendements n° 43 et 44, qui peuvent faire l'objet d'une présentation groupée.

M. Dominique Potier. Ces deux amendements complètent l'alinéa 3 que nous venons de maintenir après un débat fructueux – je salue l'esprit qui a prévalu à notre discussion.

Avec l'amendement n° 43, le groupe Socialistes et apparentés propose que les influenceurs soient tenus d'assortir la promotion de denrées alimentaires du nutri-score, outre les mentions légales minimum du type « manger, bouger ».

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. À un moment, on ne va plus voir les produits !

M. Dominique Potier. Seraient exemptés de cette obligation les produits de qualité et du terroir : les produits fermiers, les produits bénéficiant de signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine (Siqo), les produits issus de l'agriculture biologique, les produits issus d'une exploitation de haute valeur environnementale (HVE), etc.

Quant à l'amendement n° 44, il constitue une variante de l'amendement n° 43 puisqu'il propose que les influenceurs assortissent la promotion de denrées alimentaires, ou bien du nutri-score, ou bien des mentions légales dont nous venons de convenir de l'insuffisance.

Vous le voyez, nous relançons ici le débat sur le nutri-score. Toutefois, pour rassurer tout le monde, et en premier lieu le président de la commission, Guillaume Kasbarian, nous protégeons l'oénotourisme et les produits du terroir, les fromages, les saucissons et les excellents produits gras et salés que des paysans veulent promouvoir dans leurs territoires.

Ces amendements ciblent uniquement les produits agro-industriels néfastes pour la santé : leur promotion par des influenceurs doit s'accompagner du nutri-score ou d'une alerte sanitaire, comme pour toute autre publicité. Voilà la proposition que nous vous faisons pour améliorer le dispositif adopté en commission.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Un mot sur l'épisode précédent : merci à tous d'avoir retiré vos amendements, chers collègues.

Quant à l'amendement n° 43, il propose d'imposer l'affichage du nutri-score sur les publicités relatives à certaines boissons et à certains produits manufacturés. Nous y reviendrons à propos de l'amendement n° 44 mais nous pensons que l'équilibre trouvé en commission, que nous avons défendu à juste titre, est le bon : il exclut l'affichage obligatoire du nutri-score au profit d'une information plus générale, déjà prévue à l'article L. 2133-1 du code de la santé publique. En outre, nous ne sommes pas favorables à la création de catégories de produits échappant à l'obligation supplémentaire que vous souhaitez ajouter. Avis défavorable au n° 43, donc.

L'amendement n° 44, lui, vise à offrir à l'influenceur commercial le choix entre l'apposition de la mention « manger, bouger » – qui est obligatoire – et celle du nutri-score pendant toute la durée de la promotion. Sa rédaction présente donc une certaine incertitude juridique puisque les influenceurs sont déjà soumis à l'obligation d'information à caractère sanitaire prévue à l'article L. 2133-1 du code de la santé publique. Néanmoins, leur laisser le choix quant à la meilleure modalité d'information sur les produits alimentaires manufacturés et les boissons trop sucrées est une idée intéressante, à propos de laquelle les rapporteurs donnent un avis de sagesse.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Avis défavorable aux deux amendements.

Mme la présidente. La parole est à Mme Violette Spillebout.

Mme Violette Spillebout. De la même façon, nous voterons contre l'amendement n° 43 ; en revanche, le choix proposé par l'amendement n° 44 nous semble intéressant. Après en avoir discuté entre nous et avec les professionnels concernés, nous nous inquiétons simplement d'une chose : puisque l'obligation d'apposer le « manger, bouger » s'impose à tous, la mesure consistant à laisser choisir entre cette mention et celle du nutri-score pourrait d'une certaine manière être moins-disante par rapport au dispositif existant. Certes, le nutri-score est un message plus qualitatif, plus complet et plus informatif pour le public – les interventions des uns et des autres l'ont bien montré ; mais si nous leur laissons le choix, certains pourraient choisir de ne plus mentionner le « manger, bouger » et ainsi échapper à une réglementation dont nous aimerions qu'elle soit respectée par tous. C'est un simple point d'alerte, plutôt bienveillant, sur votre proposition d'alternative.

Mme la présidente. La parole est à M. Dominique Potier.

M. Dominique Potier. Merci de votre ouverture sur mon amendement n° 44 ; à mon avis, il peut être livré tel quel au Sénat, qui pourra l'affiner en tenant compte des points très justes que vous soulevez. Je vais vous faire sourire, mais je crois assez à la loi du marché.

M. Éric Bothorel. Ah ! On retient !

M. Sylvain Maillard. Que ce soit inscrit au compte rendu !

M. Dominique Potier. Je le dis avec humour mais je crois que si un produit est bon sur le plan sanitaire, son promoteur cherchera à mettre en évidence son nutri-score, car c'est un argument plus déterminant que la mention « manger, bouger ». Naturellement, les produits allégés conformes aux normes sanitaires vont être promus par le nutri-score, et tant mieux ! Pour les autres, le défaut de nutri-score et la simple apparition du bandeau « manger, bouger » constitueront presque une alerte. Il me semble que l'amendement introduit une souplesse qui permet de garantir une bonne information ; et, encore une fois, si le dispositif n'est pas parfait, la navette permettra de le peaufiner. Merci pour votre ouverture et pour votre soutien.

Mme la présidente. La parole est à M. Denis Masségli.

M. Denis Masségli. J'ai juste une question, pour m'aider à déterminer mon vote. Qu'en est-il des produits étrangers qui ne sont pas assujettis au nutri-score : sont-ils prévus dans le

dispositif? Les influenceurs sont parfois en voyage; or il me semble que ces produits ne sont pas couverts par votre amendement – mais peut-être ai-je raté quelque chose?

(L'amendement n° 43 n'est pas adopté.)

Mme la présidente. Je mets aux voix l'amendement n° 44.

(Il est procédé au scrutin.)

Mme la présidente. Voici le résultat du scrutin :

Nombre de votants	56
Nombre de suffrages exprimés	56
Majorité absolue	29
Pour l'adoption	49
contre	7

(L'amendement n° 44 est adopté; en conséquence, les amendements n°s 61 et 21 tombent.) (M. Arthur Delaporte, rapporteur, applaudit.)

Mme la présidente. La parole est à Mme Caroline Yadan, pour soutenir l'amendement n° 61.

Mme Caroline Yadan. « Manger, bouger », mais surtout rester mince. Ce n'est pas un message que je vous adresse, mes chers collègues, ce n'est pas une allégation de ma part! C'est un message que l'on trouve sur de nombreux réseaux sociaux: de nombreux influenceurs célèbrent leurs kilos perdus et leur métamorphose physique. Pourtant, certaines pratiques alimentaires d'amaigrissement s'avèrent souvent – on l'a dit tout à l'heure – inefficaces voire dangereuses.

Dans un rapport intitulé « Évaluation des risques liés aux pratiques alimentaires d'amaigrissement », publié en novembre 2010, l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (Anses) souligne leur nocivité. Le président du groupe de travail qui a produit ce rapport, le docteur Jean-Michel Lecerf, explique notamment que « des personnes qui n'avaient pas de problèmes de poids avant leur régime peuvent se retrouver en surpoids et développer des troubles du comportement alimentaire ». Les régimes peuvent également provoquer des carences en glucides, en vitamines, en minéraux; enfin, certains régimes hypoglucidiques seraient associés à des risques accrus de cancers ou de maladies cardiovasculaires, ainsi qu'à des troubles de l'ovulation, notamment chez les adolescents.

Mme la présidente. Ma chère collègue, excusez-moi mais l'adoption de l'amendement n° 44 a fait tomber le vôtre ainsi que le suivant, l'amendement n° 21. Je suis donc obligée de vous reprendre le micro.

Suspension et reprise de la séance

Mme la présidente. La séance est suspendue.

(La séance, suspendue à seize heures trente-cinq, est reprise à seize heures quarante-cinq.)

Mme la présidente. La séance est reprise.

Je suis saisie de deux amendements, n°s 198 et 88, pouvant être soumis à une discussion commune.

La parole est à M. Arthur Delaporte, rapporteur, pour soutenir l'amendement n° 198.

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Il vise à assurer la cohérence juridique de cet article.

Mme la présidente. La parole est à M. Hervé de Lépinau, pour soutenir l'amendement n° 88.

M. Hervé de Lépinau. Il s'agit de désamorcer une éventuelle inconstitutionnalité du texte et, à tout le moins, d'éviter une juxtaposition des peines tendant à obscurcir le droit applicable aux influenceurs.

En l'occurrence, comme n'importe quel publicitaire, les influenceurs français sont tenus de diffuser un message d'information sanitaire lorsqu'ils sont établis en France et qu'ils font la promotion de boissons et d'aliments mauvais pour la santé. Ne pas diffuser ce message d'information, c'est s'exposer à 37 500 euros d'amende.

La nouveauté qu'apporte la présente proposition de loi consiste à étendre cette exigence d'information sanitaire à l'ensemble des influenceurs, qu'ils soient établis en France, en Europe ou ailleurs. Nous n'avons rien à redire sur le principe, loin de là. Le problème est que vous proposez de punir les infractions à ce principe de 4 500 euros d'amende et d'un an d'emprisonnement.

Pour la même infraction, vous créez donc une seconde peine exclusivement applicable aux influenceurs qui se trouvent à l'étranger. Il s'agit ni plus ni moins d'une rupture d'égalité devant la loi entre les publicitaires, qu'ils soient constitués en agence ou qu'ils fassent de la publicité grâce à leur notoriété personnelle.

Plus grave, et c'est l'enjeu essentiel de cet amendement, la situation des influenceurs établis en France pose question puisqu'en omettant l'information sanitaire, ils tombent sous le coup de deux articles de loi et de leurs peines respectives, sans que l'on sache vraiment laquelle devrait s'appliquer.

Afin d'éviter ces écueils, nous proposons donc l'identité des peines, soit 37 500 euros d'amende.

Mme la présidente. Sur cet amendement n° 88, j'ai été saisie – avant sa défense – par le groupe Rassemblement national d'une demande de scrutin public.

Le scrutin est annoncé dans l'enceinte de l'Assemblée nationale.

Sur l'article 2 C, je suis saisie par le groupe Rassemblement national d'une demande de scrutin public.

Le scrutin est annoncé dans l'enceinte de l'Assemblée nationale.

Quel est l'avis de la commission?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Comme nous avons anticipé le problème soulevé par les auteurs de l'amendement n° 88, nous proposons une solution avec l'amendement n° 198. Avis défavorable à l'amendement n° 88.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Je demande le retrait de l'amendement n° 88 au profit de l'amendement n° 198 auquel je suis favorable.

(L'amendement n° 198 est adopté; en conséquence, l'amendement n° 88 tombe.)

Mme la présidente. La parole est à Mme Virginie Duby-Muller, pour soutenir l'amendement n° 32, qui fait l'objet du sous-amendement n° 192.

Mme Virginie Duby-Muller. Il vise plusieurs objectifs : la protection de la créativité des créateurs de contenu ; l'harmonisation avec le droit existant ; la mise en cohérence avec les mécanismes de signalement proposés.

Il s'agit ainsi de permettre des retouches photo ou vidéo – colorimétrie, 3D, contraste – sans le mentionner explicitement et préserver ainsi la créativité et l'innovation des créateurs. Il faut articuler cette disposition avec les obligations existantes de la publicité en matière de mention des retouches, tout en incluant les retouches du visage qui peuvent avoir un impact significatif sur l'audience. Cette mention obligatoire doit être intégrée dans les mécanismes proposés au sein des plateformes de contenu, pour permettre une bonne harmonisation de ces messages et donc une meilleure protection du consommateur.

Mme la présidente. La parole est à M. Arthur Delaporte, rapporteur, pour soutenir le sous-amendement n° 192.

M. Arthur Delaporte, rapporteur. C'est un sous-amendement rédactionnel.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Je suis favorable à l'amendement de Mme Duby-Muller, sous réserve de l'adoption du sous-amendement n° 192.

(Le sous-amendement n° 192 est adopté.)

(L'amendement n° 32, sous-amendé, est adopté.)

Mme la présidente. La parole est à M. Laurent Esquenet-Goxes, pour soutenir l'amendement n° 36.

M. Laurent Esquenet-Goxes. Cet amendement de précision a pour but d'harmoniser les conditions de visibilité de l'obligation de mention de retouche avec l'obligation de mention de l'existence d'une promotion.

(L'amendement n° 36, accepté par la commission et le Gouvernement, est adopté.)

Mme la présidente. La parole est à M. Éric Bothorel, pour soutenir l'amendement n° 82.

M. Éric Bothorel. Je vous propose de supprimer l'alinéa 5 de l'article 2 C car le conserver reviendrait à complexifier le DSA, dont l'objectif est précisément l'harmonisation des cadres juridiques. Je tiens à associer mon collègue Sylvain Maillard à cette initiative car je pressens que l'amendement recueillera un avis favorable – ça lui fera la journée ! *(Sourires.)*

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Favorable.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Si cela peut contribuer à faire le bonheur des députés Bothorel et Maillard, j'émet un avis favorable.

M. Sylvain Maillard. Excellente ministre !

(L'amendement n° 82 est adopté ; en conséquence, l'amendement n° 37 tombe.)

Mme la présidente. La parole est à M. Laurent Esquenet-Goxes, pour soutenir l'amendement n° 147.

M. Laurent Esquenet-Goxes. Cet amendement ouvre la possibilité de majorer le montant de l'amende encourue par un influenceur pour le non-respect des obligations de mention du caractère promotionnel d'un message. La majoration serait de 50 % du prix de la promotion. Cette possibilité s'appliquerait aussi aux informations spécifiques relatives aux publicités pour les formations professionnelles.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. J'émet un avis défavorable pour les raisons déjà évoquées.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Je demande le retrait de cet amendement. À défaut, j'émettrai un avis défavorable.

(L'amendement n° 147 est retiré.)

Mme la présidente. Je mets aux voix l'article 2 C.

(Il est procédé au scrutin.)

Mme la présidente. Voici le résultat du scrutin :

Nombre de votants	30
Nombre de suffrages exprimés	30
Majorité absolue	16
Pour l'adoption	30
contre	0

(L'article 2 C, amendé, est adopté.)

Article 2 D

Mme la présidente. Sur l'amendement n° 108 et sur les amendements identiques n° 132 et 179, je suis saisie par le groupe Renaissance d'une demande de scrutin public.

Les scrutins sont annoncés dans l'enceinte de l'Assemblée nationale.

La parole est à M. Antoine Léaument, inscrit sur l'article.

M. Antoine Léaument. Mon intervention va me permettre de vous donner notre position sur tous les amendements déposés sur cet article, ce qui va nous faire gagner du temps.

L'article tend à créer un label national Relations influenceurs responsables, qui nous semble poser problème. Nous sommes donc très satisfaits de voir que le rapporteur Vojetta a déposé un amendement de suppression – que nous allons approuver. Si l'amendement de M. Vojetta n'était pas adopté, nous nous opposerions à l'amendement n° 148 de M. Esquenet-Goxes.

Pourquoi sommes-nous réticents à la création d'un label sur les réseaux sociaux? Parce qu'il sera possible d'y associer quelque chose, notamment des règles algorithmiques plus favorables à ceux qui détiennent le label qu'aux autres – c'est l'association la plus dangereuse.

Le sujet a été soulevé sur les réseaux sociaux, précisément. Voyant arriver cette histoire de label et d'algorithmes favorisant les contenus labellisés plutôt que les autres, certains ont pressenti la catastrophe. Si label il y a, qui l'attribue et quels contenus seront ainsi favorisés sur les réseaux sociaux?

La question des algorithmes est centrale sur les réseaux sociaux. En tant que président du groupe d'études sur les réseaux sociaux, je l'ai proposée comme l'un des axes de nos réflexions. Il faut s'interroger sur la place des algorithmes dans la propagation de fausses nouvelles, mais aussi – et peut être surtout – sur leur place dans les choix politiques: un contenu favorisé peut induire des choix politiques orientés.

C'est pourquoi les algorithmes seront au cœur des travaux de notre groupe d'études et pourquoi je tenais à en faire l'argument majeur de nos explications de vote sur les amendements concernant cet article.

Mme la présidente. La parole est à M. le rapporteur, pour soutenir l'amendement n° 177, tendant à la suppression de l'article.

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Je vais retirer cet amendement au profit de l'amendement n° 108 qui va adéquatement corriger l'article, notamment en faisant référence à la charte proposée par le Gouvernement.

(L'amendement n° 177 est retiré.)

Mme la présidente. La parole est à Mme Violette Spillebout, pour soutenir l'amendement n° 108.

Mme Violette Spillebout. Nous proposons de passer de l'idée d'un label à une écriture simplifiée et plus en phase avec la réalité des pratiques en certifiant les influenceurs qui ont de bonnes pratiques, notamment en mettant en valeur le certificat de l'influence responsable. Quelque 550 influenceurs sont déjà certifiés et l'on compte une quarantaine d'inscriptions par semaine, ce qui est plutôt bon signe.

Le travail effectué par le Gouvernement, Bruno Le Maire et Olivia Grégoire autour d'un guide de bonne conduite des influenceurs et créateurs de contenu, ainsi que nos débats en commission et dans l'hémicycle, favorisent la responsabilisation de chaque influenceur dans les domaines de la consommation, de l'environnement et de la protection des droits des uns et des autres.

Tout cela est aussi lié au partenariat passé avec l'Union des métiers de l'influence et des créateurs de contenu (Umicc) pour ces labels et au fait que certaines marques ne veulent travailler qu'avec des influenceurs certifiés. Cette inscription dans la loi procède d'une démarche pédagogique et correspond à la pratique qui est en train de se développer.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Favorable.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Le Gouvernement est convaincu de la pertinence de l'amendement n° 108 et l'a d'ailleurs anticipé en créant un guide de bonne conduite des influenceurs et créateurs de contenu, qui recense trente questions du quotidien que peuvent se poser les consommateurs et les influenceurs, et résume le droit existant et les bonnes pratiques.

Ce guide a été présenté vendredi à une partie de la communauté des influenceurs. Il reste à faire un travail de pédagogie, mais je ne doute pas que vous serez des messagers pour faire connaître ce guide. J'émetts donc un avis très favorable et je lance un appel à promouvoir ces bonnes pratiques de la part de toutes et tous, dans l'intérêt de nos concitoyens et de la protection des consommateurs.

Mme la présidente. La parole est à M. Antoine Léaument.

M. Antoine Léaument. Je voudrais obtenir des précisions pour déterminer notre position sur cet article, dont la rédaction sera désormais celle-ci: « L'État met à disposition toute information utile portant sur les droits et devoirs des personnes exerçant l'activité définie à l'article 1^{er} de la présente loi. Cette information à caractère pédagogique peut utilement être relayée par les acteurs qui concourent au développement de l'activité définie au même l'article 1^{er}. »

Quelle forme prendront ces informations utiles? Seront-elles ajoutées en bas du contenu en question? Si je vous pose la question, c'est que j'ai des exemples précis en tête. Pendant la période du covid-19, on a ainsi vu apparaître des vidéos portant des mentions du style « ce site est référencé comme fiable ».

Je voudrais savoir comment se présentera ce que l'État fera apparaître sur les contenus des réseaux sociaux, afin de déterminer si cela peut induire une lecture en forme de critique officielle des contenus, en quelque sorte. Si c'est cela, nous n'y serons pas forcément favorables. Personnellement, je pense que ce serait presque pire que la rédaction initiale.

Mme la présidente. La parole est à Mme la ministre déléguée.

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. J'ai toujours à cœur de répondre quand je le peux. Le guide de bonne conduite est déjà en ligne sur le site du ministère de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique.

M. Antoine Léaument. Il s'agira donc uniquement d'un guide?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Tout à fait. Il est téléchargeable, sous un format que je ne nommerai pas, car il n'est pas disponible en open data – mais peut-être le sera-t-il un jour.

M. Antoine Léaument. Et comment l'information apparaîtra-t-elle sur les contenus publiés sur les réseaux sociaux? Quelque chose est-il prévu?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Non.

M. Sylvain Maillard. Vous ne serez pas forcé d'indiquer quoi que ce soit sur vos propres contenus!

Mme la présidente. Je mets aux voix l'amendement n° 108.

(Il est procédé au scrutin.)

Mme la présidente. Voici le résultat du scrutin:

Nombre de votants	35
Nombre de suffrages exprimés	33
Majorité absolue	17
Pour l'adoption	33
contre	0

(L'amendement n° 108 est adopté; en conséquence, l'article 2 D est ainsi rédigé et les amendements n° 9 et 148 tombent.)

Article 2 E

Mme la présidente. Je suis saisie de deux amendements identiques, n°s 132 et 179.

La parole est à Mme Violette Spillebout, pour soutenir l'amendement n° 132.

Mme Violette Spillebout. Il vise à modifier l'article 2 E, dans un double objectif. Sa rédaction actuelle risquerait, par une interprétation *a contrario* du texte, de laisser croire que les personnes pratiquant la livraison directe – ou *dropshipping*, en anglais –, si elles ne sont pas également des influenceurs, ne seront pas soumises aux exigences prévues dans l'article.

L'amendement tend donc à indiquer clairement que les dispositions de l'article 2 E sont applicables à toutes les personnes pratiquant la livraison directe. Il est en outre proposé de reformuler la deuxième phrase de l'article afin d'exiger des influenceurs qu'ils s'assurent de la licéité des produits promus – une obligation plus large que l'exigence d'un certificat de conformité aux normes européennes, qui ne s'applique pas à tous les produits. Là encore, il s'agit d'imposer une responsabilité à l'influenceur et de rassurer le consommateur.

Mme la présidente. L'amendement n° 179 de Mme Louise Morel est défendu.

Quel est l'avis de la commission sur ces amendements ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Favorable.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Même avis.

Mme la présidente. Je mets aux voix les amendements identiques n°s 132 et 179.

(Il est procédé au scrutin.)

Mme la présidente. Voici le résultat du scrutin :

Nombre de votants	37
Nombre de suffrages exprimés	37
Majorité absolue	19
Pour l'adoption	37
contre	0

(Les amendements identiques n°s 132 et 179 sont adoptés; en conséquence, l'article 2 E est ainsi rédigé et les amendements n°s 83, 109, 100, 107 et 7, ainsi que le sous-amendement n° 199, tombent.)

Article 2

Mme la présidente. L'amendement n° 200 déposé par M. Stéphane Vojetta, rapporteur, au nom de la commission, est défendu.

(L'amendement n° 200, accepté par le Gouvernement, est adopté.)

Mme la présidente. Sur l'amendement n° 111, ainsi que sur les amendements identiques n°s 29 et 161, je suis saisie par le groupe Renaissance de demandes de scrutin public.

Les scrutins sont annoncés dans l'enceinte de l'Assemblée nationale.

La parole est à Mme Louise Morel, pour soutenir l'amendement n° 149.

Mme Louise Morel. Déposé par mon collègue Christophe Blanchet et soutenu par l'intégralité des députés du groupe Démocrate, il vise à compléter l'alinéa 2 de l'article 2, en précisant que l'activité d'agent d'influenceur doit tenir compte en particulier des atteintes possibles au droit de la propriété intellectuelle. Nous avons évoqué à plusieurs reprises le code de la consommation et le code de la santé publique, mais la question de la propriété intellectuelle peut également se poser. Par cet amendement, nous proposons d'y faire explicitement référence.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Les enjeux relatifs au code de la propriété intellectuelle sont déjà traités dans le cadre de cette proposition de loi. Nous souhaitons réserver l'alinéa 2 aux seuls enjeux relatifs à la prévention des conflits d'intérêts. J'émet donc un avis défavorable.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Pour les mêmes raisons, j'émet une demande de retrait ou, à défaut, un avis défavorable.

(L'amendement n° 149 est adopté.)

(L'article 2, amendé, est adopté.)

Article 2 bis

Mme la présidente. L'amendement n° 30 de Mme Virginie Duby-Muller est défendu.

Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. L'amendement vise à intégrer toutes les parties prenantes du secteur dans la contractualisation prévue à l'article 2 bis pour encadrer l'influence commerciale, ainsi qu'à renforcer et à répartir la responsabilité de chacun d'entre elles. Je vous propose de le retirer, au profit de l'amendement n° 175, qui procède au même ajout, mais de façon plus ciblée.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, *ministre déléguée*. M. le rapporteur Vojetta présentera dans quelques instants l'amendement n° 175, dont l'adoption permettra de satisfaire la demande de Mme Duby-Müller, à qui je propose donc de retirer son amendement au profit de l'amendement n° 175.

(L'amendement n° 30 est retiré.)

Mme la présidente. La parole est à M. le rapporteur, pour soutenir l'amendement n° 175.

M. Stéphane Vojetta, *rapporteur*. Il s'agit d'un amendement rédactionnel, qui vise à préciser que les mandataires, à savoir les agents ayant reçu mandat de leurs clients pour les représenter, sont inclus dans le périmètre de la proposition de loi.

(L'amendement n° 175, accepté par le Gouvernement, est adopté.)

Mme la présidente. La parole est à Mme Violette Spillebout, pour soutenir l'amendement n° 111.

Mme Violette Spillebout. Il fait suite au débat qui nous a animés concernant l'opportunité d'exonérer de l'obligation de contractualisation les avantages en nature ou les contrats portant sur de très faibles montants. L'objectif est ainsi d'exonérer les marques de l'obligation de passer un contrat écrit avec des agents ou des influenceurs lorsque l'enjeu économique est très faible. Il s'agit notamment de protéger les petites start-up ou les créateurs français qui envoient des échantillons de produits de façon raisonnable et raisonnée. Pour ce faire, je propose de prévoir un seuil en deçà duquel ces acteurs seront exonérés de l'obligation de contractualiser.

La rédaction proposée dans l'amendement n° 202 déposé par les rapporteurs, qui sera examiné ultérieurement, permettra également, me semble-t-il, de prendre cette préoccupation en considération.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, *rapporteur*. Nous partageons votre vision des choses. Une fois définie, à l'article 1^{er}, l'activité d'influenceur commercial, qui s'assortit de toute une série d'interdictions et de clarifications – en particulier des obligations de transparence quant au caractère promotionnel des contenus publiés –, se pose la question de la contractualisation : le contrat écrit doit-il s'imposer de la même manière à tous les influenceurs commerciaux, sans définir de seuil ? À la lumière de la consultation effectuée auprès des acteurs du secteur, notamment en votre présence, il nous est apparu adéquat d'établir un seuil minimal en deçà duquel la rédaction d'un contrat écrit ne s'imposait pas, afin de ne pas complexifier outre mesure le modèle économique des personnes concernées. Avis favorable.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, *ministre déléguée*. Favorable également.

Mme la présidente. Je mets aux voix l'amendement n° 111.

(Il est procédé au scrutin.)

Mme la présidente. Voici le résultat du scrutin :

Nombre de votants	43
Nombre de suffrages exprimés	42
Majorité absolue	22
Pour l'adoption	42
contre	0

(L'amendement n° 111 est adopté.)

Mme la présidente. La parole est à Mme Virginie Duby-Müller, pour soutenir l'amendement n° 31.

Mme Virginie Duby-Müller. Il vise à retirer l'obligation de mentionner dans le contrat les coordonnées téléphoniques des parties. Les créateurs de contenus utilisent en effet souvent leur numéro de téléphone personnel et ne souhaitent pas que certains partenaires, notamment les annonceurs, aient accès à cette information. Le fait de ne pas indiquer les coordonnées téléphoniques n'entravera en rien la capacité des différentes parties à contacter leurs partenaires commerciaux.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, *rapporteur*. Sagesse.

(L'amendement n° 31, accepté par le Gouvernement, est adopté.)

Mme la présidente. Je suis saisie de deux amendements, n°s 150 et 168, pouvant être soumis à une discussion commune.

La parole est à Mme Louise Morel, pour soutenir l'amendement n° 150.

Mme Louise Morel. Il vise à préciser la rédaction des alinéas 4 et 5 de l'article 2 *bis*, en indiquant que la nature des contreparties – c'est-à-dire les rémunérations en numéraire ou la valeur de l'avantage en nature –, mais aussi les modalités de sa détermination, sont renvoyées au contrat. Nous souhaitons également préciser les droits et obligations incombant aux parties au contrat, notamment en matière de propriété intellectuelle.

Mme la présidente. La parole est à M. le rapporteur, pour soutenir l'amendement n° 168.

M. Stéphane Vojetta, *rapporteur*. Je le retire, au profit de l'amendement n° 150 de Mme Morel, sur lequel j'é mets donc un avis favorable.

(L'amendement n° 168 est retiré.)

(L'amendement n° 150, accepté par le Gouvernement, est adopté; en conséquence, les amendements n°s 29 et 161 tombent.)

Mme la présidente. La parole est à Mme Louise Morel, pour soutenir l'amendement n° 151.

Mme Louise Morel. Déposé par mon collègue Christophe Blanchet et soutenu par les députés du groupe Démocrate, il vise à préciser que les contrats établis entre les influenceurs et leurs agents ou leurs annonceurs seront soumis non seulement « au code de la consommation et à la présente loi », mais aussi – j'y reviens – au code de la propriété intellectuelle. Il s'agit ainsi d'expliciter la place du code de la propriété intellectuelle dans le texte, ce qui permettra, par extension, de lutter plus facilement contre la promotion de produits contrefaisants.

Prenons l'exemple des cartes Pokémon, qui parlera peut-être à ceux d'entre nous qui ont des enfants.

M. Antoine Léaument. Pas seulement à ceux qui ont des enfants !

Mme Ségolène Amiot. Certains parmi nous en ont encore eux-mêmes ! *(Sourires.)*

Mme Louise Morel. La promotion des cartes Pokémon est-elle actuellement soumise au respect du code de la santé publique ? Non, évidemment. En revanche, les services de Bercy annonçaient en 2021 la saisie de fausses cartes Pokémon, dont l'encre se dissout lorsque les enfants les portent à la bouche, ce qui entraîne de multiples problèmes de santé – parfois jusqu'à l'hospitalisation. En l'espèce, ce n'est pas le code de la santé publique qui peut être invoqué pour protéger les enfants – ni, d'ailleurs, les influenceurs qui promeuvent parfois ces produits à leur insu –, mais bien le code de la propriété intellectuelle.

Il importe donc de prévoir explicitement la conformité des contrats avec ledit code, ce que le texte, dans sa rédaction actuelle, ne fait pas. Nous vous invitons à apporter votre soutien à cet amendement, pour garantir la santé de nos enfants.

Mme Estelle Folest. Très bien !

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. L'amendement vise à soumettre le contrat prévu à l'article 2 *bis* au code de la propriété intellectuelle. Pour des raisons de praticité, et afin de ne pas soumettre les influenceurs commerciaux à des contraintes excessives, il convient de restreindre autant que possible les clauses et mentions exigibles dans le contrat. Nous nous sommes efforcés de nous tenir à cette règle. Les enjeux liés à la contrefaçon sont d'ailleurs déjà traités dans d'autres parties du texte. Avis défavorable.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. L'amendement de M. Blanchet vise à modifier l'alinéa 6, qui fait par ailleurs l'objet de l'amendement n° 170 du rapporteur Vojetta, que nous examinerons juste après celui-ci. Je vous suggère donc de retirer votre amendement, au profit de l'amendement suivant.

Mme la présidente. La parole est à Mme Louise Morel.

Mme Louise Morel. J'ai lu rapidement l'amendement n° 170 du rapporteur et il me semble qu'il n'y est nulle part fait mention du code de la propriété intellectuelle ; le problème ne serait donc pas résolu. Pour reprendre l'exemple que je citais à l'instant, qu'en serait-il de cartes de jeu pour enfants contrefaites, importées de pays où les produits de ce type ne sont pas soumis aux mêmes normes de sécurité qu'en France ? Si vous m'assurez, madame la ministre déléguée, monsieur le rapporteur, qu'une telle situation est couverte par votre amendement, je pourrais envisager de retirer le mien.

Mme la présidente. La parole est à Mme la ministre déléguée.

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Nous débattons depuis six heures maintenant, et ceci explique peut-être cela : objection retenue et sagesse obtenue. (« Ah ! » *sur les bancs du groupe Dem.*)

Mme Estelle Folest. Très bien !

Mme la présidente. Maintenez-vous votre avis défavorable, monsieur le rapporteur ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Sagesse.

(L'amendement n° 151 est adopté.) (Applaudissements sur les bancs des groupes Dem. – Mme Ségolène Amiot applaudit également.)

Mme la présidente. La parole est à M. Stéphane Vojetta, rapporteur, pour soutenir l'amendement n° 170.

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Il s'agit de préciser, pour sécuriser juridiquement les contrats entre influenceurs, d'une part, agents et annonceurs, d'autre part, que la soumission du contrat au droit français intervient lorsque les contenus d'influence commerciale concernés sont principalement destinés au public français. C'est un élément important, qui permet de rappeler aux influenceurs qui envisageraient de contourner la loi en s'éloignant du territoire national qu'il n'y a pas de moyen d'échapper à la loi française dès lors que l'on s'adresse à une audience française.

(L'amendement n° 170, accepté par le Gouvernement, est adopté.)

Mme la présidente. La parole est à M. Stéphane Vojetta, rapporteur, pour soutenir l'amendement n° 167.

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Il ne paraît pas souhaitable que la mention de la possibilité pour la personne exerçant l'activité d'influence commerciale d'être labellisée figure parmi les clauses obligatoires du contrat concerné, d'autant que l'absence de cette clause conduirait, en l'état de la présente rédaction, à la nullité de celui-ci.

(L'amendement n° 167, accepté par le Gouvernement, est adopté.)

Mme la présidente. Sur l'amendement n° 89, je suis saisie par le groupe Rassemblement national d'une demande de scrutin public.

Le scrutin est annoncé dans l'enceinte de l'Assemblée nationale.

La parole est à M. Hervé de Lépinau, pour soutenir l'amendement n° 89.

M. Hervé de Lépinau. Les influenceurs étant déjà soumis, en matière de publicité, aux mêmes règles que n'importe quel autre publicitaire, cette proposition de loi doit éviter de réinventer l'eau tiède ; elle doit non seulement durcir le cadre légal en précisant certaines données spécifiques aux promotions réalisées par les influenceurs mais aussi et surtout garantir que les influenceurs d'aujourd'hui et de demain ont connaissance des obligations qui leur incombent.

Aussi proposons-nous de généraliser l'enseignement des principes juridiques et éthiques qui s'appliquent à leur activité en nous appuyant sur le certificat dit de l'influence responsable délivré par l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité, l'ARPP, depuis 2020. Ce certificat permet en effet de dispenser aux influenceurs, selon leur audience, quelques heures de cours en ligne afin de leur enseigner les rudiments de la réglementation publicitaire. Son obtention est conditionnée à la réussite d'une évaluation finale.

La direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) révèle que six influenceurs contrôlés sur dix sont en infraction avec la loi. Par ailleurs, l'observatoire de l'influence de l'ARPP soulignait, en 2021, que les petits influenceurs de moins de 10 000 abonnés sont ceux qui commettent le plus d'infractions, avec près de 43 % de publications à caractère promotionnel défaillantes vis-à-vis de la loi.

Ces chiffres édifiants nous conduisent à penser que, pour l'essentiel, les infractions sont commises par des influenceurs non professionnalisés, qui n'ont pas connaissance du cadre juridique de leur activité. De fait, l'ARPP rapporte que, depuis 2020, seulement un peu plus de 400 influenceurs se sont engagés en obtenant son certificat. C'est pourquoi cet amendement vise à généraliser l'éducation des influenceurs aux bonnes pratiques publicitaires en leur imposant de détenir le certificat de l'influence responsable délivré par l'ARPP.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Manifestement, monsieur de Lépinau, vous n'avez pas suivi les débats en commission ; cela vous aurait évité de généraliser en indiquant que six influenceurs contrôlés sur dix sont en infraction avec la loi. En effet, soixante influenceurs seraient concernés. Leur nombre n'est donc pas considérable.

Quant à l'amendement, il favoriserait une dérégulation totale puisqu'il tend à confier à une instance privée, l'ARPP, le pouvoir de décider qui peut ou non être influenceur. Tel n'est pas notre choix : nous préférons que tout cela soit régulé par la loi de la République.

Rappel au règlement

Mme la présidente. La parole est à M. Hervé de Lépinau, pour un rappel au règlement. Sur le fondement de quel article ?

M. Hervé de Lépinau. Pour une mise en cause personnelle. Je souhaiterais, monsieur le rapporteur Delaporte, que vous cessiez de me mettre en cause. Mes interventions ont démontré, me semble-t-il, que j'ai travaillé le texte. Ce n'est pas parce que l'un de vos amendements a explosé en vol que vous devez me mettre en cause de manière systématique. Je vous demande donc de vous reprendre et de mener à bien l'examen de votre texte – que vous avez du reste amélioré, et je vous en remercie.

Article 2 bis (suite)

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement sur l'amendement n° 89 ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. L'amendement tend à exiger la détention d'un certificat pour la pratique de l'activité d'influenceur. Le Gouvernement y voit deux difficultés. Tout d'abord, dès lors que ce certificat serait obligatoire, cette mesure peut être analysée comme une barrière à l'entrée pour l'exercice de ladite activité, contraire à la liberté d'établissement et à la directive relative aux services dans le marché intérieur, dite directive services. Ensuite, elle pourrait – c'est même presque certain – faire basculer l'activité d'influence commerciale dans le domaine des professions réglementées.

Ces deux motifs contraindraient le législateur à notifier cette disposition à la Commission européenne. Il perdrait, de ce fait, la pleine maîtrise de son calendrier alors que le certificat souffre, à ce stade, d'un simple déficit de notoriété lié à sa genèse récente, puisqu'il a été créé en 2020.

Pour ces raisons, j'émetts donc un avis défavorable.

Mme la présidente. Je mets aux voix l'amendement n° 89.

(Il est procédé au scrutin.)

Mme la présidente. Voici le résultat du scrutin :

Nombre de votants	44
Nombre de suffrages exprimés	44
Majorité absolue	23
Pour l'adoption	7
contre	37

(L'amendement n° 89 n'est pas adopté.)

Mme la présidente. La parole est à M. Laurent Esquenet-Goxes, pour soutenir l'amendement n° 152.

M. Laurent Esquenet-Goxes. Il s'agit de renforcer le dispositif de représentation légale prévu dans le texte, en ajoutant dans le contrat entre l'influenceur et son agent une clause obligatoire qui mentionne le représentant légal du créateur de contenus.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Soucieux de protéger le consommateur, notamment d'accroître ses possibilités d'être indemnisé en cas de perte à la suite des promotions réalisées par un influenceur commercial, nous avons nous-mêmes examiné de manière approfondie, notamment avec les services de Bercy, le dispositif consistant à imposer la mention d'un représentant légal de la personne exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique.

Cependant, nous préférons, à ce stade, ne pas l'inclure dans le texte, car il soulève des difficultés juridiques certaines ; nous avons trouvé d'autres manières d'aborder cette question, que nous pourrions vous exposer ultérieurement. Avis défavorable, donc.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Avis défavorable, pour les mêmes raisons que celles exposées par le rapporteur.

Mme la présidente. La parole est à M. Laurent Esquenet-Goxes.

M. Laurent Esquenet-Goxes. Compte tenu des arguments du rapporteur, je retire l'amendement.

(L'amendement n° 152 est retiré.)

Mme la présidente. La parole est à Mme Louise Morel, pour soutenir l'amendement n° 153.

Mme Louise Morel. Par cet amendement, les membres du groupe Démocrate vous proposent d'établir le principe d'une responsabilité solidaire entre l'annonceur et la personne qui exerce l'activité d'influenceur commercial vis-à-vis des tiers lésés dans le cadre d'une opération d'influence commerciale. Ainsi, non seulement l'influenceur et l'annonceur seraient responsabilisés, mais, surtout, le tiers lésé pourrait

demander réparation d'un préjudice ou bien à l'influenceur ou bien à l'annonceur et serait ainsi protégé contre le risque d'insolvabilité de l'un ou de l'autre coresponsable.

Concrètement, si un influenceur vous vend une pilule miracle censée guérir le cancer, vous pourrez, grâce à cette disposition, demander réparation du préjudice subi soit à l'influenceur, soit à l'annonceur. Bien entendu, l'autorité judiciaire aura la liberté de fixer la juste répartition de la contribution à la dette solidaire entre l'annonceur et l'influenceur.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. La question de l'indemnisation des victimes d'éventuels abus commis par des influenceurs commerciaux en lien avec l'exécution des contrats concernés est effectivement essentielle. Nous sommes donc favorables à l'insertion du principe de coresponsabilité dans l'article 2 *bis*.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Décidément, madame Morel : avis favorable !

(L'amendement n° 153 est adopté.)

Mme la présidente. La parole est à M. Stéphane Vojetta, rapporteur, pour soutenir l'amendement n° 202.

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Il est retiré.

(L'amendement n° 202 est retiré.)

(L'article 2 bis, amendé, est adopté.)

Article 2 *ter*

Mme la présidente. La parole est à Mme la ministre déléguée, pour soutenir l'amendement n° 106.

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Il s'agit de supprimer les dispositions relatives à l'obligation de désigner un représentant légal au sein de l'Union européenne. Nous entendons borner ainsi l'obligation de souscrire une assurance civile professionnelle obligatoire aux seules personnes exerçant en dehors de l'Union européenne, de la Confédération suisse et de l'Espace économique européen.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Il est évidemment important que le texte mette fin aux stratégies de contournement de la loi. C'est la raison pour laquelle nous avons imposé que soit mentionnée dans le contrat la soumission de celui-ci au droit français. Néanmoins, l'application de la loi peut être compliquée par l'éloignement géographique, en particulier lorsque l'influenceur réside dans des pays où il est difficile de faire exécuter les peines prononcées en France.

Nous soutenons donc pleinement la proposition du Gouvernement d'imposer une couverture de responsabilité civile à ceux qui exerceraient l'activité d'influence commerciale à destination du public français depuis un territoire situé hors de l'Union européenne. Avis très favorable.

Mme la présidente. La parole est à Mme Nadège Abomangoli.

Mme Nadège Abomangoli. Nous souhaiterions connaître les raisons juridiques précises pour lesquelles le Gouvernement propose de restreindre l'ambition initiale de l'article 2 *ter* puisque l'on passerait d'une obligation, pour l'influenceur installé hors de l'Union européenne, de désigner un représentant légal à une simple obligation de souscrire une assurance civile professionnelle.

L'ambition originelle était, me semble-t-il, de rattraper les influenceurs qui veulent profiter de leur éloignement pour échapper notamment à la fiscalité française puisque, on le sait, nombre d'entre eux s'établissent dans des paradis fiscaux. Nous souhaiterions donc obtenir des précisions avant de nous prononcer sur l'amendement.

À ce sujet, puisque nous sommes dans une « bulle de paix », comme l'a indiqué Arthur Delaporte, je rappelle que La France insoumise propose, dans son programme, L'Avenir en commun, d'instaurer un impôt universel qui permettrait de combattre cette évasion fiscale.

M. Arthur Delaporte, rapporteur. C'est du placement de produit ! *(Sourires.)*

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Il faudrait mettre un bandeau !

Mme la présidente. La parole est à M. Hervé de Lépinau.

M. Hervé de Lépinau. Je suis un peu étonné. Lorsque j'ai suggéré d'imposer aux influenceurs de détenir un certificat par lequel ils s'engageraient à respecter une charte de bonne conduite en matière de publicité, il m'a été répondu par le Gouvernement qu'il n'était pas question de faire de cette profession une profession réglementée. Or, en l'espèce, il propose de leur imposer de souscrire une assurance civile professionnelle.

La logique est la même, madame la ministre déléguée. Vous proposez un dispositif assurantiel qui couvre les mauvaises pratiques ; quant à moi, j'ai proposé que l'on contrôle la connaissance que les influenceurs ont de la loi pour éviter précisément d'avoir à recourir à un mécanisme d'indemnisation. Je regrette que vous n'ayez pas soutenu mon amendement, et j'observe qu'en imposant la souscription d'une assurance civile professionnelle, vous faites, d'un certain point de vue, de cette profession une profession réglementée.

Mme la présidente. La parole est à Mme la ministre déléguée.

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Si un simple label ou une simple charte évitait tous les dommages ! En premier lieu, l'assurance est très importante parce qu'elle permet de réparer les dommages et, même si je comprends votre intervention, ce n'est absolument pas une barrière à l'entrée du même acabit que ce que vous avez proposé et qui pourrait fonder – j'utilise le conditionnel – une profession réglementée.

Les dispositions actuelles de l'article 2 *ter* sur la représentation légale portent une atteinte à la liberté contractuelle – et je réponds ainsi à Mme Abomangoli – en imposant un mandataire obligatoire à toutes les personnes établies en dehors de l'Union, indépendamment du fait qu'elles jouissent ou non de la capacité juridique, ce qui est un précédent inédit pour les personnes physiques. Par ailleurs, elles ne précisent pas le pouvoir dévolu au représentant légal ni son articulation avec, le cas échéant, les modes de représentation légale existant déjà.

Le Gouvernement est en revanche favorable à une assurance civile professionnelle obligatoire pour les seules personnes résidant en dehors de l'UE, de la Confédération suisse ou encore de l'Espace économique européen, considérant en effet que les mécanismes de coopération judiciaire civile fonctionnent suffisamment bien dans ces espaces pour favoriser l'indemnisation des victimes des influenceurs. C'est la raison pour laquelle nous nous sommes permis, au nom du Gouvernement, de proposer cet amendement.

(L'amendement n° 106 est adopté; en conséquence, l'article 2 ter est ainsi rédigé et les amendements n° 34, 94, 91, 154 et 90 tombent.)

Article 3

Mme la présidente. La parole est à M. Hervé de Lépinau, pour soutenir l'amendement n° 92.

M. Hervé de Lépinau. Cet amendement important vient compléter efficacement le dispositif proposé par l'article 3, qui pose des exigences en matière de signalement pour les services d'hébergement. Nous proposons d'étendre ces exigences aux services intermédiaires, dont font partie les réseaux sociaux où sont pratiquées l'essentiel des fraudes des influenceurs.

Par ailleurs, le contrôle privé organisé par les services intermédiaires et les services d'hébergement ne saurait se substituer au contrôle de la légalité organisé par la puissance publique. En effet, une publication illégale peut être supprimée mais, dès lors qu'elle a été publiée, ne serait-ce qu'un instant, ses effets restent irréversibles pour les personnes qui ont été exposées. C'est en raison de la permanence de son effet chez les sujets exposés que l'auteur d'une publication illégale doit aussi pouvoir être sanctionné par l'État. Voilà pourquoi cet amendement propose que soient systématiquement transférés sur la plateforme d'harmonisation, d'analyse, de recoupement et d'orientation des signalements (Pharos) les publications sanctionnées par les services en ligne.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Votre amendement arrivant en premier, j'en profiterai pour donner ma position de principe sur l'ensemble des amendements à cet article 3, lequel incorpore des éléments du DSA, le règlement récemment adopté par Bruxelles, à notre texte, pour qu'ils puissent s'appliquer directement à l'activité d'influence commerciale. Nous pouvons ici remercier Bruxelles d'avoir mis à notre disposition des outils efficaces et puissants pour responsabiliser les plateformes. Pour atteindre cet objectif, il nous faut nous assurer de la solidité juridique du texte, et nous sommes de ce fait astreints à une fidélité extrême au texte original du règlement. C'est pourquoi nous ne pouvons accepter des amendements qui, d'une certaine manière, iraient au-delà de ce qui est déjà fixé par le DSA.

C'est donc un avis défavorable, qui vaudra pour d'autres amendements à cet article, sans que j'aie besoin de répéter les mêmes arguments.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Comme le rapporteur, je développerai sur cet amendement des arguments que je ne répéterai pas ensuite. L'amendement n° 92 a pour objet d'obliger l'ensemble des fournisseurs de services intermé-

diaires à mettre en place des mécanismes permettant à tout particulier ou à toute entité de signaler des contenus illicites et à transmettre sans délai les publications signalées à la plateforme Pharos. Ce faisant, il va au-delà des exigences prévues par le DSA, qui oblige uniquement les services d'hébergement à mettre en place des mécanismes permettant à tout particulier ou à toute entité de signaler des contenus illicites. L'ensemble des services intermédiaires ne sont pas concernés par cette obligation et, comme vient de le rappeler le rapporteur Vojetta, le règlement DSA est d'application directe et ne permet aucunement la mise en œuvre par les États de mesures plus rigoureuses.

Par ailleurs, toujours en application de ce règlement, seuls les services d'hébergement et non l'ensemble des services intermédiaires ont l'obligation d'informer promptement les autorités répressives ou judiciaires, dès lors qu'ils ont connaissance d'informations conduisant à soupçonner qu'une infraction pénale présentant une menace pour la vie ou la sécurité d'une ou de plusieurs personnes a été commise. C'est la raison pour laquelle l'avis du Gouvernement est défavorable.

Mme la présidente. La parole est à M. Hervé de Lépinau.

M. Hervé de Lépinau. Ironie de l'actualité parlementaire, c'est bien la première fois qu'une surtransposition du droit européen n'est pas possible, mais j'en prends acte.

(L'amendement n° 92 n'est pas adopté.)

Mme la présidente. La parole est à Mme Louise Morel, pour soutenir l'amendement n° 155.

Mme Louise Morel. L'article 3 propose que les fournisseurs de services d'hébergement mettent en place des mécanismes de signalement des contenus illicites. Tel qu'il est actuellement rédigé, il porte uniquement sur les contenus considérés comme illicites au regard du code de la consommation. Cet amendement de mon collègue Christophe Blanchet propose d'étendre les dispositions de l'article aux violations du code de la propriété intellectuelle, qui devraient pouvoir être signalées par les mêmes mécanismes de signalement. Ainsi, un article contrefait, c'est-à-dire qui ne respecte pas les normes de sécurité, pourrait être signalé par les utilisateurs ou les personnes ayant accès à ces services de signalement.

(L'amendement n° 155, accepté par la commission et le Gouvernement, est adopté.)

Mme la présidente. La parole est à Mme Ségolène Amiot, pour soutenir l'amendement n° 85.

Mme Ségolène Amiot. Le groupe La France insoumise-Nouvelle Union populaire, écologique et sociale souhaite clarifier les attentes vis-à-vis des plateformes pour ce qui est du contrôle des notifications qui leur sont soumises. Il est actuellement question dans le texte d'un seuil de notification à partir duquel les plateformes sont tenues de réagir et d'examiner le contenu signalé. Nous pensons que cette notion de seuil n'est pas pertinente car elle invisibilise les arnaques qui ne touchent qu'un public très restreint – nous l'avons évoqué tout à l'heure, il y a parfois des publics de niche, et il n'est pas nécessaire d'avoir une grande communauté pour arnaquer qui que ce soit.

L'idée, donc, est de ne pas s'attacher au nombre, d'autant que cela privilégierait les signalements de masse et encouragerait la pratique des raids numériques, ce que nous ne souhaitons évidemment pas. Nous pensons que, pour garantir un bon traitement des notifications par les plate-

formes, il convient d'ajouter dans le texte que tout signalement doit être examiné. C'est la garantie, d'une part, que l'égalité de traitement sera respectée et, d'autre part, que toutes les situations seront examinées.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Cet amendement va au-delà du DSA ; pour les raisons déjà invoquées, l'avis est donc défavorable.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Avis défavorable également. La disposition que vous proposez reprend en réalité l'article 16 du DSA, qui oblige déjà les plateformes à traiter toutes les notifications en temps opportun, de manière diligente, non arbitraire et objective, soit une obligation dès le premier signalement.

Mme la présidente. La parole est à Mme Nadège Abomangoli.

Mme Nadège Abomangoli. Vous dites, madame la ministre déléguée, que cet amendement est une redite du DSA : rien ne nous empêche donc d'envoyer un signal indiquant que la France sera prête à appliquer le DSA, le moment venu : il convient de se réjouir du fait que cette proposition de loi est un texte pionnier, pour reprendre les mots du rapporteur Delaporte de ce matin. Nous maintenons donc cet amendement, avec l'espoir que nous soyons pionniers dans l'application du DSA.

Mme la présidente. La parole est à Mme la ministre déléguée.

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Pour sa parfaite information, j'indique quand même à la représentation nationale que le DSA est un règlement, d'application directe. Le texte de loi arrive dans les tout prochains mois, et je ne doute pas que vous pourrez, à cette occasion, intégrer ces questions.

(L'amendement n° 85 n'est pas adopté.)

Mme la présidente. La parole est à M. Sylvain Carrière, pour soutenir l'amendement n° 86.

M. Sylvain Carrière. Le groupe La France insoumise-Nouvelle Union populaire, écologique et sociale souhaite permettre une application optimale de ce texte, notamment des dispositions relatives aux mentions et bandeaux obligatoires. Laisser aux créateurs de contenus le maquettage et la disposition de ces bandeaux nuit à l'uniformité des messages de prévention. Cela peut également induire des inégalités avec les créateurs amateurs, dont nous ne devons pas entraver la capacité de création, notamment lorsque ce n'est pas leur activité principale. Les plateformes ont, pour leur part, amplement les moyens de mettre directement ces éléments à disposition des créateurs de contenus : c'est donc à elles d'assurer cette mission.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Cet amendement vise à obliger les plateformes à mettre en place des outils de signalement spécifiques. Or, si le DSA précise que les plateformes doivent mettre en place des outils de signalement visibles et efficaces, à dessein il ne précise pas lesquels, pour permettre

une harmonisation européenne lorsqu'il sera appliqué. Nous allons donc au-delà du règlement et, pour les raisons déjà invoquées, ce sera un avis défavorable.

(L'amendement n° 86, repoussé par le Gouvernement, n'est pas adopté.)

Mme la présidente. La parole est à M. Antoine Léaument, pour soutenir l'amendement n° 97.

M. Antoine Léaument. Je ne doute pas que cet amendement-ci recueillera un avis favorable et l'assentiment de notre assemblée. Il s'agit d'interdire le fait, pour des plateformes, de pouvoir vendre des certifications de compte. On a vu la pratique apparaître avec les comptes Twitter Blue : au lieu que les certifications concernent des médias, des personnalités politiques ou publiques ayant une certaine audience – de même que, sur des réseaux sociaux, certains influenceurs étaient certifiés à partir d'un certain nombre d'abonnés –, Twitter, le premier, vend désormais la certification, laquelle est un outil qui sert précisément à distinguer un compte officiel d'un faux compte.

S'il y a paiement, il s'agit non plus d'une certification mais d'un service fourni par le réseau social. Je n'ai *a priori* pas de problème avec le fait que des réseaux sociaux vendent des services ou des avantages – YouTube, par exemple, vend l'absence de publicité ; reste que vendre de la certification est problématique, car il devient impossible ensuite de distinguer un compte officiel d'un autre – d'aucuns misent désormais sur des badges de certification gris ou dorés. Il faut donc interdire la vente de certifications et définir des règles claires au sujet de ces dernières. C'est le sens de cet amendement, qui, avec le bazar qui s'est installé parmi les comptes Twitter, devrait recueillir un large assentiment.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Une fois n'est pas coutume, je serai d'accord avec M. Léaument : les volte-face d'Elon Musk et sa gestion erratique de Twitter n'ont pas aidé à saisir la signification des badges bleus, tout comme le fait qu'ils ne soient pas payants dans tous les pays. Cela étant, nous ne pouvons pas, en tant que législateurs français, imposer des règles relatives à la gestion interne d'une entreprise souveraine et en l'occurrence détenues par ses actionnaires. Ainsi, dans la mesure où il s'agirait d'une atteinte à la liberté d'entreprendre, j'émet un avis défavorable – même si je répète qu'on ne peut que souhaiter une clarification rapide.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Même avis défavorable, pour les mêmes raisons.

Mme la présidente. La parole est à Mme Louise Morel.

Mme Louise Morel. Nous avons justement travaillé, au sein du mouvement des Jeunes démocrates, à un amendement portant sur Twitter Blue, mais celui-ci a étonnamment été déclaré irrecevable. Alors que le présent amendement vise à interdire la vente de certifications, le nôtre prévoyait un mécanisme intermédiaire qui aurait explicitement inscrit dans la loi que toute plateforme doit distinguer clairement les certifications de profils d'utilisateurs octroyées à titre gratuit de celles accordées à titre payant.

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Si on commence à présenter les amendements déclarés irrecevables...

Mme Louise Morel. Je le répète, cet amendement n'a pas été déclaré recevable, si bien que nous ne pouvons l'examiner. J'estime néanmoins que notre proposition eût été plus équilibrée qu'une interdiction pure et simple de la délivrance payante de certifications. Quoi qu'il en soit, cette question est importante, car pour 7 ou 8 euros par mois – c'est ce que cela coûte –, quelqu'un peut très bien faire certifier un compte en se présentant comme le député A, B ou C. Le groupe Démocrate votera donc cet amendement, même si je répète que nous aurions préféré une mesure plus équilibrée.

Mme la présidente. La parole est à M. Antoine Léaument.

M. Antoine Léaument. Tout d'abord, l'État français peut décider d'imposer certaines dispositions. Pour ma part, je considère que la liberté d'entreprendre est inférieure à l'intérêt général dans la hiérarchie des normes. C'est un avis personnel, mais qui figure en substance dans la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen – je ne vous ennuierais pas avec cela aujourd'hui. *(Sourires sur les bancs du groupe LFI-NUPES.)*

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Nous ne discutons pas d'avis personnels : nous agissons pour l'intérêt général.

M. Antoine Léaument. Ensuite, sur le fond du sujet, je répète qu'il n'y a pas de problème à ce que des entreprises détenant des réseaux sociaux fournissent des services en échange de paiements de la part des utilisateurs – quoique cela se discute car, dans le cadre d'un débat plus large sur les réseaux sociaux, nous pourrions considérer qu'ils relèvent de l'intérêt général. Cela pourrait même faire partie de leur modèle économique : YouTube, par exemple, dont j'ai parlé tout à l'heure, propose un système de cet ordre. Il s'agit de YouTube Premium : en échange de l'adhésion payante, les utilisateurs ne voient plus de publicités ou ont accès à des contenus gratuits. En revanche, il n'y a pas de signe indiquant aux internautes que certains comptes sont certifiés.

En ma qualité d'ancien responsable, pendant dix ans, de l'administration des réseaux sociaux de Jean-Luc Mélenchon, ...

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. En quoi cela fait-il partie du débat ?

M. Antoine Léaument. ...je puis vous dire que le sujet de la certification est important. À cet égard, des questions se posent s'agissant de Twitch, réseau social détenu par Amazon, car les certifications y sont accordées non en échange de paiements, mais notamment selon un critère de génération de recettes. En effet, sur Twitch, vous êtes certifié quand vous générez assez de revenus, assez de contenus et quand suffisamment d'utilisateurs sont abonnés à votre compte. J'ai eu de nombreux échanges avec les responsables de Twitch à ce sujet et, en fin de compte, un député ne peut être certifié, alors qu'il serait pourtant intéressant que le contenu des personnalités publiques puisse être identifié et garanti, et ce indépendamment du fait que le compte rapporte ou non de l'argent, le code de déontologie nous interdisant d'en gagner ainsi. Vous voyez donc toute la complexité de la question.

Je nous invite donc à adopter cet amendement, afin de laisser une trace et de faire en sorte que cette question continue d'être discutée dans le cadre de la navette parle-

mentaire. Vous pourrez éventuellement supprimer ensuite cette disposition ou opter pour une formule similaire à celle que proposait notre collègue Morel.

(L'amendement n° 97 n'est pas adopté.)

(L'article 3, amendé, est adopté.)

Article 3 bis

Mme la présidente. La parole est à Mme Ségolène Amiot, pour soutenir l'amendement n° 110.

Mme Ségolène Amiot. Je serai brève : nous proposons de remplacer les mots « dans les meilleurs délais » par les mots « sous quarante-huit heures », car dès lors que nous retenons le dispositif des signaleurs de confiance, il est primordial que leurs notifications soient traitées rapidement. Dans le cas contraire, ce fonctionnement n'aurait plus aucun sens.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Une telle disposition ne serait pas conforme au DSA. Par conséquent, à mêmes causes, mêmes effets : j'émetts un avis défavorable.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Il est également défavorable : cette mesure irait au-delà des exigences fixées à l'article 22 du règlement européen DSA.

(L'amendement n° 110 n'est pas adopté.)

Mme la présidente. La parole est à Mme Ségolène Amiot, pour soutenir l'amendement n° 122.

Mme Ségolène Amiot. Par cet amendement, je souhaite préciser que « l'autorité administrative compétente » sera l'Arcom, étant entendu que cet organe est appelé à jouer ce rôle. Je comprends que j'anticipe quelque peu sur certains points devant être tranchés dans le futur, néanmoins le débat est ainsi ouvert sur cette question.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Le choix de l'autorité compétente n'appartient pas au Parlement et n'est d'ailleurs pas officiel. L'avis est donc défavorable.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Le choix de l'autorité compétente revient en effet au Gouvernement et dans un souci de cohérence de la loi je ne souhaite pas anticiper cette désignation, qui interviendra dans le cadre du futur projet de loi relatif au numérique. Votre amendement est pertinent, madame la députée, mais nous souhaitons simplement faire les choses dans l'ordre. Je vous demande donc de bien vouloir le retirer, à défaut de quoi mon avis sera défavorable.

(L'amendement n° 122 est retiré.)

Mme la présidente. Sur l'amendement n° 93, je suis saisie par le groupe Rassemblement national d'une demande de scrutin public.

Le scrutin est annoncé dans l'enceinte de l'Assemblée nationale.

La parole est à Mme Louise Morel, pour soutenir l'amendement n° 156.

Mme Louise Morel. Cet autre amendement de mon collègue Christophe Blanchet et du groupe Dem vise à étendre l'attribution du statut de signaleur de confiance aux personnes morales dont l'objet est de lutter contre les violations du code de la propriété intellectuelle. Une telle disposition s'inscrirait dans la lignée de ce qui existe déjà s'agissant des personnes morales – typiquement les associations – luttant contre les violations du code de la consommation. Je précise en outre que, tel qu'il est rédigé, l'amendement n'imposerait pas aux associations de consommateurs de modifier leurs statuts si elles se voyaient accorder ce rôle de signaleur de confiance.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Il y a un problème de rédaction. En effet, il eût été préférable que vous utilisiez le mot « et » à la place du mot « ou » dans votre proposition. L'avis est donc défavorable.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Même avis.

Mme la présidente. La parole est à Mme Nadège Abomangoli.

Mme Nadège Abomangoli. Plusieurs amendements portent sur la question des signaleurs de confiance. Je rappelle à cet égard que mon collègue François Piquemal et moi-même avons suggéré la création de ce statut dans notre proposition de loi, nous inspirant d'ailleurs du DSA et anticipant d'une certaine manière son application. À l'instar de Mme Morel, nous souhaitons que ce statut puisse concerner des associations de consommateurs, comme UFC-Que choisir.

J'ajoute que, d'un point de vue général, il faudra être très vigilant. En effet, des lanceurs d'alerte, actifs sur les réseaux sociaux depuis longtemps, s'inquiètent à juste titre des modalités de délivrance du statut de signaleur de confiance et se demandent quels types de structures pourraient se le voir accorder. L'examen de la présente proposition de loi constitue l'occasion de défricher le sujet : dans la mesure où les signaleurs auront une priorité, une voix prépondérante, il convient d'éclairer la représentation nationale.

Mme la présidente. La parole est à Mme la ministre déléguée.

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Pour ma part, j'essaie de me montrer éclairante sur le périmètre du débat qui nous mobilise aujourd'hui. Pour ce qui est d'éclairer le futur projet de loi relatif au numérique qui reprendra les dispositions du DSA et que mon collègue chargé du numérique, Jean-Noël Barrot, défendra au nom du Gouvernement, je ne puis que vous assurer que, le connaissant, il aura à cœur de discuter avec vous dans les prochains jours ou les prochaines semaines au sujet des différents amendements pertinents que vous avez déposés. Je ne leur ai donné un avis défavorable que parce qu'ils anticipaient ce futur texte, non pour d'autres raisons.

Dans la mesure où j'ai la chance de partager les mêmes locaux – en l'occurrence à Bercy – avec M. Barrot, je me propose de lui faire passer le message et, je le répète, je ne doute pas qu'il s'entretiendra avec vous en amont du dépôt

de son projet de loi. Je prends personnellement l'engagement de lui transmettre dès demain vos propositions, ses équipes et lui-même vous contacteront ensuite.

J'insiste, ce n'est pas parce qu'elles sont à côté du sujet que je leur ai donné un avis défavorable, mais parce qu'elles ne portent pas sur le bon véhicule législatif et qu'elles anticipent les débats à venir. La plupart d'entre elles méritent d'être approfondies en vue du futur projet de loi relatif au numérique.

(L'amendement n° 156 n'est pas adopté.)

Mme la présidente. La parole est à M. Hervé de Lépinau, pour soutenir l'amendement n° 93.

M. Hervé de Lépinau. Cet amendement me semble fondamental si l'on veut anticiper l'avenir s'agissant de l'influence et des signaleurs de confiance. Nous souhaitons ajouter l'alinéa suivant à l'article 3 *bis* : « Les signalements émanant d'un signaleur de confiance ne sont pas traités prioritairement lorsqu'ils portent sur une publication d'un parti politique ou d'un élu de la République exerçant un mandat. »

Il s'agit d'un amendement de précaution visant à permettre à notre débat public de continuer à vivre et de le laisser régi par la loi naturelle qui le gouverne, à savoir la loi de 1881 sur la liberté de la presse. Il paraît en effet préférable de poser dès à présent un jalon, en limitant les capacités des signaleurs de confiance. Le domaine politique ne doit pas les concerner, celui-ci étant soumis à d'autres lois. Je ne voudrais pas que la liberté d'expression, qui est consubstantielle à toute démocratie, soit entachée par une telle disposition.

Depuis le début de l'examen du texte, nous parlons de propositions transpartisanes : j'estime que celle-ci est de nature à intéresser tout le monde, raison pour laquelle je vous invite évidemment à voter cet amendement.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Il est intéressant que ce soit un élu du Rassemblement national qui défende cet amendement visant à exonérer les publications des partis politiques du respect des règles du DSA, règlement qui porte par exemple sur l'interdiction de la haine raciale, dont certains partis politiques d'extrême droite ont été coutumiers.

M. Nicolas Meizonnet. Oh là là !

M. Arthur Delaporte, rapporteur. J'estime qu'aussi bien les partis politiques que les élus doivent être soumis aux règles régissant l'ensemble des comportements sur les réseaux sociaux. Je ne vois donc pas de raison de soutenir cet amendement qui, par ailleurs, n'est pas conforme au DSA. *(MM. Hervé de Lépinau et Nicolas Meizonnet s'exclament.)* Vous estimez que les élus émettent une parole fiable. Tous n'ont probablement pas une parole d'une fiabilité équivalente.

Quoi qu'il en soit, je souhaiterais profiter de cet avis sur cet amendement pour saluer le travail des médias. En effet, à l'instant où je vous parle, nous apprenons que La Chaîne parlementaire (LCP) vient de voir son compte Twitter suspendu.

Mme Estelle Folest et M. Antoine Léaument. Ah bon ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Je tiens à exprimer, je pense en notre nom à tous, notre solidarité aux équipes de LCP, notre attachement appuyé à la liberté de la presse, ainsi que notre inquiétude. (*Mmes et MM. les députés du groupe LFI-NUPES se lèvent et applaudissent. – Applaudissements sur les bancs des groupes RE, Dem, SOC, HOR et LIOT.*) À l'heure même où nous cherchons à encadrer certaines dérives sur les réseaux sociaux, nous voyons ce qu'il se passe quand un magnat, qui fait peu de cas des libertés et de leur défense, fait ce qu'il veut. Un compte Twitter relayant avec fiabilité, clarté et sincérité nos débats, se faisant même un devoir de pédagogie, est aujourd'hui suspendu. Nous cherchons à encadrer les influenceurs, mais LCP, qui aurait pu relayer notre travail, n'est plus en mesure de le faire.

J'espère que Twitter France se rendra rapidement compte qu'il s'agit d'une erreur et présentera ses excuses non seulement à La Chaîne parlementaire, mais aussi à la représentation nationale. Je pense que le vœu et la condamnation que je viens de formuler sont unanimes.

Mme Estelle Folest. Très bien !

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Avis défavorable.

Je ne suis plus membre de la représentation nationale, mais j'espère que la suspension du compte de La Chaîne parlementaire n'est qu'une erreur et qu'elle sera rapidement corrigée, tant dans l'intérêt de la représentation nationale que dans celui des équipes de la chaîne qui suivent nos débats, avec pertinence et attention, sans tenir compte des bords politiques.

Mme la présidente. Exceptionnellement, je m'associe aux propos de soutien car il est scandaleux que le compte de La Chaîne parlementaire, laquelle est une émanation de notre assemblée, soit suspendu.

La parole est à M. Antoine Léaument.

M. Antoine Léaument. Un collègue me dit en souriant que le compte de LCP a été bloqué car Manuel Bompard devait y passer ce soir. (*Sourires.*)

M. Sylvain Maillard. Non, ce soir c'est Pierre Cazeneuve !

M. Antoine Léaument. Plus sérieusement, nous discutons aujourd'hui de la réglementation des influenceurs et des réseaux sociaux. Il est donc absurde de penser que la suspension du compte de LCP soit intervenue par hasard. Nous venons de discuter des intérêts économiques d'Elon Musk et des certifications payantes, auxquelles nous sommes défavorables. Le compte Twitter de LCP a été suspendu avant mon intervention, mais, depuis ce matin, plusieurs interventions... (*Sourires.*) Je ne dis pas que c'est mon intervention qui a causé la suspension.

M. Sylvain Maillard. Un peu, tout de même.

M. Antoine Léaument. Je souligne simplement le fait que, derrière les influenceurs, nous parlons également des intérêts économiques des grandes entreprises de réseaux sociaux – Gafam et Twitter.

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. On devrait surtout parler des amendements, ce que vous ne faites pas !

M. Antoine Léaument. Nous devons mener notre réflexion sur les réseaux sociaux en fonction de l'intérêt général, car ils sont des outils du débat politique. Je vous alerte sur la

suspension du compte de LCP aujourd'hui. Ce n'est pas un peu inquiétant, c'est très inquiétant ! Il nous faut obtenir des explications le plus rapidement possible. (*Applaudissements sur les bancs du groupe LFI-NUPES.*)

Mme la présidente. La parole est à M. Arthur Delaporte, rapporteur.

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Il faut toujours vérifier ses sources. Des journalistes – liberté de la presse – viennent de m'apprendre qu'il pourrait s'agir d'une erreur technique interne plutôt que d'un choix intentionnel visant La Chaîne parlementaire. (*Rires.*) C'est l'occasion de rappeler que nous sommes toujours sensibles à la liberté d'expression et que nous soutenons les journalistes.

Mme la présidente. Je mets aux voix l'amendement n° 93.

(*Il est procédé au scrutin.*)

Mme la présidente. Voici le résultat du scrutin :

Nombre de votants	46
Nombre de suffrages exprimés	46
Majorité absolue	24
Pour l'adoption	4
contre	42

(*L'amendement n° 93 n'est pas adopté.*)

(*L'article 3 bis est adopté.*)

Article 4

Mme la présidente. La parole est à Mme Virginie Duby-Muller, pour soutenir l'amendement n° 139.

Mme Virginie Duby-Muller. Il a pour but de se conformer à l'article 9 du règlement du Parlement européen et du Conseil du 19 octobre 2022 relatif à un marché unique des services numériques et modifiant la directive DSA qui encadre les conditions dans lesquelles l'autorité compétente enjoint à l'opérateur de plateforme d'agir contre un contenu illicite. Ce règlement ne permet pas de mettre sur un même plan les injonctions prononcées par l'autorité administrative compétente et le signalement émis par un signaleur de confiance.

Cet amendement vise également à reprendre les dispositions de l'article 22 de ce même règlement, relatives au traitement des signalements émis par les signaleurs de confiance.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Je remercie Arthur Delaporte – le rapporteur qui réagit plus vite que son ombre – pour ce petit moment de frisson. Nous espérons tous que la lumière pourra être faite sur cet incident technique.

L'amendement reprend mot pour mot les termes des articles 9 et 22 du règlement européen d'application directe DSA. Nous n'y sommes pas opposés car cela permet davantage de lisibilité des obligations des plateformes dans la loi française. Avis favorable.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Olivia Grégoire, ministre déléguée. Avis favorable.

Je vais devoir, malheureusement, vous quitter. Comme vous, j'ai attendu mardi soir et mercredi soir, presque jusqu'au bout de la nuit, que ces débats commencent. Comme vous, j'ai beaucoup apprécié nos échanges, qui se sont déroulés dans une bulle de paix. Je veux également saluer, avec beaucoup de sincérité, l'engagement des deux rapporteurs Arthur Delaporte et Stéphane Vojetta, ainsi que la très belle tenue de nos débats sur un sujet qui concerne les gens et pour lequel nous sommes tous, quels que soient nos bancs politiques, mobilisés. Avec Bruno Le Maire, nous avons suivi ce texte avec beaucoup d'attention.

Je vous remercie donc pour l'état d'esprit qui a régné tout au long de la journée dans l'hémicycle, malgré nos divergences. M. le ministre délégué chargé des relations avec le Parlement poursuivra les échanges au nom du Gouvernement. C'est une bonne nouvelle. Il n'y aura pas de rupture de charge. Je le répète : un immense merci pour l'engagement et le travail effectué. Je ne demande pas de suspension de séance pour ne pas ralentir vos travaux. *(Applaudissements sur les bancs des groupes RE et Dem, ainsi que sur quelques bancs du groupe LFI-NUPES.)*

Mme la présidente. La parole est à M. Stéphane Vojetta, rapporteur.

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Je vous remercie pour votre participation à ce travail au long cours, en collaboration avec votre cabinet, ainsi qu'avec ceux de Bruno Le Maire et Jean-Noël Barrot. Je vous remercie également d'avoir soutenu, par vos paroles et par vos efforts, la bulle de paix.

Mme la présidente. La parole est à M. Arthur Delaporte, rapporteur.

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Je vous remercie à mon tour pour votre présence en ce jour et pour le travail que nous avons réalisé ensemble afin que tout se passe dans les meilleures conditions. Je remercie le Gouvernement à ce titre, ainsi que pour l'engagement de la procédure accélérée, qui permettra l'entrée en vigueur dans les plus brefs délais de ce texte auquel tient l'Assemblée nationale dans son ensemble. Nous sommes ravis de poursuivre nos travaux avec M. le ministre délégué chargé des relations avec le Parlement.

(L'amendement n° 139 est adopté; en conséquence, les amendements n°s 112 et 116 tombent.)

Mme la présidente. La parole est à Mme Ségolène Amiot, pour soutenir l'amendement n° 121.

Mme Ségolène Amiot. Il vise à améliorer le dispositif des signaleurs de confiance en renforçant la responsabilité de l'autorité de régulation et la participation de la Cnil. Il est ainsi proposé qu'afin d'assurer le signalement par des signaleurs de confiance, les opérateurs de plateforme en ligne utilisent des solutions techniques certifiées par l'Arcom, qui élabore à cette fin un référentiel après consultation de la Cnil.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. L'amendement propose d'enjoindre aux opérateurs de plateforme d'utiliser les solutions techniques certifiées par l'Arcom. Votre intention est honorable, mais il s'agit de mécanismes européens et l'Arcom n'a pas l'autorité nécessaire pour faire certifier ces solutions techniques. En raison donc d'un risque de non-conformité au DSA, avis défavorable.

Mme la présidente. La parole est à M. le ministre délégué chargé des relations avec le Parlement, pour donner l'avis du Gouvernement.

M. Franck Riester, ministre délégué chargé des relations avec le Parlement. Avis défavorable.

(L'amendement n° 121 n'est pas adopté.)

Mme la présidente. La parole est à Mme Ségolène Amiot, pour soutenir l'amendement n° 114.

Mme Ségolène Amiot. Il propose la mise à jour régulière, au plus tard tous les six mois, de la liste des sites internet ou comptes d'utilisateur faisant la promotion illicite de produits ou services.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. L'idée est louable car elle permet d'apporter une solution adaptée au problème de l'évolution très rapide du secteur du e-commerce en général et des plateformes et *marketplaces* en particulier. Avis favorable.

(L'amendement n° 114, accepté par le Gouvernement, est adopté.)

Mme la présidente. La parole est à Mme Estelle Folest, pour soutenir l'amendement n° 127.

Mme Estelle Folest. Il concerne les dérives sectaires, sujet dont nous avons récemment reparlé et qui remonte aujourd'hui à la surface. Le dernier rapport de la Miviludes – mission interministérielle de vigilance et de lutte contre les dérives sectaires – montre l'explosion de ce phénomène au cours des vingt dernières années. Nous ne nous sommes pas beaucoup préoccupés. Aujourd'hui, les sectes recrutent largement sur les réseaux sociaux par le biais d'influenceurs, des sortes de gourous 2.0.

L'amendement propose de faire apparaître un message d'avertissement – affichant également le contact de la Miviludes – sur le compte d'influenceurs ayant fait l'objet de plusieurs signalements auprès de la Miviludes. Nous parlons d'influenceurs qui incitent leurs fidèles à arrêter leur traitement médical contre le cancer ou à interrompre leur injection d'insuline contre le diabète. Avant que la justice ne soit saisie, le cas échéant, ils peuvent nuire pendant un certain temps.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Signaler un contenu n'en fait pas un contenu illicite. Il existe même un risque puisque 80 % des signalements ne sont que du bruit et n'ont aucun intérêt réel. La proposition de loi prévoit déjà le rôle du signaleur de confiance. Cet amendement pourrait être dangereux pour les créateurs de contenus. Un influenceur concurrent pourrait en effet lancer ses *followers* contre l'influenceur à l'origine de la publication pour le discréditer, comme cela peut se faire dans les cas de cyberharcèlement. Avis défavorable, car nous voulons protéger les créateurs de contenus.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

M. Franck Riester, ministre délégué. Avis défavorable.

Mme la présidente. La parole est à Mme Estelle Folest.

Mme Estelle Folest. L'amendement prévoit que le message d'avertissement ne serait affiché que sur le compte d'un influenceur ayant fait l'objet de signalements reçus par la Miviludes et qui sont donc fondés. Un décret pourrait déterminer les conditions, par exemple relatives au nombre de signalements, caractérisant un danger pour les citoyens face à un véritable gourou en ligne. Le message ne risquerait donc pas d'être utilisé par des influenceurs lançant leurs troupes l'un contre l'autre. Il ne concerne que des faits avérés.

(L'amendement n° 127 n'est pas adopté.)

Mme la présidente. La parole est à Mme Caroline Yadan, pour soutenir les amendements n°s 59 et 60, qui peuvent faire l'objet d'une présentation groupée.

Mme Caroline Yadan. L'amendement n° 59 vise à faire procéder à la suspension du compte après plusieurs demandes motivées de retrait d'un contenu par l'autorité administrative. L'obligation de suspension ainsi imposée à l'opérateur serait dissuasive et permettrait de lutter contre les arnaques et les dérives car, les réseaux sociaux étant l'outil de travail des influenceurs, la suspension de compte viendrait amputer significativement leur source de revenus. Sauf erreur ou omission de ma part, cet amendement répond à un souci d'efficacité, qui nous anime tous ici.

L'amendement n° 60 est un amendement de repli. Plutôt qu'une suspension immédiate, il offre un délai supplémentaire et propose de subordonner la suspension du compte à la notification d'un avertissement écrit à l'influenceur afin qu'il procède au retrait du contenu si les précédentes demandes sont restées sans effet.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission sur ces deux amendements ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Après avoir analysé vos amendements, qui visent à enjoindre aux opérateurs de plateforme en ligne de suspendre temporairement les comptes dont le contenu a fait l'objet de plusieurs demandes motivées d'un retrait, nous avons conclu qu'ils étaient déjà satisfaits par l'alinéa 2 du présent article. Je vous demande donc de les retirer ; à défaut, l'avis sera défavorable.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

M. Franck Riester, ministre délégué. Même avis.

(Les amendements n°s 59 et 60 sont retirés.)

(L'article 4, amendé, est adopté.)

Après l'article 4

Mme la présidente. La parole est à M. le ministre délégué, pour soutenir l'amendement n° 115, portant article additionnel après l'article 4.

M. Franck Riester, ministre délégué. Le présent amendement vise à compléter le pouvoir d'injonction administrative dévolu à la DGCCRF par le code de la consommation, en y ajoutant un mécanisme d'astreinte, afin d'assurer une plus grande effectivité des mesures de police administrative prises afin de contraindre les professionnels à se conformer à leurs obligations légales. Dans une logique de proportionnalité, il est prévu que le montant et le plafond de l'astreinte dont la DGCCRF pourra assortir son injonction soient modulés selon la gravité de l'infraction. Le présent dispositif

s'inspire fortement de celui que le Parlement a adopté dans la loi portant mesures d'urgence pour la protection du pouvoir d'achat du 16 août 2022, relatif aux actions menées par la DGCCRF, en application du code du commerce, dans le domaine des relations commerciales.

Ce pouvoir d'injonction avec astreinte permettra en particulier à la DGCCRF d'obtenir que les influenceurs dont les pratiques ne respectent pas les obligations prévues par la présente proposition de loi s'y conforment rapidement.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Votre amendement vise à permettre à la DGCCRF d'émettre des injonctions administratives assorties d'une astreinte. Les échanges que nous avons menés avec la direction générale au cours de nos travaux nous ont montré tout à la fois la qualité de son travail, la nécessité de la doter d'effectifs supplémentaires pour qu'elle s'adapte à la nouvelle donne des réseaux sociaux et l'impératif de renforcer ses contrôles. Certes, la DGCCRF dispose déjà d'un pouvoir d'injonction, mais cet amendement vise à créer un nouveau pouvoir d'injonction sous astreinte, qui s'inscrit dans cette logique. Nous y sommes donc favorables.

Mme la présidente. La parole est à Mme Ségolène Amiot.

Mme Ségolène Amiot. Nous voterons évidemment pour cet amendement, car il est primordial de renforcer les pouvoirs de la DGCCRF. Toutefois, j'alerte le Gouvernement : les moyens de cette administration devront être renforcés si des missions supplémentaires lui sont assignées.

(L'amendement n° 115 est adopté.)

Mme la présidente. La parole est à M. le ministre délégué, pour soutenir l'amendement n° 105.

M. Franck Riester, ministre délégué. Il vise à donner un fondement légal à la coopération entre le Gouvernement et les plateformes en ligne, afin d'œuvrer ensemble à une meilleure efficacité de la régulation du secteur de l'influence commerciale. Le Gouvernement et les plateformes en ligne se sont déjà entendus sur un projet de protocole de coopération technique qui permettra notamment de créer un comité de coopération se réunissant régulièrement et fluidifiant les relations entre eux.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Si les neuf derniers mois de travaux et d'échanges avec les acteurs du secteur nous ont permis quelque chose, c'est bien de mieux connaître et comprendre les plateformes et réciproquement. Nous soutenons la volonté du Gouvernement d'établir des relations de confiance avec ces opérateurs qui, au-delà de la période d'examen de ce texte, sont fondamentaux pour l'application de ses dispositions. Nous sommes donc favorables à l'inscription dans le droit de la charte prévue, qui doit renforcer les liens entre la puissance publique et les plateformes, afin qu'elles luttent ensemble contre les contenus illicites et les dérives constatées.

(L'amendement n° 105 est adopté.)

Article 5

Mme la présidente. La parole est à Mme Céline Calvez, pour soutenir l'amendement n° 4.

Mme Céline Calvez. Il vise à intégrer la sensibilisation à la lutte contre les contenus dégradant l'image de la femme dans la formation dispensée dans les établissements scolaires. Même si ces formations traitent déjà de la dignité de la personne humaine, il faut spécifiquement former nos concitoyens dès le plus jeune âge à identifier les contenus sexistes, au vu de leur nombre.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Cet amendement me donne l'occasion de saluer le travail des membres de la Délégation aux droits des femmes et à l'égalité des chances entre les hommes et les femmes, en particulier celui de sa présidente, Véronique Riotton, avec qui nous avons échangé tout au long du processus. Nous sommes très souvent d'accord sur l'importance de la défense de l'image des femmes et de la protection qui leur est due face à certaines dérives sur les réseaux sociaux qui, force est de reconnaître, sont un terrain privilégié pour la diffusion des pires stéréotypes misogynes, lesquels mettent en danger une image équilibrée de la femme. Dans cet esprit, nous émettons un avis favorable.

(L'amendement n° 4, accepté par le Gouvernement, est adopté.)

Mme la présidente. La parole est à M. Stéphane Vojetta, rapporteur, pour soutenir l'amendement n° 169.

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Il vise à supprimer la référence à « la lutte contre les fausses informations » dans le cadre de la formation destinée aux élèves en matière de numérique. Il est en effet souhaitable de rester dans le cadre fixé par la présente proposition de loi, à savoir la régulation de l'activité d'influence commerciale par voie électronique.

(L'amendement n° 169, accepté par le Gouvernement, est adopté.)

Mme la présidente. La parole est à Mme Céline Calvez, pour soutenir l'amendement n° 5.

Mme Céline Calvez. Il s'inscrit dans le même esprit que le n° 4, que nous venons d'adopter ; comme celui-ci, il a été déposé par la présidente de la Délégation aux droits des femmes et à l'égalité des chances entre hommes et femmes, Véronique Riotton, et a été cosigné par nombre des membres de cette délégation. Il vise à renforcer la formation aux risques numériques dispensée dans les établissements scolaires, en y incluant l'apprentissage de l'usage des dispositifs de signalement des contenus illicites.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. La Délégation aux droits des femmes, dont les travaux sont de grande qualité, nous a auditionnés la semaine dernière. Le présent texte repose, entre autres piliers, sur la protection des femmes. Nous avons abordé la question de leur image, à travers la chirurgie esthétique et les filtres déformants : la formation prévue y sensibilisera.

Quant à l'amendement n° 5, il vise à améliorer le recours aux dispositifs de signalement. Nous le savons, certains posts relèvent du harcèlement. Il faut donc absolument se saisir de ce sujet, pour éduquer, informer et sensibiliser les futurs citoyens et consommateurs. Nous émettons donc un avis très favorable à cet amendement défendu par la Délégation.

J'en profite pour saluer les acteurs du numérique qui subissent un harcèlement, quel qu'il soit. Nous ne pouvons pas le tolérer en République ou de manière générale. D'après certains témoignages, évoqués tout à l'heure par Mme Abomangoli, certains des salariés qui gèrent les signalements sur des plateformes telles que Meta ou Snapchat et luttent contre les contenus illicites sont victimes de harcèlement : ils sont attendus devant leur domicile et pourchassés sur les réseaux sociaux. Ce n'est pas tolérable : nous le dénonçons et continuerons d'œuvrer pour mieux les protéger. *(Applaudissements sur quelques bancs du groupe LFI-NUPES.)*

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

M. Franck Riester, ministre délégué. Je ne peux que souscrire aux propos du rapporteur, saluer le travail de la Délégation aux droits des femmes et donner un avis favorable à cet amendement.

(L'amendement n° 5 est adopté.)

(L'article 5, amendé, est adopté.)

Mme la présidente. Sur l'ensemble du texte, je suis saisie par le groupe Socialistes et apparentés (membre de l'intergroupe NUPES) d'une demande de scrutin public.

Le scrutin est annoncé dans l'enceinte de l'Assemblée nationale.

Article 6

(L'article 6 est adopté.)

Après l'article 6

Mme la présidente. La parole est à M. Emeric Salmon, pour soutenir l'amendement n° 71.

M. Emeric Salmon. Nous demandons la production d'un rapport sur la fraude fiscale commise par les influenceurs français dont l'activité est basée hors d'un État membre de l'Union européenne. Cette fraude est souvent évoquée : il sera difficile de la réguler tant que nous ne disposerons pas d'un état des lieux clair.

(L'amendement n° 71, repoussé par la commission et le Gouvernement, n'est pas adopté.)

M. Nicolas Meizonnet. Forcément, dès qu'on touche à des questions fiscales...

Mme la présidente. La parole est à M. Hadrien Clouet, pour soutenir l'amendement n° 128.

M. Hadrien Clouet. S'inscrivant dans la continuité de nos discussions depuis le début de l'examen du texte, il a pour objet la production d'un rapport d'évaluation de ses différentes dispositions. Ce rapport serait rendu jusqu'à trois ans après la promulgation du texte, ce qui donnera le temps nécessaire à la fois pour surveiller la capacité de coopération entre les administrations publiques et les opérateurs de plateforme et pour vérifier l'effectivité des signalements prévus – tant la protection des signaleurs que la qualité de l'interface et du traitement des signalements.

Prévoir un délai de trois ans permettra plusieurs allers et retours entre l'État et ses interlocuteurs, et de dresser une histoire de l'évolution du dispositif et des progrès accomplis grâce aux dispositions que nous voterons tous ensemble ce soir.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Vous demandez que le Gouvernement remette au Parlement « un rapport d'évaluation sur la mise en œuvre » du présent texte, dans un délai de trois ans à compter de sa promulgation. On pourrait penser que de telles évaluations entrent dans le rôle du Parlement : nous disposons des outils nécessaires, grâce notamment aux rapports d'application et d'évaluation des lois – des dispositions spécifiques sont d'ailleurs prévues dans le règlement de l'Assemblée nationale à ce sujet. Cela étant, en gage de bonne volonté, j'émetts un avis favorable.

(L'amendement n° 128, accepté par le Gouvernement, est adopté.)

Mme la présidente. La parole est à Mme Nadège Abomangoli, pour soutenir l'amendement n° 99.

Mme Nadège Abomangoli. Évitions les redites sur le harcèlement en ligne. Comme M. le rapporteur Delaporte l'a rappelé, une certaine durée subsiste entre le signalement de ces faits et le traitement judiciaire des plaintes des victimes : celles-ci donnent lieu à des batailles rangées sur les réseaux sociaux entre les plaignants, les victimes potentielles, les lanceurs d'alerte et les influenceurs. Nous demandons un rapport pour éclairer ces phénomènes et étudier la manière dont la puissance publique peut intervenir.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Avis défavorable.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

M. Franck Riester, ministre délégué. Même avis.

Mme la présidente. La parole est à M. Sylvain Maillard.

M. Sylvain Maillard. Nous avons émis un avis favorable à votre première demande de rapport, car nous sommes dans une « bulle de paix », comme vous dites. Très bien. Toutefois, notamment parce que ce texte est une proposition de loi, il importe que le Parlement lui-même produise les rapports et vérifie ainsi les effets des dispositions votées à son initiative.

(L'amendement n° 99 n'est pas adopté.)

Mme la présidente. L'amendement n° 124 de Mme Nadège Abomangoli est défendu.

(L'amendement n° 124, repoussé par la commission et le Gouvernement, n'est pas adopté.)

Mme la présidente. La parole est à M. Antoine Léaument, pour soutenir l'amendement n° 126.

M. Antoine Léaument. Il s'agit de vous proposer un rapport visant à disposer d'éléments sur la dépendance aux réseaux sociaux. J'ai entendu votre argument, monsieur Maillard, mais ce rapport me semble capital. Avez-vous vu la série de documentaires *Dopamine* d'Arte ? Les réseaux sociaux activent notre production de dopamine, la molécule responsable du plaisir. C'est pourquoi nous y retournons souvent.

Leurs algorithmes cherchent à provoquer chez nous la sécrétion de cette petite molécule, par différents moyens, en nous poussant à les consulter le plus souvent possible. En effet, pour gagner de l'argent, ces entreprises capitalistes ont besoin que nous visionnions de la publicité et, plus nous restons longtemps sur les réseaux sociaux, plus nous en voyons.

Cela pose des questions en matière de santé publique, liées au temps d'utilisation des écrans et aux comportements sociaux face à ces réseaux. Beaucoup d'entre vous l'ont probablement expérimenté : parfois, au cours d'un repas, au bout d'un moment, les gens regardent leur compte Twitter ou Instagram. De même – j'en fais partie, mais je pense que beaucoup d'entre vous aussi –, avant de nous coucher le soir, nous consultons Instagram ou TikTok pour prendre connaissance des dernières nouvelles.

M. Guillaume Kasbarian, président de la commission des affaires économiques. Ah bon ? *(Sourires.)*

M. Antoine Léaument. Or ces écrans, consultés avant de s'endormir, ont un effet sur le sommeil.

M. Guillaume Kasbarian, président de la commission des affaires économiques. Il faut vous battre, monsieur Léaument ! *(Sourires.)*

M. Antoine Léaument. C'est l'un des thèmes que j'ai proposés au groupe d'études transpartisan sur les réseaux sociaux.

M. Sylvain Maillard. C'est pour cela que c'est bien, monsieur Léaument.

M. Antoine Léaument. Bien sûr, nous allons nous pencher sur le sujet, mais un rapport du Gouvernement serait utile car un groupe d'études n'a pas les moyens de ce dernier, monsieur Maillard : nous pourrions utilement nous appuyer sur un tel rapport.

(L'amendement n° 126, repoussé par la commission et le Gouvernement, n'est pas adopté.)

Mme la présidente. La parole est à Mme Louise Morel, pour soutenir les amendements n°s 135, 136 et 137, qui peuvent faire l'objet d'une présentation groupée.

Mme Louise Morel. Il s'agit de demandes de rapports sur trois sujets différents. Le premier porterait sur la promotion par les influenceurs de produits dématérialisés participant à la fraude à la TVA et sur la protection des données des consommateurs utilisant les réseaux privés virtuels, ces fameux VPN. En effet, certaines entreprises qui commercialisent des VPN nouent régulièrement des partenariats avec des influenceurs ou des créateurs de contenu pour faire la promotion de leurs produits. Or ces VPN permettent de contourner la taxation à la TVA, particulièrement pour l'achat de produits numériques.

Le deuxième rapport, prévu à l'amendement n° 136, devrait être rendu dans un délai de six mois par Santé publique France (SPF) au Parlement. Il vise l'élaboration d'un outil permettant d'évaluer la qualité des compléments alimentaires de manière claire pour le consommateur, à la manière du nutri-score pour les produits alimentaires, afin de les distinguer clairement lors de leur promotion par les influenceurs. Beaucoup de créateurs de contenus et d'influenceurs font la promotion de compléments alimentaires, de protéines en poudre, de créatine monohydrate, de vitamines et minéraux en tout genre, ou encore de brûleurs de graisse : il est important d'être éclairé sur ces promotions.

Le dernier rapport, également rendu dans un délai de six mois par Santé publique France, vise à l'élaboration d'un outil permettant d'évaluer la qualité des produits cosmétiques de manière claire pour les consommateurs, également à l'image du nutri-score pour les produits alimentaires.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Avis défavorable aux amendements n^{os} 135 et 137. Quant à l'amendement n^o 136, il propose de demander un rapport à Santé publique France, qui devra le remettre au Parlement dans un délai de six mois à compter de la promulgation de la présente loi, relatif à un outil permettant aux consommateurs d'évaluer clairement la qualité des compléments alimentaires. Dans la suite logique de nos débats, je m'en remettrai à la sagesse de l'Assemblée.

Mme la présidente. Quel est l'avis du Gouvernement ?

M. Franck Riester, ministre délégué. Même avis.

(L'amendement n^o 135 n'est pas adopté.)

(L'amendement n^o 136 est adopté.)

(L'amendement n^o 137 n'est pas adopté.)

Titre

Mme la présidente. La parole est à Mme Ségolène Amiot, pour soutenir l'amendement n^o 129.

Mme Ségolène Amiot. Nous proposons le titre suivant : « Proposition de loi visant à protéger le public et à lutter contre les arnaques et les dérives des influenceurs sur les plateformes en ligne et les réseaux sociaux ». Il s'agit d'introduire deux notions : la protection du public – puisque nous avons adopté des amendements relatifs à la protection des mineurs – et les plateformes en ligne – puisque nous ne nous inquiétons pas que des réseaux sociaux.

Mme la présidente. Quel est l'avis de la commission ?

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Je vous demanderai de bien vouloir retirer votre amendement au profit du n^o 203, adopté par la commission des affaires économiques. Il vise le même objectif, tout en étant plus intelligible, et surtout plus concis puisqu'il propose d'intituler la proposition de loi comme suit : « Proposition de loi visant à encadrer l'influence commerciale » – notion importante – « et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux ».

Nous sommes avec les victimes, cela va de soi. Nous avons eu l'occasion de le dire, et de le répéter. Certaines vigies citoyennes et certains représentants des victimes ont assisté avec une grande attention à nos débats, et je les salue.

(L'amendement n^o 129 est retiré.)

Mme la présidente. L'amendement n^o 203 de la commission des affaires économiques, défendu, vise donc à proposer un nouveau titre.

(L'amendement n^o 203, accepté par le Gouvernement, est adopté.)

SECONDE DÉLIBÉRATION

Mme la présidente. En application de l'article 101 du règlement, la commission demande qu'il soit procédé à une seconde délibération de l'article 1^{er}.

Article 1^{er} (seconde délibération)

Mme la présidente. La parole est à M. le rapporteur, pour soutenir l'amendement n^o 1.

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Il s'agit de revenir sur les dispositions adoptées à la suite du vote de l'amendement n^o 72, en supprimant les mots « dans le cadre d'un engagement réciproque et », qui nous paraissent redondants s'agissant de la contrepartie et qui risquent d'exclure de la définition certains influenceurs qui reçoivent des avantages en nature.

(L'amendement n^o 1, accepté par le Gouvernement, est adopté.)

(L'article 1^{er}, amendé, est adopté.)

Mme la présidente. Je n'ai pas reçu de demande d'explications de vote.

VOTE SUR L'ENSEMBLE

Mme la présidente. Je mets aux voix l'ensemble de la proposition de loi.

(Il est procédé au scrutin.)

Mme la présidente. Voici le résultat du scrutin :

Nombre de votants	49
Nombre de suffrages exprimés	49
Majorité absolue	25
Pour l'adoption	49
contre	0

(La proposition de loi est adoptée.) (Applaudissements sur les bancs des groupes RE, Dem, SOC, HOR, LIOT et sur quelques bancs du groupe LFI-NUPES.)

Mme la présidente. La parole est à M. Arthur Delaporte, rapporteur.

M. Arthur Delaporte, rapporteur. Je remercie tous les responsables des groupes, ainsi que mon collègue Stéphane Vojetta, avec qui nous avons travaillé non seulement dans un esprit de concorde et d'apaisement qui fait du bien, mais surtout dans un esprit de construction positive de la loi et dans le souci partagé de l'intérêt général. Je remercie également nos collaborateurs, sans qui rien n'aurait été possible, ainsi que les administrateurs – précieux – de la commission des affaires économiques, qui nous ont accompagnés pendant deux mois. *(Applaudissements sur les bancs des groupes RE, Dem, SOC, HOR et sur quelques bancs du groupe LFI-NUPES.)*

Nous avons en effet eu plus de deux mois pour travailler, depuis mi-janvier, ce qui est assez rare, et gage de qualité. N'hésitez donc pas à nommer les rapporteurs plus tôt, et à faire travailler encore plus d'administrateurs à leurs côtés *(Sourires)*, pour que le Parlement se saisisse enfin de son pouvoir! *(Applaudissements sur les bancs du groupe SOC et sur quelques bancs du groupe LFI-NUPES.)*

Mme la présidente. La parole est à M. Stéphane Vojetta, rapporteur.

M. Stéphane Vojetta, rapporteur. Je confirme les remerciements de mon cher co rapporteur. Merci également à Violette Spillebout et Dominique Potier, nos responsables de texte, pour leur contribution et leur capacité à nous conduire à bon port. (*Applaudissements sur quelques bancs du groupe RE.*) Le résultat – un vote à l’unanimité – est satisfaisant pour l’ensemble des groupes : c’est assez rare pour être souligné. Pour nous, c’est mission accomplie puisque c’est la première fois qu’en Europe on encadre un secteur important, et qui est appelé à le devenir de plus en plus. Je souhaite bonne chance au Sénat pour la prochaine étape de l’examen de ce texte. (*Sourires. – Applaudissements sur les bancs du groupe RE et sur quelques bancs du groupe LFI-NUPES.*)

Mme la présidente. La parole est à M. le ministre délégué.

M. Franck Riester, ministre délégué. Je voulais, au nom du Gouvernement, également vous remercier pour la qualité du travail réalisé. Vous le savez, Bruno Le Maire et Olivia Grégoire ont suivi les débats et travaillé avec vous à la préparation de cette proposition de loi. Je remercie également les deux rapporteurs et les différents orateurs, ainsi, évidemment, que tous les services de l’Assemblée et ceux du Gouvernement...

M. Guillaume Kasbarian, président de la commission des affaires économiques. C’est vrai !

M. Franck Riester, ministre délégué. ...pour la qualité des débats. N’oublions pas, non plus, le président de la commission ! Ce texte est important non seulement pour nos compatriotes, mais aussi pour les influenceurs eux-mêmes. Je suis ravi de la qualité du travail de l’Assemblée nationale et de l’image qui en résulte. Pour conclure, je vous ferai une confiance : quand je suis arrivé à l’Assemblée pour remplacer Olivia Grégoire, j’ai croisé Dominique Potier qui m’a dit : « C’est formidable, nous avons fait un travail extraordinaire ! » Cela fait du bien ! Des députés heureux, cela compte aussi pour le ministre délégué chargé des relations avec le Parlement. Bravo à tous ! (*Applaudissements sur les bancs des groupes RE et Dem.*)

2

ORDRE DU JOUR DE LA PROCHAINE SÉANCE

Mme la présidente. Prochaine séance, lundi, à seize heures :

Débat sur la lutte contre le terrorisme d’extrême droite ;

Débat sur le thème : « L’école inclusive, une réalité ? ».

La séance est levée.

(*La séance est levée à dix-huit heures quarante-cinq.*)

Le directeur des comptes rendus

Serge Ezdra