

TABLEAU COMPARATIF

Texte adopté par l'Assemblée nationale en première lecture	Texte adopté par le Sénat en première lecture
<p>Proposition de loi visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux</p>	<p>Proposition de loi visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux</p>
<p>TITRE I^{ER} DE LA NATURE DE L'ACTIVITÉ D'INFLUENCE COMMERCIALE PAR VOIE ÉLECTRONIQUE ET DES OBLIGATIONS AFFÉRENTES À SON EXERCICE <i>(Division nouvelle)</i></p>	<p>TITRE I^{ER} DE LA NATURE DE L'ACTIVITÉ D'INFLUENCE COMMERCIALE PAR VOIE ÉLECTRONIQUE ET DES OBLIGATIONS AFFÉRENTES À SON EXERCICE</p>
<p>CHAPITRE I^{ER}</p>	<p>CHAPITRE I^{ER}</p>
<p>Dispositions générales relatives à l'activité d'influence commerciale par voie électronique <i>(Division nouvelle)</i></p>	<p>Dispositions générales relatives à l'activité d'influence commerciale par voie électronique</p>
<p>Article 1^{er}</p>	<p>Article 1^{er}</p>
<p>Les personnes physiques ou morales qui mobilisent leur notoriété auprès de leur audience pour communiquer au public par voie électronique des contenus visant à faire la promotion, directement ou indirectement, de biens, de services ou d'une cause quelconque en contrepartie d'un bénéfice économique ou d'un avantage en nature exercent l'activité d'influence commerciale par voie électronique.</p>	<p>Les personnes physiques ou morales <u>qui, à titre onéreux, communiquent</u> au public par voie électronique des contenus visant à faire la promotion, directement ou indirectement, de biens, de services ou d'une cause quelconque exercent l'activité d'influence commerciale par voie électronique.</p>
<p>Article 1^{er} bis (nouveau)</p>	<p>Article 1^{er} bis</p>
<p>I. – À la fin du 5^o de l'article L. 7124-1 du code du travail, les mots : « de partage de vidéos » sont remplacés par les mots : « en ligne au sens du i de l'article 3 du règlement (UE) 2022/2065 du Parlement européen et du Conseil du 19 octobre 2022 relatif à un marché unique des services numériques et modifiant la directive 2000/31/CE (règlement sur les services numériques) ».</p>	<p>I. – L'article L. 7124-1 du code du travail <u>est ainsi modifié</u> : ①</p>
	<p><u>1^o À la fin du 5^o, les mots : « de partage de vidéos » sont remplacés par les mots : « en ligne au sens du i de l'article 3 du règlement (UE) 2022/2065 du Parlement européen et du Conseil du 19 octobre 2022 relatif à un marché unique des services numériques et modifiant la directive 2000/31/CE (règlement sur les services numériques) » ;</u> ②</p>
	<p><u>2^o (nouveau) À la fin de la première phrase du dernier alinéa, les mots : « de partage de vidéos » sont</u> ③</p>

Texte adopté par l'Assemblée nationale en première lecture

II. – La loi n° 2020-1266 du 19 octobre 2020 visant à encadrer l'exploitation commerciale de l'image d'enfants de moins de seize ans sur les plateformes en ligne est ainsi modifiée :

1° Au premier alinéa du I de l'article 3 et au premier alinéa de l'article 4, les mots : « de partage de vidéos » sont remplacés par les mots : « en ligne au sens du *i* de l'article 3 du règlement (UE) 2022/2065 du Parlement européen et du Conseil du 19 octobre 2022 relatif à un marché unique des services numériques et modifiant la directive 2000/31/CE (règlement sur les services numériques) » ;

1° *bis* À la première phrase du IV de l'article 3 et au 2° de l'article 4, les mots : « partage de vidéos » sont remplacés par les mots : « en ligne au sens du *i* de l'article 3 du règlement (UE) 2022/2065 du Parlement européen et du Conseil précité » ;

2° L'article 3 est complété par un V ainsi rédigé :

« V. – Le contrat unissant l'annonceur, la personne exerçant une activité d'influence commerciale par voie électronique, définie à l'article 1^{er} de la loi n° 2020-1266 du 19 octobre 2020 visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux, ~~et~~ le représentant légal de cette personne lorsque celle-ci est mineure est soumis à l'article 2 de la même loi. »

III. – Au premier alinéa de l'article 15-1 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, les mots : « de partage de vidéos » sont remplacés par les mots : « en ligne, au sens du *i* de l'article 3 du règlement (UE) 2022/2065 du Parlement européen et du Conseil du 19 octobre 2022 relatif à un marché unique des services numériques et modifiant la directive 2000/31/CE (règlement sur les services numériques), ».

Texte adopté par le Sénat en première lecture

remplacés par les mots : « mentionnée au 5° du présent article ».

II. – La loi n° 2020-1266 du 19 octobre 2020 visant à encadrer l'exploitation commerciale de l'image d'enfants de moins de seize ans sur les plateformes en ligne est ainsi modifiée : ④

1° Au premier alinéa du I de l'article 3 et au premier alinéa de l'article 4, les mots : « de partage de vidéos » sont remplacés par les mots : « en ligne au sens du *i* de l'article 3 du règlement (UE) 2022/2065 du Parlement européen et du Conseil du 19 octobre 2022 relatif à un marché unique des services numériques et modifiant la directive 2000/31/CE (règlement sur les services numériques) » ; ⑤

1° *bis* À la première phrase du IV de l'article 3 et au 2° de l'article 4, les mots : « partage de vidéos » sont remplacés par les mots : « en ligne au sens du *i* de l'article 3 du règlement (UE) 2022/2065 du Parlement européen et du Conseil du 19 octobre 2022 précité » ; ⑥

2° L'article 3 est complété par un V ainsi rédigé : ⑦

« V. – Le contrat unissant l'annonceur, la personne exerçant une activité d'influence commerciale par voie électronique, définie à l'article 1^{er} de la loi n° 2020-1266 du 19 octobre 2020 visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux, ou le représentant légal de cette personne lorsque celle-ci est mineure est soumis à l'article 2 bis de la même loi. » ⑧

III. – (*Non modifié*) ⑨

Texte adopté par l'Assemblée nationale en première lecture

CHAPITRE II

Dispositions spécifiques relatives à la promotion de biens et de services dans le cadre de l'activité d'influence commerciale par voie électronique
(Division nouvelle)

Section 1

Des interdictions de promotion relatives à certains biens et services
(Division nouvelle)

Article 2 A (nouveau)

~~Les dispositions législatives et réglementaires relatives à l'encadrement de la promotion des biens et des services ainsi que celles en matière de publicité sont applicables à l'activité d'influence commerciale par voie électronique définie à l'article 1^{er}. Un décret en Conseil d'État précise les modalités d'application du présent article.~~

~~Les personnes mentionnées à l'article 1^{er} de la présente loi sont soumises aux articles L. 3323 2 à L. 3323 4, L. 3512 4, L. 3513 4, L. 5122 2 et L. 5213 2 du code de la santé publique et au règlement (CE) n° 1924/2006 du Parlement européen et du Conseil du 20 décembre 2006 concernant les allégations nutritionnelles et de santé portant sur les denrées alimentaires.~~

~~Les enfants de moins de seize ans exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique~~

Texte adopté par le Sénat en première lecture

CHAPITRE II

Dispositions spécifiques relatives à la promotion de biens et de services dans le cadre de l'activité d'influence commerciale par voie électronique

Section 1

Des interdictions de promotion relatives à certains biens et services

Article 2 A

Les dispositions législatives, réglementaires et prévues par des règlements européens relatives à la diffusion par voie de services de communication au public en ligne de la publicité et de la promotion des biens et des services sont applicables à l'activité d'influence commerciale définie à l'article 1^{er}. Un décret en Conseil d'État, pris après consultation de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité, précise, en tant que de besoin, les modalités d'application du présent article.

Ces dispositions sont notamment :

1° Le règlement (CE) n° 1924/2006 du Parlement européen et du Conseil du 20 décembre 2006 concernant les allégations nutritionnelles et de santé portant sur les denrées alimentaires ;

2° (nouveau) Le règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données (règlement général sur la protection des données) ;

3° Les articles L. 2133-1, L. 3323-2 à L. 3323-4, L. 3512-4 à L. 3512-5, L. 5122-1 à L. 5122-16 et L. 5213-1 à L. 5213-7 du code de la santé publique ;

4° (nouveau) Le 9° de l'article L. 121-4 et les articles L. 222-16-1 et L. 222-16-2 du code de la consommation ;

5° (nouveau) Les articles L. 341-1 à L. 341-17 du code monétaire et financier ;

6° (nouveau) Les articles L. 333-10 et L. 333-11 du code du sport.

Lorsque l'activité définie à l'article 1^{er} de la présente loi est réalisée par une personne âgée de moins de

①

②

③

④

⑤

⑥

⑦

⑧

⑨

Texte adopté par l'Assemblée nationale en première lecture

~~définie à l'article 1^{er} de la présente loi sont~~ soumis à la loi n° 2020-1266 du 19 octobre 2020 visant à encadrer l'exploitation commerciale de l'image d'enfants de moins de seize ans sur les plateformes en ligne.

Article 2 B (nouveau)

I. – Est interdite aux personnes exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique toute promotion, directe ou indirecte, portant atteinte à la protection de la santé publique des actes, procédés, techniques et méthodes à visée esthétique mentionnés à l'article L. 1151-2 du code de la santé publique, ~~y compris ceux relevant de l'article L. 6322-1 du même code.~~

II. – Est interdite pour les personnes exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique la promotion, directe ou indirecte, des services, offres ~~et produits~~ suivants :

1° Les produits et services financiers suivants :

a) Les contrats financiers définis à l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier ;

b) La fourniture de services sur actifs numériques, au sens de l'article L. 54-10-2 du même code, à l'exception de ceux pour la fourniture desquels l'annonceur est ~~agréé~~ dans les conditions prévues à l'article ~~L. 54-10-5~~ dudit code ;

~~c) Les offres au public de jetons, au sens de l'article L. 552-3 du même code, sauf lorsque l'annonceur a obtenu le visa prévu à l'article L. 552-4 du même code ;~~

d) Les actifs numériques, à l'exception de ceux liés

Texte adopté par le Sénat en première lecture

seize ans, l'employeur est soumis à la loi n° 2020-1266 du 19 octobre 2020 visant à encadrer l'exploitation commerciale de l'image d'enfants de moins de seize ans sur les plateformes en ligne.

Article 2 B

I. – Est interdite aux personnes exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique toute promotion, directe ou indirecte, portant atteinte à la protection de la santé publique des actes, procédés, techniques et méthodes à visée esthétique mentionnés à l'article L. 1151-2 du code de la santé publique, et des interventions mentionnées à l'article L. 6322-1 du même code.

I bis A (nouveau). – Est interdite aux personnes physiques ou morales exerçant par voie électronique toute promotion, directe ou indirecte, portant atteinte à la protection de la santé publique, de tous actes, procédés, techniques, méthodes, traitements médicamenteux et chirurgies.

I bis (nouveau). – Est interdite aux personnes exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique toute promotion, directe ou indirecte, de produits, actes, procédés, techniques et méthodes présentés comme comparables, préférables ou substituables à des actes, protocoles ou prescriptions thérapeutiques.

I ter (nouveau). – Est interdite aux personnes exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique toute promotion, directe ou indirecte, des produits considérés comme produits de nicotine pouvant être consommés et composés, même partiellement, de nicotine.

II. – Est interdite pour les personnes exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique la promotion, directe ou indirecte, des services, offres, produits et activités suivants :

1° Les produits et services financiers suivants :

a) Les contrats financiers définis à l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier ;

b) La fourniture de services sur actifs numériques, au sens de l'article L. 54-10-2 du même code, à l'exception de ceux pour la fourniture desquels l'annonceur est enregistré dans les conditions prévues à l'article L. 54-10-3 dudit code ou agréé dans les conditions prévues à l'article L. 54-10-5 du même code ;

c) (Supprimé)

d) Les actifs numériques, à l'exception soit de

①

②

③

④

⑤

⑥

⑦

⑧

⑨

⑩

Texte adopté par l'Assemblée nationale en première lecture

à des services pour la fourniture desquels l'annonceur est agréé dans les conditions prévues à l'article L. 54-10-5 du même code ;

~~2° Les produits illicites et contrefaisants définis aux articles L. 716 9 à L. 716 11 du code de la propriété intellectuelle.~~

III. – Les communications commerciales par voie électronique réalisées par les personnes mentionnées à l'article 1^{er} de la présente loi relatives aux jeux d'argent et de hasard définis à l'article ~~L. 320-4~~ du code de la sécurité intérieure sont autorisées uniquement sur les plateformes en ligne offrant la possibilité technique d'exclure de l'audience dudit contenu tous les utilisateurs âgés de moins de dix-huit ans et ~~si ce mécanisme d'exclusion est effectivement activé, conformément à l'article 28 du règlement (UE) 2022/2065 du Parlement européen et du Conseil du 19 octobre 2022 relatif à un marché unique des services numériques et modifiant la directive 2000/31/CE (règlement sur les services numériques).~~

Texte adopté par le Sénat en première lecture

ceux liés à des services pour la fourniture desquels l'annonceur est enregistré dans les conditions prévues à l'article L. 54-10-3 du même code ou agréé dans les conditions prévues à l'article L. 54-10-5 du même code, soit dans le cas où l'annonceur n'entre pas dans le champ des articles L. 54-10-3 et L. 54-10-5 du même code ;

~~2° (Supprimé)~~

3° (nouveau) Les interactions ou les mises en scène impliquant des animaux n'appartenant pas à la liste mentionnée au I de l'article L. 413-1 A du code de l'environnement.

II bis (nouveau). – Est également interdite aux personnes exerçant l'activité d'influence commerciale la promotion, directe ou indirecte, diffusée par voie électronique ayant pour objet d'inviter une personne, par le biais d'un formulaire de réponse ou de contact, à demander ou à fournir des informations complémentaires, ou à établir une relation avec l'annonceur, en vue d'obtenir son accord pour la réalisation d'une opération relative à :

1° La fourniture de services sur actifs numériques au sens de l'article L. 54-10-2 du code monétaire et financier, à l'exception de ceux pour la fourniture desquels l'annonceur est agréé dans les conditions prévues à l'article L. 54-10-5 du même code ;

2° Une offre au public de jetons au sens de l'article L. 522-3 dudit code, sauf lorsque l'annonceur a obtenu le visa prévu à l'article L. 552-4 du même code.

II ter (nouveau). – Est interdite aux personnes exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique toute promotion, directe ou indirecte, en faveur d'abonnements à des conseils ou à des pronostics sportifs, sous peine de l'amende prévue à l'article L. 324-8-1 du code de la sécurité intérieure.

III. – Les communications commerciales par voie électronique réalisées par les personnes mentionnées à l'article 1^{er} de la présente loi relatives aux jeux d'argent et de hasard définis à l'article ~~L. 320-6~~ du code de la sécurité intérieure sont autorisées uniquement sur les plateformes en ligne offrant la possibilité technique d'exclure de l'audience dudit contenu tous les utilisateurs âgés de moins de dix-huit ans et doivent être accompagnées de la mention « Interdit aux moins de dix-huit ans ». Cette mention doit être claire, lisible et identifiable, sur l'image ou sur la vidéo, sous tous les formats, durant l'intégralité de la promotion.

Les mécanismes d'exclusion prévus au présent III sont conformes à un référentiel élaboré par l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique après consultation de la Commission nationale

(11)

(12)

(13)

(14)

(15)

(16)

(17)

(18)

Texte adopté par l'Assemblée nationale en première lecture

Les contrats de promotion avec les opérateurs de jeux d'argent et de hasard incluent impérativement une clause par laquelle les personnes définies à l'article 1^{er} de la présente loi attestent avoir pris connaissance des lois et règlements applicables aux communications commerciales relatives aux jeux d'argent et de hasard et s'obligent à les respecter.

IV. – La violation des ~~I et II~~ du présent article est punie de ~~six mois~~ d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende, sous réserve du cinquième alinéa de l'article ~~L. 222-16-1~~ et ~~de l'avant-dernier alinéa de l'article L. 222-16-2~~ du code de la consommation.

Est également encourue la peine d'interdiction, définitive ou provisoire, suivant les modalités prévues à l'article 131-27 du code pénal, d'exercer l'activité professionnelle ou sociale dans l'exercice ou à l'occasion de l'exercice de laquelle l'infraction a été commise ou l'activité d'influence commerciale par voie électronique définie à l'article 1^{er} de la présente loi.

V. – ~~Les modalités d'application des I et II du présent article sont définies par décret en Conseil d'État. Ce décret détermine notamment les exceptions à l'interdiction de promotion des biens et services mentionnés au II.~~

Article 2 CA (nouveau)

~~Est interdite aux enfants de moins de seize ans exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique, définie à l'article 1^{er}, la promotion de boissons avec ajout de sucres, de sel ou d'édulcorants de synthèse ainsi que de produits alimentaires manufacturés dont la teneur en sel, en sucres, en édulcorants de synthèse ou en matières grasses est supérieure à un seuil fixé par arrêté conjoint des ministres chargés de l'économie et de~~

Texte adopté par le Sénat en première lecture

de l'informatique et des libertés.

Les données personnelles des mineurs collectées ou générées lors de l'utilisation des mécanismes d'exclusion prévus au présent III ne doivent pas être utilisées à des fins commerciales, telles que le marketing direct, le profilage et la publicité ciblée sur le comportement.

Les contrats de promotion avec les opérateurs de jeux d'argent et de hasard incluent impérativement une clause par laquelle les personnes définies à l'article 1^{er} de la présente loi attestent avoir pris connaissance des lois et des règlements applicables aux communications commerciales relatives aux jeux d'argent et de hasard et s'obligent à les respecter.

III bis (nouveau). – Après le 2° de l'article L. 6323-8-1 du code du travail, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :

« Est également interdite toute vente ou offre promotionnelle d'un produit ou toute rétribution en échange d'une inscription à des actions mentionnées à l'article L. 6323-6. »

IV. – La violation des dispositions du présent article est punie de deux ans d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende, sous réserve du cinquième alinéa de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation, de l'avant-dernier alinéa de l'article L. 222-16-2 du même code, du dernier alinéa de l'article L. 6323-8-1 du code du travail et de l'article L. 324-8-1 du code de la sécurité intérieure.

Est également encourue la peine d'interdiction, définitive ou provisoire, suivant les modalités prévues à l'article 131-27 du code pénal, d'exercer l'activité professionnelle ou sociale dans l'exercice ou à l'occasion de l'exercice de laquelle l'infraction a été commise ou l'activité d'influence commerciale par voie électronique définie à l'article 1^{er} de la présente loi.

V. – *(Supprimé)*

**Article 2 CA
(Supprimé)**

19

20

21

22

23

24

25

Texte adopté par l'Assemblée nationale en première lecture

~~la santé. Cette interdiction s'applique également aux annonceurs qui effectuent un placement de produit dans un programme audiovisuel diffusé sur une plateforme de partage de vidéos dont le sujet principal est un enfant de moins de seize ans.~~

Section 2

Des obligations d'information afférentes à la promotion de certains biens et services

(Division nouvelle)

Article 2 C (nouveau)

I. – La promotion de biens, de services ou d'une cause quelconque réalisée par les personnes mentionnées à l'article 1^{er} doit être explicitement indiquée par ~~une~~ ~~mention~~ ~~claire~~, lisible et identifiable sur l'image ou la vidéo, sous tous les formats, durant l'intégralité de la promotion.

II. – Lorsque la promotion est réalisée par les personnes mentionnées à l'article 1^{er} de la présente loi et porte sur l'inscription à une action de formation professionnelle mentionnée à l'article L. 6313-1 du code du travail, financée par un des organismes mentionnés à l'article L. 6316-1 du même code, la mention prévue au I du présent article ~~indique la nature du financement de cette formation ainsi que des engagements et règles~~

Texte adopté par le Sénat en première lecture

Section 2

Des obligations d'information afférentes à la promotion de certains biens et services

Article 2 C

I. – La promotion de biens, de services ou d'une cause quelconque réalisée par les personnes mentionnées à l'article 1^{er} doit être explicitement indiquée par la mention « Publicité ». Cette mention est claire, lisible et identifiable sur l'image ou sur la vidéo, sous tous les formats, durant l'intégralité de la promotion. ①

L'absence d'indication de la véritable intention commerciale d'une communication, réalisée dans les conditions prévues au premier alinéa du présent I par les personnes mentionnées à l'article 1^{er} de la présente loi, constitue une pratique commerciale trompeuse par omission au sens de l'article L. 121-3 du code de la consommation. ②

La violation des dispositions prévues au présent I est punie de deux ans d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende, dans les conditions prévues aux articles L. 132-1 à L. 132-9 du code de la consommation. ③

I bis (nouveau). – Les contenus communiqués par les personnes mentionnées à l'article 1^{er} de la présente loi comprenant des images ayant fait l'objet : ④

1° D'une modification par tous procédés de traitement d'image visant à affiner ou à épaissir la silhouette ou à modifier l'apparence du visage sont accompagnés de la mention : « Images retouchées » ; ⑤

2° D'une production par tous procédés d'intelligence artificielle visant à représenter un visage ou une silhouette sont accompagnés de la mention : « Images virtuelles ». ⑥

Les mentions figurant au présent I bis sont claires, lisibles et identifiables sur l'image ou sur la vidéo, sous tous les formats, durant l'intégralité du visionnage. ⑦

II. – Lorsque la promotion est réalisée par les personnes mentionnées à l'article 1^{er} de la présente loi et porte sur l'inscription à une action de formation professionnelle mentionnée à l'article L. 6313-1 du code du travail, financée par un des organismes mentionnés à l'article L. 6316-1 du même code, la mention prévue au I du présent article comporte les informations liées au financement, aux engagements et aux règles d'éligibilité ⑧

Texte adopté par l'Assemblée nationale en première lecture

d'éligibilité associés. ~~Elle comporte également la dénomination sociale et le numéro du système d'identification du répertoire des entreprises et de leurs établissements des prestataires responsables de cette action de formation ainsi que du prestataire référencé sur le service dématérialisé mentionné à l'article L. 6323-9 du code du travail.~~

~~III. – La promotion de denrées, de produits alimentaires, manufacturés ou non, et de boissons avec ajout de sucres, de sel ou d'édulcorants de synthèse par les personnes mentionnées à l'article 1^{er} de la présente loi est accompagnée soit de la forme de présentation complémentaire à la déclaration nutritionnelle du produit prévue à l'article L. 3232-8 du code de la santé publique, soit d'une information à caractère sanitaire selon les modalités prévues à l'article L. 2133-1 du même code. Ne sont pas soumises à cette obligation les denrées alimentaires mentionnées aux sections 1 et 2 du chapitre I^{er} du titre IV du livre VI du code rural et de la pêche maritime. Les modalités d'application du présent III, notamment les informations à caractère sanitaire que doivent contenir les messages de promotion précités, sont précisées par un arrêté conjoint des ministres chargés de l'économie, de la santé et de l'alimentation, pris après avis des agences mentionnées aux articles L. 1313-1 et L. 1413-1 du code de la santé publique. La violation du présent III est punie des peines prévues à l'article L. 2133-1 du code de la santé publique.~~

~~IV. – Les contenus créés et diffusés par les personnes mentionnées à l'article 1^{er} de la présente loi comprenant des images ayant fait l'objet d'une modification par tous procédés de traitement d'image visant à affiner ou à épaissir la silhouette ou à modifier l'apparence du visage doivent être accompagnés de la mention : « Images retouchées ». Cette mention doit être claire, lisible et identifiable sous tous les formats sur le contenu modifié, photo ou vidéo, durant l'intégralité du visionnage.~~

~~V. – (Supprimé)~~

~~VI. – La violation des dispositions prévues aux I, ~~II~~ et ~~IV~~ du présent article est punie d'un an d'emprisonnement et de 4 500 euros d'amende.~~

~~VII. – Les modalités d'application des I, ~~II~~ et ~~IV~~ du présent article sont définies par décret.~~

Texte adopté par le Sénat en première lecture

associés, à l'identification du ou des prestataires responsables de cette action de formation ainsi que du prestataire référencé sur le service dématérialisé mentionné à l'article L. 6323-9 du code du travail.

II bis (nouveau). – Lorsque la promotion est réalisée par les personnes mentionnées à l'article 1^{er} de la présente loi et porte sur la souscription à un contrat d'abonnement, la communication au public par voie électronique mentionne les informations liées à cet abonnement dont la liste et le contenu sont précisés par le décret prévu au VII du présent article.

~~III à V. – (Supprimés)~~

VI. – La violation des dispositions prévues aux I bis à II bis du présent article est punie d'un an d'emprisonnement et de 4 500 euros d'amende.

VII. – Les modalités d'application du présent article sont définies par décret en Conseil d'État.

⑨

⑩

⑪

⑫

Texte adopté par l'Assemblée nationale en première lecture

Article 2 D (nouveau)

I. — L'État met à disposition toute information utile portant sur les droits et les devoirs des personnes exerçant l'activité définie à l'article 1^{er}.

Cette information à caractère pédagogique peut être utilement relayée par les acteurs qui concourent au développement de l'activité définie au même article 1^{er}.

II. — (Supprimé)

Article 2 E (nouveau)

Lorsque la promotion est réalisée par des personnes dont l'activité est limitée à la seule commercialisation de produits et qui ne prennent pas en charge la livraison de ces produits, celle-ci étant réalisée par le fournisseur, ces personnes informent le consommateur de l'identité de ce fournisseur.

Elles s'assurent de la disponibilité des produits et de leur licéité, notamment du fait qu'il ne s'agit pas de produits contrefaisants.

CHAPITRE III

Dispositions générales relatives à l'activité d'agent d'influenceur et aux obligations contractuelles les liant aux personnes exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique et aux annonceurs (Division nouvelle)

Section 1

De la nature de l'activité d'agent d'influenceur (Division nouvelle)

Article 2

I. — L'activité d'agent d'influenceur consiste à représenter ou à mettre en relation, à titre onéreux, les personnes physiques ou morales exerçant l'activité définie à l'article 1^{er} avec des personnes physiques ou morales sollicitant leur service, dans le but de promouvoir des biens, des services, des pratiques ou une cause quelconque.

II (nouveau). — Les personnes exerçant l'activité définie au I du présent article prennent toutes mesures nécessaires pour garantir la défense des intérêts des

Texte adopté par le Sénat en première lecture

Article 2 D (Supprimé)

Article 2 E

Les personnes mentionnées à l'article 1^{er} de la présente loi dont l'activité est limitée à la seule commercialisation de produits et qui ne prennent pas en charge la livraison de ces produits, celle-ci étant réalisée par le fournisseur, sont responsables de plein droit à l'égard de l'acheteur au sens de l'article 15 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique. ①

Ces personnes communiquent à l'acheteur les informations prévues à l'article L. 221-5 du code de la consommation, ainsi que l'identité du fournisseur, et s'assurent de la disponibilité des produits et de leur licéité, notamment du fait qu'il ne s'agit pas de produits contrefaisants. ②

CHAPITRE III

Dispositions générales relatives à l'activité d'agent d'influenceur, aux contrats d'influence commerciale par voie électronique, à la responsabilité civile solidaire et à l'assurance civile professionnelle

Section 1

(Division supprimée)

Article 2

I. — L'activité d'agent d'influenceur consiste à représenter ou à mettre en relation, à titre onéreux, les personnes physiques ou morales exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique définie à l'article 1^{er} avec des personnes physiques ou morales et, le cas échéant, leurs mandataires, dans le but de promouvoir, à titre onéreux, des biens, des services ou une cause quelconque. ①

II. — Les personnes exerçant l'activité définie au I du présent article prennent toutes les mesures nécessaires pour garantir la défense des intérêts des personnes qu'ils ②

Texte adopté par l'Assemblée nationale en première lecture

personnes exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique qu'ils représentent et pour éviter les situations de conflit d'intérêts ou d'atteinte au droit de la propriété intellectuelle.

Article 2 bis (nouveau)

Le contrat passé entre une personne physique ou morale exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique et une personne physique ou morale exerçant l'activité d'agent d'influenceur ou d'annonceur ou leurs mandataires doit, sous peine de nullité, être rédigé par écrit et comporter notamment les mentions et clauses suivantes, lorsqu'il porte sur une somme ou une valeur excédant un montant fixé par décret :

1° Les informations relatives à l'identité des parties, à leurs coordonnées postales et électroniques ainsi qu'à leur pays de résidence fiscale ;

2° La nature des missions confiées ;

3° S'agissant de la contrepartie perçue par la personne exerçant l'activité définie à l'article 1^{er}, la rémunération en numéraire ou les modalités de sa détermination, le cas échéant la valeur de l'avantage en nature et les conditions et les modalités de son attribution ;

4° Les droits et les obligations qui incombent aux parties, le cas échéant, notamment en termes de droits de propriété intellectuelle ;

5° La soumission du contrat au droit français, notamment au code de la consommation, au code de la propriété intellectuelle et à la présente loi, lorsque ledit contrat a pour objet ou pour effet de mettre en œuvre une activité d'influence commerciale par voie électronique visant principalement un public établi sur le territoire français ;

6° (Supprimé)

L'annonceur et la personne exerçant l'activité définie à l'article 1^{er} sont solidairement responsables des dommages causés aux tiers dans l'exécution du contrat d'influence commerciale qui les lie.

Article 2 ter (nouveau)

Texte adopté par le Sénat en première lecture

représentent, pour éviter les situations de conflit d'intérêts et pour garantir la conformité de leur activité à la présente loi.

Article 2 bis

Le contrat passé entre une personne physique ou morale exerçant l'activité d'influence commerciale définie à l'article 1^{er} par voie électronique et une personne physique ou morale exerçant l'activité d'agent d'influenceur définie à l'article 2 ou l'activité d'annonceur ou, le cas échéant, leurs mandataires est, sous peine de nullité, rédigé par écrit et comporte notamment les mentions et les clauses suivantes :

1° Les informations relatives à l'identité des parties, à leurs coordonnées postales et électroniques ainsi qu'à leur pays de résidence fiscale ;

2° La nature des missions confiées ;

3° S'agissant de la contrepartie perçue par la personne exerçant l'activité définie à l'article 1^{er}, la rémunération en numéraire ou les modalités de sa détermination, le cas échéant la valeur de l'avantage en nature ainsi que les conditions et les modalités de son attribution ;

4° Les droits et les obligations qui incombent aux parties, le cas échéant, notamment en termes de droits de propriété intellectuelle ;

5° La soumission du contrat au droit français, notamment au code de la consommation, au code de la propriété intellectuelle et à la présente loi, lorsque ledit contrat a pour objet ou pour effet de mettre en œuvre une activité d'influence commerciale par voie électronique visant notamment un public établi sur le territoire français ;

6° (Supprimé)

L'annonceur, le cas échéant son mandataire, et la personne exerçant l'activité définie à l'article 1^{er} et, le cas échéant, l'activité définie à l'article 2 sont solidairement responsables des dommages causés aux tiers dans l'exécution du contrat d'influence commerciale qui les lie.

Article 2 ter

I A (nouveau). – Lorsqu'elles exercent l'activité définie à l'article 1^{er} et qu'elles ne sont pas établies sur le territoire d'un État membre de l'Union européenne, de la Confédération suisse ou de l'Espace économique européen, les personnes morales ou les personnes physiques exerçant une activité indépendante sous le statut défini aux articles L. 526-6 à L. 526-21 du code de commerce ou aux articles L. 526-22 à L. 526-26 du même code désignent par écrit une personne morale ou physique

①

②

③

④

⑤

⑥

⑦

⑧

⑨

Texte adopté par l'Assemblée nationale en première lecture

Texte adopté par le Sénat en première lecture

pour assurer une forme de représentation légale sur le territoire de l'Union européenne.

Les personnes désignées pour assurer une forme de représentation légale sont chargées de garantir la conformité des contrats ayant pour objet ou pour effet la mise en œuvre d'une activité d'influence commerciale par voie électronique visant notamment un public établi sur le territoire français. Ces personnes sont également chargées de répondre, en sus ou à la place des personnes mentionnées au premier alinéa du présent I A, à toutes les demandes émanant des autorités administratives ou judiciaires compétentes visant à la mise en conformité avec la présente loi.

②

Les personnes mentionnées au même premier alinéa donnent aux personnes ainsi désignées les pouvoirs nécessaires et les ressources suffisantes pour garantir une coopération efficace avec les autorités compétentes pour se conformer à la présente loi.

③

Les personnes mentionnées audit premier alinéa communiquent, à première demande, aux autorités administratives compétentes le nom, l'adresse postale, l'adresse de courrier électronique et le numéro de téléphone des personnes ainsi désignées.

④

Cette désignation ne constitue pas un établissement dans l'Union européenne.

⑤

I et II. – *(Supprimés)*

I et II. – *(Supprimés)*

⑥

III. – Est tenue de souscrire, auprès d'un assureur établi dans l'Union européenne, une assurance civile garantissant les conséquences pécuniaires de sa responsabilité civile professionnelle la personne exerçant l'activité définie à l'article 1^{er} qui est établie en dehors de l'Union européenne, de la Confédération suisse ou de l'Espace économique européen lorsque cette activité vise, même accessoirement, un public établi sur le territoire français.

III. – *(Non modifié)*

⑦

IV. – Les modalités d'application du présent article sont définies par décret.

IV. – Les modalités d'application du présent article sont définies par décret en Conseil d'État.

⑧

Texte adopté par l'Assemblée nationale en première lecture

Texte adopté par le Sénat en première lecture

TITRE II

DE LA RÉGULATION DES CONTENUS PUBLIÉS PAR LES PERSONNES EXERÇANT L'ACTIVITÉ D'INFLUENCE COMMERCIALE PAR VOIE ÉLECTRONIQUE ET DES ACTIONS DE SENSIBILISATION DES JEUNES PUBLICS

(Division nouvelle)

CHAPITRE I^{ER}

De la régulation des contenus diffusés par les personnes exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique

(Division nouvelle)

Article 3

Après l'article 6-4 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, il est inséré un article 6-4-1 ainsi rédigé :

~~« Art. 6-4-1. – I. – Conformément au règlement (UE) 2022/2065 du Parlement européen et du Conseil du 19 octobre 2022 relatif à un marché unique des services numériques et modifiant la directive 2000/31/CE (règlement sur les services numériques), les fournisseurs de services d'hébergement mettent en place des mécanismes permettant à tout particulier ou à toute entité de leur signaler la présence au sein de leurs services d'éléments d'information spécifiques que le particulier ou l'entité considère comme du contenu illicite, notamment au regard du code de la consommation, du code de la propriété intellectuelle ou de la présente loi. Ces mécanismes sont faciles d'accès et d'utilisation et permettent la soumission de notifications exclusivement par voie électronique.~~

~~« Les fournisseurs de services intermédiaires mettent à la disposition du public, au moins une fois par an, dans un format lisible par une machine et d'une manière facilement accessible des rapports clairs et aisément compréhensibles sur les éventuelles activités de modération des contenus auxquelles ils se sont livrés au cours de la période concernée. Ces rapports font mention, en particulier, du nombre d'injonctions reçues par les fournisseurs de services intermédiaires de la part des autorités administratives, classées par type de contenu illicite concerné, notamment au regard du code de la consommation et de la présente loi.~~

~~« II (nouveau). – Les conditions d'application du présent article sont définies par décret. »~~

TITRE II

DE LA RÉGULATION DES CONTENUS PUBLIÉS PAR LES PERSONNES EXERÇANT L'ACTIVITÉ D'INFLUENCE COMMERCIALE PAR VOIE ÉLECTRONIQUE ET DES ACTIONS DE SENSIBILISATION DES JEUNES PUBLICS

CHAPITRE I^{ER}

De la régulation des contenus diffusés par les personnes exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique

Article 3

I. – Après l'article 6-4 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, il est inséré un article 6-4-1 ainsi rédigé :

« Art. 6-4-1. – I. – Les fournisseurs de services d'hébergement mettent en place des mécanismes permettant à toute entité ou à tout particulier de leur signaler la présence au sein de leur service d'éléments d'information spécifiques que le particulier ou l'entité considère comme du contenu illicite, y compris au regard de la loi n° du visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux, dans les conditions prévues à l'article 16 du règlement (UE) 2022/2065 du Parlement européen et du Conseil du 19 octobre 2022 relatif à un marché unique des services numériques et modifiant la directive 2000/31/CE (règlement sur les services numériques).

« Les fournisseurs de services intermédiaires mettent à la disposition du public des rapports sur leurs éventuelles activités de modération des contenus dans les conditions prévues à l'article 15 du règlement précité.

« II. – (Supprimé) »

II (nouveau). – Le présent article entre en vigueur à la date d'application prévue à l'article 93 du règlement (UE) 2022/2065 du Parlement européen et du Conseil du 19 octobre 2022 précité.

①

②

③

④

⑤

Texte adopté par l'Assemblée nationale en première lecture

Article 3 bis (nouveau)

Après l'article 6-4 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 précitée, il est inséré un article 6-4-2 ainsi rédigé :

~~« Art. 6-4-2. – Conformément au règlement (UE) 2022/2065 du Parlement européen et du Conseil du 19 octobre 2022 précité, les opérateurs de plateforme en ligne prennent les mesures techniques et organisationnelles nécessaires pour veiller à ce que les notifications soumises par des signaleurs de confiance, agissant dans leur domaine d'expertise désigné, par l'intermédiaire des mécanismes mentionnés à l'article 6-4-1 de la présente loi, soient traitées prioritairement et donnent lieu à des décisions dans les meilleurs délais.~~

~~« L'autorité administrative compétente octroie notamment le statut de signaleur de confiance à des personnes morales dont l'un des objets est de lutter contre la violation des dispositions du code de la consommation et de la présente loi. »~~

Article 4

Après l'article 6-5 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 précitée, il est inséré un article 6-5-1 ainsi rédigé :

~~« Art. 6-5-1. – À réception d'une injonction d'agir contre un contenu illicite émise par l'autorité compétente, l'opérateur de plateforme numérique en ligne informe cette autorité, dans les meilleurs délais, de la suite éventuelle donnée à cette injonction.~~

~~« Les opérateurs de plateforme en ligne mettent en place des mécanismes de signalement de contenu illicite. Ces opérateurs ont l'obligation de traiter en priorité les signalements de contenu illicite notifiés par les signaleurs de confiance.~~

~~« L'administration compétente fournit aux opérateurs de plateforme en ligne, régulièrement et au~~

Texte adopté par le Sénat en première lecture

Article 3 bis

I. – Après l'article 6-4 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, il est inséré un article 6-4-2 ainsi rédigé :

« Art. 6-4-2. – I. – Les fournisseurs de plateformes en ligne prennent les mesures nécessaires pour veiller à ce que les notifications soumises par des signaleurs de confiance soient traitées prioritairement, dans les conditions prévues à l'article 22 du règlement (UE) 2022/2065 du Parlement européen et du Conseil du 19 octobre 2022 relatif à un marché unique des services numériques et modifiant la directive 2000/31/CE (règlement sur les services numériques).

« Le coordinateur pour les services numériques compétent attribue le statut de signaleur de confiance aux entités qui remplissent les conditions fixées par l'article 22 du règlement précité et qui agissent contre la violation des dispositions de la loi n° du visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux, du code de la consommation, du code de la santé publique ou du code de la propriété intellectuelle.

« II (nouveau). – (Supprimé) »

II (nouveau). – Le présent article entre en vigueur à la date d'application prévue à l'article 93 du règlement (UE) 2022/2065 du Parlement européen et du Conseil du 19 octobre 2022 précité.

Article 4

I. – Après l'article 6-5 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, il est inséré un article 6-6 ainsi rédigé :

« Art. 6-6. – I. – Les fournisseurs de services intermédiaires prennent les mesures nécessaires pour donner suite, dans les meilleurs délais, aux injonctions d'agir émises par les autorités judiciaires ou administratives nationales compétentes, dans les conditions prévues aux articles 9 et 10 du règlement (UE) 2022/2065 du Parlement européen et du Conseil du 19 octobre 2022 relatif à un marché unique des services numériques et modifiant la directive 2000/31/CE (règlement sur les services numériques).

« Les autorités nationales compétentes mettent à disposition des fournisseurs de services intermédiaires, au

①

②

③

④

⑤

①

②

③

Texte adopté par l'Assemblée nationale en première lecture

moins tous les six mois, la liste des sites internet faisant la promotion ~~illicite de produits ou de services.~~

~~« Les conditions d'application du présent article sont définies par décret. »~~

Article 4 bis (nouveau)

Le code de la consommation est ainsi modifié :

1° L'article L. 521-1 est complété par ~~sept~~ alinéas ainsi rédigés :

« Toute injonction prononcée en application du présent article peut être assortie d'une astreinte journalière ne pouvant excéder un montant de ~~1 500~~ euros.

« Lorsque l'infraction constatée est passible d'une ~~peine d'au moins deux ans d'emprisonnement et est de nature à porter une atteinte grave à la loyauté des transactions ou à l'intérêt des consommateurs,~~ l'astreinte prononcée en application du présent article peut être déterminée en fonction du chiffre d'~~affaire mondial~~ de la personne morale contrôlée, sans pouvoir excéder 0,1 % de celui-ci.

« L'injonction précise le montant de l'astreinte journalière encourue.

« L'astreinte journalière court à compter du jour suivant l'expiration du délai imparti au professionnel pour ~~se mettre en conformité avec~~ l'injonction.

« En cas d'inexécution totale ou partielle ou d'exécution tardive, l'autorité administrative chargée de la concurrence et de la consommation peut procéder, dans les conditions prévues à l'article L. 522-5, à la liquidation de l'astreinte.

« Elle tient compte, pour déterminer le montant

Texte adopté par le Sénat en première lecture

moins tous les six mois, la liste des sites internet faisant la promotion de biens ou de services considérés comme illicites au regard de la loi n° du visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux.

~~« II. – (Supprimé) »~~

II (nouveau). – Le présent article entre en vigueur à la date d'application prévue à l'article 93 du règlement (UE) 2022/2065 du Parlement européen et du Conseil du 19 octobre 2022 précité.

Article 4 bis

Le code de la consommation est ainsi modifié :

1° L'article L. 521-1 est complété par huit alinéas ainsi rédigés :

« Toute injonction prononcée en application du présent article peut être assortie d'une astreinte journalière ne pouvant excéder un montant de 3 000 euros.

« Le total des sommes demandées au titre de la liquidation de l'astreinte ne peut excéder 300 000 euros.

« Lorsque l'infraction constatée est passible d'une amende d'au moins 75 000 euros, l'astreinte prononcée en application du présent article peut être déterminée en fonction du chiffre d'affaires mondial hors taxes réalisé au cours du dernier exercice clos de la personne morale contrôlée, sans pouvoir excéder 0,1 % de celui-ci.

« Le total des sommes demandées au titre de la liquidation de l'astreinte ne peut excéder 5 % du chiffre d'affaires mondial hors taxes réalisé au cours du dernier exercice clos. Si l'injonction est adressée à une personne morale dont les comptes ont été consolidés ou combinés en application des dispositions applicables à sa forme sociale, le chiffre d'affaires pris en compte est celui figurant dans les comptes consolidés ou combinés de la personne morale consolidante ou combinante.

« L'injonction précise le montant de l'astreinte journalière encourue.

« L'astreinte journalière court à compter du jour suivant l'expiration du délai imparti au professionnel pour déferer à l'injonction.

« En cas d'inexécution totale ou partielle ou d'exécution tardive, l'autorité administrative chargée de la concurrence et de la consommation peut procéder, dans les conditions prévues à l'article L. 522-5, à la liquidation de l'astreinte.

« Elle tient compte, pour déterminer le montant

④

⑤

①

②

③

④

⑤

⑥

⑦

⑧

⑨

⑩

Texte adopté par l'Assemblée nationale en première lecture

total de l'astreinte liquidée, des circonstances de l'espèce.

~~« Le total des sommes demandées au titre de la liquidation de l'astreinte ne peut excéder 5 % du chiffre d'affaires mondial hors taxes réalisé au cours de cet exercice. Si l'injonction est adressée à une personne morale dont les comptes ont été consolidés ou combinés en application des dispositions applicables à sa forme sociale, le chiffre d'affaires pris en compte est celui figurant dans les comptes consolidés ou combinés de la personne morale consolidante ou combinante. »;~~

2° L'article L. 521-2 est complété par cinq alinéas ainsi rédigés :

« En cas d'inexécution par le professionnel de la mesure de publicité prévue au premier alinéa dans le délai imparti, l'autorité administrative peut le mettre en demeure de publier la décision sous une astreinte journalière de 150 € à compter de la notification de la mise en demeure et jusqu'à publication effective.

« L'autorité administrative chargée de la concurrence peut procéder à la liquidation de l'astreinte dans les mêmes conditions et suivant les mêmes modalités que celles définies à l'article L. 521-1.

« Le montant total des sommes demandées au titre de la liquidation de l'astreinte ne peut excéder ~~le taux fixé au dernier alinéa du même article L. 521-1.~~

« Lorsque l'injonction mentionnée ~~audit~~ article L. 521-1 est assortie d'une astreinte, elle peut faire l'objet, en cas d'inexécution totale ou partielle ou d'exécution tardive, d'une mesure de publicité, dans des conditions fixées par décret en Conseil d'État.

« Dans ce cas, le professionnel est informé, lors de la procédure contradictoire préalable au prononcé de l'injonction, de la nature et des modalités de la mesure de publicité encourue. La publicité est effectuée aux frais du professionnel qui fait l'objet de l'injonction. »

Texte adopté par le Sénat en première lecture

total de l'astreinte liquidée, des circonstances de l'espèce.» ;

2° L'article L. 521-2 est complété par cinq alinéas ainsi rédigés :

« En cas d'inexécution par le professionnel de la mesure de publicité prévue au premier alinéa du présent article dans le délai imparti, l'autorité administrative peut le mettre en demeure de publier la décision sous une astreinte journalière de 150 euros à compter de la notification de la mise en demeure et jusqu'à publication effective.

« L'autorité administrative chargée de la concurrence peut procéder à la liquidation de l'astreinte dans les mêmes conditions et suivant les mêmes modalités que celles définies à l'article L. 521-1.

« Le montant total des sommes demandées au titre de la liquidation de l'astreinte ne peut excéder 50 000 euros.

« Lorsque l'injonction mentionnée au même article L. 521-1 est assortie d'une astreinte, elle peut faire l'objet, en cas d'inexécution totale ou partielle ou d'exécution tardive, d'une mesure de publicité, dans des conditions fixées par décret en Conseil d'État.

« Dans ce cas, le professionnel est informé, lors de la procédure contradictoire préalable au prononcé de l'injonction, de la nature et des modalités de la mesure de publicité encourue. La publicité est effectuée aux frais du professionnel qui fait l'objet de l'injonction. »

Article 4 ter A (nouveau)

I. – L'article L. 621-13-5 du code monétaire et financier est ainsi modifié :

A. – Le I est ainsi modifié :

1° Au 1°, après le mot : « opérateurs », sont insérés les mots : « et les personnes physiques ou morales » ;

2° Après le même 1°, il est inséré un 1° bis ainsi rédigé :

« 1° bis Les opérateurs offrant des services d'investissement ou de gestion de placements collectifs en

⑪

⑫

⑬

⑭

⑮

⑯

⑰

⑱

⑲

⑳

㉑

ligne non agréés en application de l'article L. 532-9 et n'entrant pas dans le champ d'application des articles L. 532-20-1 à L. 532-21-3 ; »

3° Au 2°, les mots : « de titres financiers » sont remplacés par les mots : « d'instruments financiers au sens de l'article L. 211-1 » ;

4° Après le 6°, sont insérés des 7° et 8° ainsi rédigés :

« 7° Les opérateurs fournissant une activité de conseil au sens de l'article L. 541-1 qui ne respectent pas les conditions mentionnées aux articles L. 541-2 à L. 541-7 ;

« 8° Les personnes physiques ou morales faisant la promotion en ligne d'offres prévues aux 1° à 7° du présent article. » ;

5° Le dernier alinéa est ainsi modifié :

a) La première phrase est ainsi rédigée : « La mise en demeure rappelle les sanctions encourues par les opérateurs mentionnés aux mêmes 1° à 7° et par les personnes mentionnées au 8° au titre des chapitres II et III du titre VII du livre V et du II du présent article. » ;

b) À la seconde phrase, le mot : « huit » est remplacé par le mot : « cinq » ;

B. – À la seconde phrase du II, le mot : « huit » est remplacé par le mot : « cinq » ;

C. – Le premier alinéa du III est ainsi modifié :

1° Après le mot : « fond, », sont insérés les mots : « aux fins d'ordonner » ;

2° Sont ajoutés les mots : « ou la cessation de toute promotion en ligne d'offres prévues aux 1° à 7° du I du présent article ».

II. – Le chapitre II du titre VII du livre V du code monétaire et financier est complété par une section 6 ainsi rédigée :

« Section 6

« Promotion d'offres d'investissement en ligne

« Art. L. 572-28. – Le fait pour toute personne de promouvoir une offre d'investissement en ligne méconnaissant l'une des interdictions prescrites aux articles L. 573-1, L. 573-7, L. 573-9, L. 573-12, L. 573-15, L. 572-23, L. 572-24, L. 572-27 et L. 573-8 est puni d'un an d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende. »

⑥

⑦

⑧

⑨

⑩

⑪

⑫

⑬

⑭

⑮

⑯

⑰

⑱

⑲

⑳

Texte adopté par l'Assemblée nationale en première lecture

Article 4 ter (nouveau)

Les opérateurs de plateforme en ligne adoptent un protocole d'engagements visant à favoriser la collaboration entre l'État et lesdits opérateurs dans le secteur de l'influence commerciale, qui a notamment pour objet :

1° De favoriser ~~l'information des personnes exerçant l'activité définie à l'article 1^{er} concernant les éléments mis à leur disposition par les autorités publiques et, le cas échéant, les organismes d'autorégulation,~~ visant à prévenir tout manquement aux règles sectorielles ;

2° De favoriser auprès de leurs utilisateurs le signalement de tout manquement aux règles sectorielles commis par les personnes exerçant l'activité définie ~~au même article 1^{er} ;~~

3° ~~De contribuer, en lien avec les autorités publiques et, le cas échéant, les organismes d'autorégulation, par un dialogue régulier, aux réflexions et travaux visant à assurer l'effectivité de la régulation de l'activité d'influence commerciale, y compris par le déploiement d'outils adaptés.~~

CHAPITRE II

Des actions de sensibilisation du public face aux contenus relevant de l'influence commerciale par voie électronique
(Division nouvelle)

Texte adopté par le Sénat en première lecture

Article 4 ter

Les opérateurs de plateforme en ligne adoptent un protocole d'engagements visant à favoriser la collaboration entre l'État et lesdits opérateurs dans le secteur de l'influence commerciale, qui a notamment pour objet :

1° De favoriser la mise à disposition du public, en lien avec les autorités publiques et les organismes d'autorégulation, de toute information utile portant sur les droits et les devoirs des personnes exerçant les activités définies aux articles 1^{er} et 2 et visant à prévenir tout manquement aux dispositions de la présente loi ;

1° bis (nouveau) De favoriser la mise à disposition du public, en lien avec les autorités publiques et les organismes d'autorégulation, de toute formation utile à destination des personnes exerçant les activités définies aux mêmes articles 1^{er} et 2 et visant à prévenir tout manquement aux dispositions de la présente loi ;

2° De favoriser auprès de leurs utilisateurs le signalement de tout manquement aux règles sectorielles commis par les personnes exerçant l'activité définie à l'article 1^{er} ;

3° (Supprimé)

CHAPITRE II

Des actions de sensibilisation du public face aux contenus relevant de l'influence commerciale par voie électronique

①

②

③

④

⑤

.....
.....

Article 6 (nouveau)

~~Dans un délai de six mois à compter de la promulgation de la présente loi, le Gouvernement remet au Parlement un rapport sur la mise en adéquation des moyens de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes compte tenu des dérives constatées liées au marché de l'influence en ligne et sur les réseaux sociaux. Ce rapport fait des propositions sur le niveau des moyens supplémentaires nécessaires au regard de cette nouvelle situation.~~

Article 6
(Supprimé)

Texte adopté par l'Assemblée nationale en première lecture

Article 7 (nouveau)

Dans un délai de ~~trois~~ ans à compter de la promulgation de la présente loi, le Gouvernement remet au Parlement un rapport d'évaluation ~~sur la mise en œuvre de la présente loi, en précisant notamment l'efficacité de la prise en compte des signalements par les opérateurs de plateforme en ligne. Ce rapport d'évaluation est également transmis à l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique et à la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes.~~

Article 8 (nouveau)

~~Dans un délai de six mois à compter de la promulgation de la présente loi, l'Agence nationale de santé publique remet au Parlement un rapport sur 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, et permettant de les distinguer clairement lors de leur promotion par les influenceurs.~~

Texte adopté par le Sénat en première lecture

Article 7

Dans un délai de deux ans à compter de la promulgation de la présente loi, le Gouvernement remet au Parlement un rapport d'évaluation comportant notamment des éléments relatifs à l'évolution :

1° De l'application de la présente loi ;

2° Des compétences et des moyens financiers et humains des autorités administratives contribuant à la régulation de l'influence commerciale, en particulier la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, de l'Autorité des marchés financiers, de l'Autorité nationale des jeux et de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique ;

3° Du périmètre du régime d'interdiction de la promotion et de la publicité de certains biens et services prévu à l'article 2 B ;

4° Du périmètre du régime d'encadrement spécifique de la promotion et de la publicité de certains biens et services prévu à l'article 2 C.

Article 8

(Supprimé)

Article 9 (nouveau)

La présente loi entre en vigueur à une date fixée par décret qui ne peut être postérieure de plus de trois mois à la date de réception par le Gouvernement de la réponse de la Commission européenne permettant de considérer le dispositif législatif lui ayant été notifié comme conforme au droit de l'Union européenne.

①

②

③

④

⑤