

N° 123  
**SÉNAT**

SESSION ORDINAIRE DE 2022-2023

1<sup>er</sup> juin 2023

---

---

**PROPOSITION DE LOI**

*visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives  
des influenceurs sur les réseaux sociaux*

(Texte définitif)

*Le Sénat a adopté, dans les conditions prévues à l'article 45  
(alinéas 2 et 3) de la Constitution, la proposition de loi dont la teneur suit :*

---

**Voir les numéros :**

**Assemblée nationale** (16<sup>e</sup> législature) : 1<sup>re</sup> lecture : **790, 1006** et T.A. **100**.  
Commission mixte paritaire : **1278** rect. et T.A. **122**.

**Sénat** : 1<sup>re</sup> lecture : **489, 562, 563** et T.A. **105** (2022-2023).  
Commission mixte paritaire : **643** et **644** rect. (2022-2023).

## TITRE I<sup>ER</sup>

# DE LA NATURE DE L'ACTIVITÉ D'INFLUENCE COMMERCIALE PAR VOIE ÉLECTRONIQUE ET DES OBLIGATIONS AFFÉRENTES À SON EXERCICE

## CHAPITRE I<sup>ER</sup>

### Dispositions générales relatives à l'activité d'influence commerciale par voie électronique

#### Article 1<sup>er</sup>

Les personnes physiques ou morales qui, à titre onéreux, 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 exercent l'activité d'influence commerciale par voie électronique.

#### Article 2

I. – L'article L. 7124-1 du code du travail est ainsi modifié :

1° À la fin du 5°, 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) » ;

2° À la fin de la première phrase du dernier alinéa, les mots : « de partage de vidéos » sont remplacés par les mots : « en ligne mentionnée au même 5° ».

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) » ;

2° À la première phrase du IV de l'article 3 et au 2° 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 précité » ;

3° 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, au sens de l'article 1<sup>er</sup> de la loi n° du 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 8 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), ».

## 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 3**

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<sup>er</sup>. Un décret en Conseil d'État précise, en tant que de besoin, les modalités d'application du présent article.

Sont notamment applicables à l'activité d'influence commerciale par voie électronique :

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° Les articles L. 2133-1, L. 3323-2 à L. 3323-4, L. 3512-4 à L. 3512-5, L. 3513-4, L. 5122-1 à L. 5122-16, L. 5213-1 à L. 5213-7 et L. 5223-1 à L. 5223-5 du code de la santé publique ;

3° 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 ;

4° Les articles L. 341-1 à L. 341-17 du code monétaire et financier ;

5° Les articles L. 333-10 et L. 333-11 du code du sport.

La promotion de boissons avec ajouts de sucres, de sel ou d'édulcorants de synthèse ou de produits alimentaires manufacturés par les personnes mentionnées à l'article 1<sup>er</sup> de la présente loi est soumise à l'article L. 2133-1 du code de la santé publique.

Lorsque l'activité définie à l'article 1<sup>er</sup> de la présente loi est réalisée par une personne âgée de moins de 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 4**

I. – Est interdite aux personnes exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique toute promotion, directe ou indirecte, des actes, des procédés, des techniques et des 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.

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

III. – 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.

IV. – Est interdite aux personnes exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique toute promotion, directe ou indirecte, impliquant des animaux n'appartenant pas à la liste mentionnée au I de l'article L. 413-1 A du code de l'environnement. Cette interdiction ne s'applique pas aux établissements autorisés à détenir ces animaux conformément à l'article L. 413-3 du même code.

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

1° Les contrats financiers définis à l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier ;

2° 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 ;

3° 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 ;

4° Les actifs numériques, à l'exception soit de 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 du cas où l'annonceur n'entre pas dans le champ des articles L. 54-10-3 et L. 54-10-5 du même code.

Les manquements aux dispositions du présent V sont passibles des sanctions prévues au cinquième alinéa de l'article L. 222-16-1 et à l'avant-dernier alinéa de l'article L. 222-16-2 du code de la consommation.

VI. – 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 des sanctions prévues à l'article L. 132-2 du code de la consommation.

VII. – Les communications commerciales par voie électronique réalisées par les personnes mentionnées à l'article 1<sup>er</sup> de la présente loi relatives aux jeux d'argent et de hasard définis aux articles L. 320-1 et 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 si ce mécanisme d'exclusion est effectivement activé par lesdites personnes.

Ces communications commerciales sont accompagnées d'une mention signalant l'interdiction dudit contenu aux moins de dix-huit ans. Cette mention est 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 VII sont conformes à un référentiel élaboré par l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique après consultation de l'Autorité nationale des jeux et de la Commission nationale de l'informatique et des libertés.

Les contrats de promotion avec les opérateurs de jeux d'argent et de hasard comportent une clause par laquelle les personnes définies à l'article 1<sup>er</sup> 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.

Les manquements aux dispositions du présent VII sont passibles de l'amende prévue à l'article L. 324-8-1 du code de la sécurité intérieure.

VIII. – Après le 2<sup>o</sup> 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 au même article L. 6323-6. »

IX. – La violation des dispositions du présent article est punie de deux ans d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende, sous réserve des sanctions prévues à l'article L. 132-2 du code de la consommation, au cinquième alinéa de l'article L. 222-16-1 du même code, à l'avant-dernier alinéa de l'article L. 222-16-2 dudit code, au dernier alinéa de

l'article L. 6323-8-1 du code du travail et à 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<sup>er</sup> de la présente loi.

X. – Après le 31<sup>o</sup> de l'article L. 511-7 du code de la consommation, il est inséré un 32<sup>o</sup> ainsi rédigé :

« 32<sup>o</sup> Du V de l'article 4 de la loi n<sup>o</sup> du visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux. »

## Section 2

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

#### **Article 5**

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

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<sup>er</sup> de la présente loi, constitue une pratique commerciale trompeuse par omission au sens de l'article L. 121-3 du code de la consommation.

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.

II. – Les contenus communiqués par les personnes mentionnées à l'article 1<sup>er</sup> de la présente loi comprenant des images ayant fait l'objet :

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 » ;

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 ».

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

III. – Lorsque la promotion est réalisée par les personnes mentionnées à l'article 1<sup>er</sup> 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 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.

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

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

## **Article 6**

Les personnes mentionnées à l'article 1<sup>er</sup> 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.

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.



### 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**

### **Article 7**

I. – L'activité d'agent d'influenceur consiste à représenter, à titre onéreux, les personnes physiques ou morales exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique définie à l'article 1<sup>er</sup> 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.

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

### **Article 8**

I. – Le contrat passé entre une personne physique ou morale exerçant l'activité d'influence commerciale définie à l'article 1<sup>er</sup> par voie électronique et une personne physique ou morale exerçant l'activité d'agent d'influenceur définie à l'article 7 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<sup>er</sup>, 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.

II. – Les personnes définies à l'article 1<sup>er</sup> ne sont pas soumises au I du présent article lorsque la rémunération de l'activité d'influence commerciale par voie électronique concernée ou la valeur totale cumulée de l'avantage en nature concédé en échange de celle-ci est inférieure à un montant défini par décret en Conseil d'État.

III. – L'annonceur, son mandataire le cas échéant, et la personne exerçant l'activité définie à l'article 1<sup>er</sup> et, le cas échéant, l'activité définie à l'article 7 sont solidairement responsables des dommages causés aux tiers dans l'exécution du contrat d'influence commerciale qui les lie.

## **Article 9**

I. – Lorsqu'elles exercent l'activité définie à l'article 1<sup>er</sup> 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 pour assurer une forme de représentation légale sur le territoire de l'Union européenne.

La personne désignée pour assurer une forme de représentation légale est chargée 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. Cette personne est également chargée de répondre, en sus ou à la place des personnes mentionnées au premier alinéa du présent I, à toutes les demandes émanant des autorités administratives ou judiciaires compétentes visant à la mise en conformité avec la présente loi.

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

Les personnes mentionnées audit premier alinéa communiquent, sur demande, aux autorités administratives compétentes le nom, l'adresse postale, l'adresse de courrier électronique et le numéro de téléphone de la personne désignée en application du même premier alinéa.

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

II. – 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<sup>er</sup> 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. – Les modalités d'application du présent article sont définies par décret en Conseil d'État.

## 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<sup>ER</sup>

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

#### **Article 10**

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.* – 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 même règlement. »

II. – 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 relatif à un marché unique des services numériques et modifiant la directive 2000/31/CE (règlement sur les services numériques).

## **Article 11**

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.* – 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 au même article 22 et qui agissent notamment 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. – 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 12**

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.* – 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 la disposition des fournisseurs de services intermédiaires, au 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. – 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 13**

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 déférer 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 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 peine d'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 14

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 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 premier alinéa du 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 I. » ;

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° du présent I 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 prévues aux articles L. 572-23, L. 572-24, L. 572-27, L. 573-1, L. 573-7, L. 573-8, L. 573-9, L. 573-12 et L. 573-15 est puni d'un an d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende. »

**Article 15**

I. – 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 la 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<sup>er</sup> et 7 et visant à prévenir tout manquement aux dispositions de la présente loi ;

2° De favoriser la mise à la 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 articles 1<sup>er</sup> et 7 et visant à prévenir tout manquement aux dispositions de la présente loi ;



3° 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<sup>er</sup>.

II. – 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.

## CHAPITRE II

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

#### **Article 16**

Le premier alinéa de l'article L. 312-9 du code de l'éducation est ainsi modifié :

1° À la deuxième phrase, après le mot : « humaine », sont insérés les mots : « et à l'image des femmes » ;

2° À la dernière phrase, après le mot : « ligne », sont insérés les mots : « , à la sensibilisation contre la manipulation d'ordre commercial et les risques d'escroquerie en ligne » ;

3° Est ajoutée une phrase ainsi rédigée : « Elle comporte une sensibilisation à l'usage des dispositifs de signalement des contenus illicites mis à disposition par les plateformes. »

#### **Article 17**

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 de 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 4 ;

4° Du périmètre du régime d'encadrement spécifique de la promotion et de la publicité de certains biens et services prévu à l'article 5.

### **Article 18**

L'entrée en vigueur des articles 10 à 12 et 15 de la présente loi ne peut être antérieure 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.

*Délibéré en séance publique, à Paris, le 1<sup>er</sup> juin 2023.*

*Le Président,*

*Signé : Gérard LARCHER*