

N° 563

SÉNAT

SESSION ORDINAIRE DE 2022-2023

Enregistré à la Présidence du Sénat le 3 mai 2023

PROPOSITION DE LOI

ADOPTÉE PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE
APRÈS ENGAGEMENT DE LA PROCÉDURE ACCÉLÉRÉE,

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

TEXTE DE LA COMMISSION

DES AFFAIRES ÉCONOMIQUES (1)

(1) Cette commission est composée de : Mme Sophie Primas, présidente ; M. Alain Chatillon, Mme Dominique Estrosi Sassone, M. Patrick Chaize, Mme Viviane Artigalas, M. Franck Montaugé, Mme Anne-Catherine Loisier, MM. Jean-Pierre Moga, Bernard Buis, Fabien Gay, Henri Cabanel, Franck Menonville, Joël Labbé, vice-présidents ; MM. Laurent Duplomb, Daniel Laurent, Mme Sylviane Noël, MM. Rémi Cardon, Pierre Louault, secrétaires ; MM. Serge Babary, Jean-Pierre Bansard, Mmes Martine Berthet, Florence Blatrix Contat, MM. Michel Bonnus, Denis Bouad, Yves Bouloux, Jean-Marc Boyer, Alain Cadec, Mme Anne Chain-Larché, M. Patrick Chauvet, Mme Marie-Christine Chauvin, M. Pierre Cuypers, Mme Françoise Férat, M. Daniel Gremillet, Mmes Amel Gacquerre, Micheline Jacques, M. Jean-Baptiste Lemoyne, Mmes Valérie Létard, Marie-Noëlle Lienemann, MM. Claude Malhuret, Serge Mérimou, Jean-Jacques Michau, Mme Guylène Pantel, MM. Sébastien Pla, Christian Redon-Sarrazy, Mme Évelyne Renaud-Garabedian, M. Olivier Rietmann, Mme Daphné Ract-Madoux, M. Daniel Salmon, Mme Patricia Schillinger, MM. Laurent Somon, Jean-Claude Tissot.

Voir les numéros :

Assemblée nationale (16^e législature) : 790, 1006 et T.A. 100.

Sénat : 489 et 562 (2022-2023).

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

TITRE I^{ER}

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

CHAPITRE I^{ER}

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

Article 1^{er}

Les personnes physiques ou morales qui, à titre onéreux, communiquent 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 1^{er} bis

- ① I. – Au 5^o de l'article L. 7124-1 du code du travail, la première occurrence des mots : « de partage de vidéos » est remplacée 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) » et la seconde occurrence des mêmes mots est remplacée par les mots : « mentionné à l'alinéa précédent ».
- ② 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 :
- ③ 1^o 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) » ;

- ④ 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 » ;
- ⑤ 2° L'article 3 est complété par un V ainsi rédigé :
- ⑥ « 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° 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 2 *bis* de la même loi. »
- ⑦ 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 2 A

- ① Les dispositions législatives, réglementaires et prévues par des règlements européens relatives à l'encadrement de la publicité et de la promotion des biens et des services, diffusées par voie de services de communication au public en ligne, 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.
- ② Ces dispositions sont notamment :
- ③ 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 ;

- ④ 2° 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) ;
- ⑤ 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 ;
- ⑥ 4° Les articles L. 222-16-1 et L. 222-16-2 et le 9° de l'article L. 121-4 du code de la consommation ;
- ⑦ 5° Les articles L. 341-1 à L. 341-17 du code monétaire et financier.
- ⑧ Lorsque l'activité définie à l'article 1^{er} 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 2 B

- ① 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.
- ② *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.
- ③ *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.

- ④ 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 :
- ⑤ 1° Les produits et services financiers suivants :
- ⑥ a) Les contrats financiers définis à l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier ;
- ⑦ 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 ;
- ⑧ c) (*Supprimé*)
- ⑨ d) 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 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 ;
- ⑩ 2° (*Supprimé*)
- ⑪ 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 :
- ⑫ 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 ;
- ⑬ 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.
- ⑭ II *ter* (*nouveau*). – Est interdite aux personnes exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique toute promotion, directe ou indirecte, de prestations de pronostics sportifs.

- ⑮ 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. 320-1 du code de la sécurité intérieure et aux jeux vidéo comportant une fonctionnalité essentielle assimilable aux mêmes jeux 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 la vidéo, sous tous les formats, durant l'intégralité de la promotion.
- ⑯ 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 de l'informatique et des libertés.
- ⑰ 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.
- ⑱ Les contrats de promotion avec les opérateurs de jeux d'argent et de hasard et les éditeurs de jeux vidéo comportant une fonctionnalité essentielle assimilable aux mêmes jeux 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.
- ⑲ III *bis* (nouveau). – Après le 2^o de l'article L. 6323-8-1 du code du travail, il est inséré un 3^o ainsi rédigé :
- ⑳ « 3^o Proposer une vente ou une offre promotionnelle d'un produit en échange d'une inscription à une formation professionnelle. »
- ㉑ 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 et de l'avant-dernier alinéa de l'article L. 222-16-2 du code de la consommation.
- ㉒ 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.

②③ V. – (*Supprimé*)

Article 2 CA

(*Supprimé*)

Section 2

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

Article 2 C

- ① 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 la vidéo, sous tous les formats, durant l'intégralité de la promotion.
- ② 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.
- ③ 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 et suivants du code de la consommation.
- ④ *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 :
- ⑤ 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 » ;
- ⑥ 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 ».
- ⑦ Les mentions figurant au présent *I bis* sont claires, lisibles et identifiables sur l'image ou la vidéo, sous tous les formats, durant l'intégralité du visionnage.

- ⑧ 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 communication au public par voie électronique mentionne les informations liées au financement et aux prestataires de cette action de formation professionnelle dont la liste et le contenu sont précisés par le décret prévu au VII du présent article.
- ⑨ 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.
- ⑩ III à V. – (*Supprimés*)
- ⑪ 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.
- ⑫ VII. – Les modalités d'application du présent article sont définies par décret en Conseil d'État.

Article 2 D

(*Supprimé*)

Article 2 E

- ① 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.
- ② 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 2

- ① I. – L'activité d'agent 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} de la présente loi 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.
- ② 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, éviter les situations de conflit d'intérêts et garantir la conformité de leur activité à la présente loi.

Article 2 bis

- ① 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 clauses suivantes :
- ② 1° Les informations relatives à l'identité des parties, à leurs coordonnées postales et électroniques ainsi qu'à leur pays de résidence fiscale ;
- ③ 2° La nature des missions confiées ;
- ④ 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 ;
- ⑤ 4° Les droits et les obligations qui incombent aux parties, le cas échéant, notamment en termes de droits de propriété intellectuelle ;

⑥ 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 ;

⑦ 6° (*Supprimé*)

⑧ L'annonceur, le cas échéant son mandataire, et la personne exerçant l'activité définie à l'article 1^{er} ou 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

① I A (*nouveau*). – Les personnes morales ou physiques ayant le statut d'entrepreneur individuel, au sens des articles L. 526-22 à L. 526-26 du code de commerce, exerçant l'activité définie à l'article 1^{er} de la présente loi et qui 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, désignent, par écrit, une personne morale ou physique pour agir comme leur représentant légal sur le territoire de l'Union européenne et garantir la conformité de leurs contrats ayant pour effet de mettre en œuvre une activité d'influence commerciale par voie électronique visant notamment un public établi sur le territoire français.

② I et II. – (*Supprimés*)

③ 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.

④ IV. – 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^{ER}

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

Article 3

- ① 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 :
- ② « *Art. 6-4-1. – I. –* Les fournisseurs de services d'hébergement mettent en place des mécanismes de signalement du contenu considéré comme illicite 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).
- ③ « 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 par l'article 15 du règlement précité.
- ④ « II. – Le présent article entre en vigueur à compter de la date d'application prévue à l'article 93 du règlement précité. »

Article 3 bis

- ① 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 :
- ② « *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).

- ③ « 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.
- ④ « II. – Le présent article entre en vigueur à compter de la date d'application prévue à l'article 93 du règlement précité. »

Article 4

- ① 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 :
- ② « *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).
- ③ « Les autorités nationales compétentes mettent à 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.
- ④ « II. – Le présent article entre en vigueur à compter de la date d'application prévue à l'article 93 du règlement précité. »

Article 4 bis

- ① Le code de la consommation est ainsi modifié :
- ② 1° L'article L. 521-1 est complété par huit alinéas ainsi rédigés :
- ③ « Toute injonction prononcée en application du présent article peut être assortie d'une astreinte journalière ne pouvant excéder un montant de 3 000 euros.

- ④ « Le total des sommes demandées au titre de la liquidation de l'astreinte ne peut excéder 300 000 euros.
- ⑤ « 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.
- ⑥ « 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.
- ⑦ « L'injonction précise le montant de l'astreinte journalière encourue.
- ⑧ « L'astreinte journalière court à compter du jour suivant l'expiration du délai imparti au professionnel pour déférer à l'injonction.
- ⑨ « 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.
- ⑩ « Elle tient compte, pour déterminer le montant total de l'astreinte liquidée, des circonstances de l'espèce. » ;
- ⑪ 2° L'article L. 521-2 est complété par cinq alinéas ainsi rédigés :
- ⑫ « 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.
- ⑬ « 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.
- ⑭ « Le montant total des sommes demandées au titre de la liquidation de l'astreinte ne peut excéder 50 000 euros.

- ⑮ « 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.
- ⑯ « 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)

- ① I. – L'article L. 621-13-5 du code monétaire et financier est ainsi modifié :
- ② A. – Le I est ainsi modifié :
- ③ 1° Au 1°, après le mot : « opérateurs », sont insérés les mots : « et les personnes physiques ou morales » ;
- ④ 2° Après le même 1°, il est inséré un 1° *bis* ainsi rédigé :
- ⑤ « 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 ; »
- ⑥ 3° Au 2°, les mots : « de titres financiers » sont remplacés par les mots : « d'instruments financiers au sens de l'article L. 211-1 » ;
- ⑦ 4° Après le 6°, sont insérés des 7° et 8° ainsi rédigés :
- ⑧ « 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 ;
- ⑨ « 8° Les personnes physiques ou morales faisant la promotion en ligne d'offres visées aux 1° à 7° du présent article. » ;
- ⑩ 5° Le dixième alinéa est ainsi modifié :
- ⑪ a) La première phrase est ainsi rédigée : « La mise en demeure rappelle les sanctions encourues par les opérateurs mentionnés aux 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. » ;
- ⑫ b) Le mot : « huit » est remplacé par le mot : « cinq ».

- ⑬ B. – Au II, le mot : « huit » est remplacé par le mot : « cinq ».
- ⑭ C. – Le premier alinéa du III est ainsi modifié :
- ⑮ 1° Après les mots : « accélérée au fond, », sont insérés les mots : « aux fins d’ordonner » ;
- ⑯ 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 ».
- ⑰ II. – Le chapitre II du titre VII du livre V du code monétaire et financier est complétée par une section 6 ainsi rédigée :
- ⑱ « Section 6
- ⑲ « *Promotion d’offres d’investissement en ligne*
- ⑳ « 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. »

Article 4 ter

- ① 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 :
- ② 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 ;
- ③ 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 articles 1^{er} et 2 et visant à prévenir tout manquement aux dispositions de la présente loi ;
- ④ 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} ;
- ⑤ 3° (Supprimé)

CHAPITRE II

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

Article 5

(Non modifié)

- ① Le premier alinéa de l'article L. 312-9 du code de l'éducation est ainsi modifié :
- ② 1° À la deuxième phrase, après le mot : « humaine », sont insérés les mots : « et à l'image des femmes » ;
- ③ 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 » ;
- ④ 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 6

(Supprimé)

Article 7

- ① Dans un délai de trois 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 :
- ② 1° De l'application de la présente loi ;
- ③ 2° Des compétences 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 ;
- ④ 3° Du périmètre du régime d'interdiction de la promotion et de la publicité de certains biens et services prévu par l'article 2 B ;
- ⑤ 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.