

Commission des affaires économiques

TEXTE COMPARATIF

(Document de travail - texte ne pouvant être amendé)

Proposition de loi

**visant à lutter contre les arnaques et les dérives des
influenceurs sur les réseaux sociaux**

.

(Première lecture)

Le présent texte comparatif ne constitue qu'un document de travail faisant apparaître l'évolution du texte à l'issue des travaux de la commission. Figurent :

- ~~en caractères barrés~~, les dispositions que la commission propose de supprimer ;
- **en caractères gras**, les dispositions introduites par la commission.

Les liens dans la marge de droite permettent un accès direct au dispositif de chaque amendement adopté par la commission.

TITRE I^{ER}

DE LA NATURE DE L'ACTIVITÉ D'INFLUENCE COMMERCIALE PAR VOIE ÉLECTRONIQUE ET DES OBLIGATIONS AFFÉRENTES À SON EXERCICE (*Division nouvelle*)

CHAPITRE I^{ER}

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

(*Division nouvelle*)

Commenté [CAE1]: Amendement
[CE46](#)

Article 1^{er}

Les personnes physiques ou morales qui mobilisent leur notoriété 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 dont la valeur est supérieure aux seuils fixés par décret exercent l'activité d'influence commerciale par voie électronique.

Commenté [CAE2]: Amendement
[CE44](#), sous-amendements [CE166](#) et [CE196](#)

La section 3 du chapitre II du titre II du livre I^{er} du code de la consommation est complétée par une sous-section 9 ainsi rédigée :

« Sous-section 9

« Promotion de produits, d'actes ou de prestations réalisée par les influenceurs

~~« Art. L. 122-26. Est considéré comme influenceur toute personne physique ou morale, qui, à titre onéreux ou en échange d'un avantage en nature, produit et diffuse par un moyen de communication électronique des contenus qui visent, à l'occasion de l'expression de sa personnalité, à promouvoir des biens, des services ou une cause quelconque.~~

~~« Art. L. 122-27. I. Est interdite, pour les personnes mentionnées à l'article L. 122-26, la promotion sur les réseaux sociaux des produits, des prestations et des actes suivants :~~

~~« 1° Les produits pharmaceutiques, les dispositifs médicaux et les actes de chirurgie, à l'exception du relais des campagnes de santé publique du Gouvernement ;~~

~~« 2° Les placements ou investissements financiers et les actifs numériques entraînant des risques de perte pour le consommateur.~~

~~« II. — Est également interdit, sauf lorsque le public est explicitement informé par un bandeau visible sur l'image ou la vidéo durant l'intégralité de la promotion qu'ils sont réservés aux personnes majeures, la promotion :~~

~~« 1° D'abonnements à des pronostics sportifs ;~~

~~« 2° D'inscriptions à des formations professionnelles ;~~

~~« 3° Des jeux d'argent et de hasard.~~

~~« III. — La violation des dispositions du présent article est punie de cinq ans d'emprisonnement et de 375 000 euros d'amende.~~

~~« Art. L. 122 28. — I. — La promotion de produits, d'actes ou de prestations réalisée par les personnes mentionnées à l'article L. 122 26 doit être indiquée par un bandeau visible sur l'image ou la vidéo durant l'intégralité de la promotion.~~

~~« II. — Lorsque la promotion porte sur la vente d'un produit ou d'un service pour lequel l'influenceur n'est que l'intermédiaire du fournisseur effectif, l'influenceur informe l'acheteur potentiel de l'identité du fournisseur. Les personnes mentionnées à l'article L. 122 26 doivent s'assurer de l'absence de fictivité du produit, ainsi que du respect par le vendeur initial des conditions générales de vente.~~

~~« Art. L. 122 29. — Les dispositions de la présente sous-section sont précisées par décret en Conseil d'État. »~~

Article 1^{er} bis (*nouveau*)

I. — À la fin du 5° 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) ».

Commenté [CAE3]: Amendement
CE107

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° du visant à lutter contre les arnaques et 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 loi n° du visant à lutter contre les arnaques et les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux. »

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

(Division nouvelle)

Section 1

Des interdictions de promotion relatives à certains biens et services

(Division nouvelle)

Commenté [CAE4]: Amendement
[CE47](#)

Article 2 A *(nouveau)*

Commenté [CAE5]: Amendement
[CE45](#)

Les dispositions législatives et réglementaires relatives à l'encadrement de la promotion des biens et des services ainsi que celles portant restrictions ou interdictions de toutes natures en matière de publicité sont applicables à l'activité d'influence commerciale par voie électronique définie à l'article 1^{er} de la présente loi.

Les personnes mentionnées au même article 1^{er} sont soumises aux articles L. 3323-2 à L. 3323-4 du code de la santé publique.

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

Commenté [CAE6]: Sous-amendement
[CE179](#)

Article 2 B *(nouveau)*

Commenté [CAE7]: Amendement
[CE48](#), sous-amendements [CE197](#), [CE200](#),
[CE155](#) et [CE168](#)

I. – Est interdite, sauf exception, aux personnes exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique, toute opération qui vise à promouvoir la prescription, la délivrance, la vente, la réalisation ou la consommation des actes, procédés, techniques et méthodes à visée esthétique réservés aux professionnels de santé ainsi que des interventions de chirurgie, y compris celles sans visée thérapeutique ou reconstructrice.

II. – Est interdite, sauf exception, 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 placements ou les investissements entraînant des risques de pertes pour le consommateur dans un actif numérique ou, plus généralement, dans un bien incorporel fongible ou non fongible représentant, sous forme numérique, un ou plusieurs droits ou un ou plusieurs biens pouvant être émis, inscrits, conservés ou transférés au moyen d'un dispositif d'enregistrement électronique partagé et ne présentant pas les caractéristiques d'un instrument financier, à l'exception des investissements ou des placements liés 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 personnes exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique qui font la promotion, directe ou indirecte, des jeux d'argent et de hasard définis à l'article L. 320-1 du code de la sécurité intérieure et des jeux vidéo comportant une fonctionnalité essentielle assimilable aux jeux d'argent et de hasard doivent informer par un bandeau visible sur l'image ou la vidéo durant l'intégralité de la promotion que ces jeux sont réservés aux personnes majeures et respectent les dispositions législatives et réglementaires applicables à ces jeux d'argent et de hasard, notamment celles prohibant les communications commerciales en faveur des jeux d'argent et de hasard en direction des mineurs.

IV. – La violation des I et II du présent article est punie de deux ans d'emprisonnement et de 30 000 euros d'amende.

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.

Section 2

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

(Division nouvelle)

Commenté [CAE8]: Amendement [CE49](#)

Article 2 C (nouveau)

Commenté [CAE9]: Amendement [CE50](#) et sous-amendements [CE193](#) et [CE188](#)

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 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 d’éligibilité associés. Elle comporte également la dénomination sociale 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 travail.

III. – La promotion, par les personnes mentionnées à l’article 1^{er} de la présente loi, de boissons avec ajouts de sucres, de sel ou d’édulcorants de synthèse ou de produits alimentaires manufacturés inclut une information à caractère sanitaire, selon les modalités prévues à l’article L. 2133-1 du code de la santé publique. 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.

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 doivent être accompagnés de la mention : « Images retouchées ». Cette mention doit être visible sous tous les formats sur le contenu modifié, photo ou vidéo, et ce durant l'intégralité du visionnage.

V. – 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 qu'il considère que le contenu photo ou vidéo fait l'objet d'une modification par un procédé de traitement d'image. Ces mécanismes sont faciles d'accès et d'utilisation et permettent la soumission de notifications exclusivement par voie électronique.

VI. – La violation des dispositions prévues au présent article est punie d'un an d'emprisonnement et de 4 500 euros d'amende.

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

Article 2 D (*nouveau*)

I. – Il est institué un label national « Relations influenceurs responsables » pouvant être accordé à toute personne morale contribuant, dans le cadre de ses activités, à la prévention des arnaques et des dérives des personnes exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique.

II. – Les modalités d'application du présent article sont fixées par décret.

Article 2 E (*nouveau*)

Lorsque la promotion réalisée par les personnes mentionnées à l'article 1^{er} porte sur la vente d'un bien ou d'un service pour lequel les personnes mentionnées à l'article 1^{er} de la présente loi ne sont que l'intermédiaire du fournisseur effectif, celles-ci informent l'acheteur potentiel de l'identité du fournisseur. Les personnes mentionnées aux articles 1^{er} et 2 de la présente loi doivent notamment s'assurer de la

Commenté [CAE10]: Amendement
[CE106](#)

Commenté [CAE11]: Amendement
[CE51](#)

disponibilité du bien, de l'existence d'un certificat de conformité aux normes européennes et du fait qu'il ne s'agisse pas d'un produit contrefaisant.

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 titre onéreux, à représenter ou mettre en relation 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. Des prestations d'assistance et de conseil peuvent être proposées à la personne exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique au sens du même article 1^{er}.

II (nouveau). – Les personnes exerçant l'activité définie au I du présent article prennent toutes mesures nécessaires pour garantir la défense des intérêts des personnes exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique qu'ils représentent et pour éviter les situations de conflits d'intérêts.

~~Le titre II du livre I^{er} de la septième partie du code du travail est complété par un chapitre V ainsi rédigé :~~

Commenté [CAE12]: Amendement
[CES2](#)

Commenté [CAE13]: Amendement
[CES3](#)

~~« CHAPITRE V~~

~~« Agents d'influenceurs~~

~~« Section 1~~

~~« Définitions~~

~~« Art. L. 7125 1. — Est considéré comme agent d'influenceur, toute personne physique ou morale dont l'activité consiste, à titre onéreux, à représenter ou mettre en relation les personnes physiques ou morales exerçant l'activité d'influenceur définie à l'article 1^{er} avec des personnes physiques ou morales sollicitant leurs services, dans le but de promouvoir, par un moyen de communication électronique, des biens, des services ou une cause quelconque.~~

~~« Section 2~~

~~« Contractualisation~~

~~« Art. L. 7125 2. — Un contrat entre un influenceur défini à l'article 1^{er} et un agent d'influenceur doit être rédigé par écrit sous la forme d'un contrat d'agence au sens des articles L. 134 1 à L. 134 17 du code de commerce.~~

~~« Le contrat mentionne :~~

~~« 1° L'absence de conflits d'intérêts entre les parties ;~~

~~« 2° Le montant versé par l'annonceur pour la prestation d'influence commerciale par moyen de communication électronique qu'il sollicite et le montant perçu au titre du mandat.~~

~~« Section 3~~

~~« Représentation légale~~

~~« Art. L. 7125 3. — S'il n'est pas établi sur le territoire français, l'influenceur désigne un représentant légal, personne physique ou morale établie en France, qui le représente. S'il a conclu un contrat avec une agence établie en France, celle-ci est désignée comme personne morale pour le représenter en France. Le représentant légal est soumis au droit français pour tout ce qui relève des activités en ligne de l'influenceur à destination de la population française.~~

~~« Les dispositions de la présente section sont définies par décret en Conseil d'État. »~~

Article 2 bis (nouveau)

Commenté [CAE14]: Amendement [CE54](#) et sous-amendements [CE169](#) et [CE199](#)

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 doit, sous peine de nullité, être rédigé par écrit et comporter notamment les mentions et clauses suivantes :

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

2° La nature des missions confiées ;

3° Les modalités de la rémunération versée à la personne exerçant une activité d'influence commerciale par voie électronique ;

4° Les droits et obligations qui incombent aux parties, notamment en termes de droits de propriété intellectuelle, et les responsabilités de chacune en cas de non-respect d'une ou de plusieurs clauses du contrat ;

5° La soumission du contrat au droit français, notamment au code de la consommation et à la présente loi ;

6° La possibilité pour la personne exerçant une activité d'influence commerciale d'être labellisée.

Article 2 ter (nouveau)

Commenté [CAE15]: Amendement [CE56](#)

I. – Si elle n'est pas établie sur le territoire d'un État membre de l'Union européenne, la personne exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique désigne un représentant légal, personne physique ou morale établie dans un État membre de l'Union européenne, qui la représente pour ses activités d'influence commerciale par voie électronique sur le territoire français. Si elle n'est pas établie sur le territoire d'un État membre de l'Union européenne et a conclu un contrat avec une agence établie dans un État membre de l'Union européenne, cette agence est désignée comme personne morale pour la représenter en France. Le représentant légal et la personne exerçant l'activité d'influence commerciale par voie électronique sont soumis au droit français pour tout ce qui relève des activités d'influence commerciale par voie électronique à destination de la population française.

II. – Toute personne physique ou morale désirant faire la promotion de biens ou de services doit contracter avec le représentant légal de l’influenceur si ce dernier n’est pas établi sur le territoire d’un État membre de l’Union européenne.

III. – L’influenceur ou son représentant légal dans l’Union européenne est tenu de souscrire une assurance civile dans un État membre de l’Union européenne pour couvrir ses activités réalisées sur le territoire français.

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 *(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. L. 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*

Commenté [CAE16]: Amendement
[CE55](#)

Commenté [CAE17]: Amendement
[CE57](#)

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 et 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, dans un format lisible par une machine et d'une manière facilement accessible, au moins une fois par an, 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. » ~~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. L. 6-4-1. — Les opérateurs de plateformes en ligne établissent des mécanismes permettant à tout individu ou à toute entité de leur signaler la présence au sein de leur service d'un contenu manifestement illicite. Ces mécanismes permettent la soumission de notifications exclusivement par voie électronique.~~

~~« Le fournisseur de contenus notifie dans les meilleurs délais à cet individu ou cette entité sa décision concernant les informations auxquelles la notification se rapporte. Il fournit toute information utile relative aux voies de recours ouvertes à l'égard de cette décision.~~

~~« À partir d'un certain nombre de signalements défini par décret et relatif à la fréquentation du réseau social, les opérateurs de plateforme en ligne sont tenus de contrôler la publication signalée.~~

~~« Les opérateurs de plateformes en ligne publient, au moins une fois par an, un rapport sur les activités de modération de contenu auxquelles ils se sont livrés au cours de la période concernée. Ce rapport comprend les éléments suivants :~~

~~« 1° Le nombre d'injonctions reçues des autorités, classées par type de contenus illicites concernés au regard du code de la consommation.~~

~~« 2° Le nombre de réclamations reçues par l'intermédiaire du système interne de traitement des réclamations, le fondement de ces réclamations, les décisions prises eu égard à ces réclamations, le délai moyen nécessaire à la prise de ces décisions et le nombre de cas dans lesquels ces décisions ont été infirmées.~~

~~« 3° Les mesures prises pour atténuer les risques qui découlent de l'utilisation de leurs services : diffusion de publicités mensongères, d'arnaques d'influenceurs et leurs effets négatifs sur la vie privée et familiale.~~

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

Article 3 bis (nouveau)

Commenté [CAE18]: Amendement
[CE58](#)

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. L. 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 même loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 précitée, il est inséré un article 6-5-1 ainsi rédigé :

« ~~Art. L. 6-5-1.~~ – À la suite d'une demande motivée de retrait d'un contenu de la part de l'autorité administrative ou d'un signalement des signaleurs de confiance, les opérateurs de plateforme en ligne mettent

Commenté [CAE19]: Amendement
[CE125](#) et sous-amendement [CE164](#)

en œuvre les moyens nécessaires pour procéder dans les meilleurs délais au retrait dudit contenu.

~~« Art. L. 651. Les opérateurs de plateforme en ligne fournissent à l'autorité administrative compétente toutes informations utiles pour concourir à la lutte contre la diffusion publique de contenus publicitaires considérés comme mensongers au sens de l'article L. 121-1 du code de la consommation. À la suite d'une demande de retrait d'un contenu de la part de l'autorité administrative, ils mettent en œuvre les moyens nécessaires pour procéder dans un prompt délai au retrait dudit contenu.~~

« L'administration compétente fournit auxdits opérateurs de plateforme en ligne 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. »

CHAPITRE II

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

(Division nouvelle)

Commenté [CAE20]: Amendement
[CE61](#)

Article 5

À la dernière phrase du premier alinéa de l'article L. 312-9 du code de l'éducation, après le mot : « ligne », sont insérés les mots : « , à la sensibilisation contre la manipulation **d'ordre commercial**, **à la lutte contre les fausses informations** et les risques d'escroquerie en ligne ».

Commenté [CAE21]: Amendement
[CE60](#)

Commenté [CAE22]: Amendement
[CE105](#)

Article 6 *(nouveau)*

Commenté [CAE23]: Amendement
[CE40](#)

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. Celui-ci fait des propositions sur le niveau des moyens supplémentaires nécessaires au regard de cette nouvelle situation.