

Proyecto de Ordenanza sobre la puesta en conformidad de la Ley sobre la influencia comercial

Artículo único.

La Ley n.º 2023-451, de 9 de junio de 2023, destinada a regular la influencia comercial y luchar contra los abusos de los influyentes en las redes sociales, se modifica como sigue:

I. - El artículo 1 se sustituye por las siguientes disposiciones:

«Artículo 1. - I. Las personas físicas o jurídicas que, a título oneroso, utilicen su reputación entre su público para comunicar al público por medios electrónicos contenidos destinados a promover, directa o indirectamente, bienes, servicios o cualquier causa, ejercen la actividad de influencia comercial por medios electrónicos.».

II. Se aplicarán las disposiciones del artículo 4 y del artículo 5, apartados I a IV:

a) a las personas que ejerzan la actividad de influencia comercial por medios electrónicos definida en el artículo 1, establecidas en Francia o fuera del Espacio Económico Europeo y sin perjuicio de que, según las disposiciones del artículo 4, apartados I a III, no sean, para esta actividad, prestadores de servicios de medios de comunicación en el sentido de la Directiva 2010/13/UE;

b) para las personas incluidas en el ámbito de aplicación del artículo 4, apartados I a III, a las personas que ejerzan la actividad de influencia comercial por medios electrónicos definida en el artículo 1 en calidad de prestadores de servicios de medios de comunicación en el sentido de la Directiva 2010/13/UE y no bajo la jurisdicción de otro Estado miembro del Espacio Económico Europeo en el sentido del artículo 2, apartado 2, de dicha Directiva.

III. Podrán aplicarse una o varias de las prohibiciones o los requisitos establecidos en el artículo 4, apartados I a III, y en el artículo 5, apartados I a IV, junto con las sanciones correspondientes, de conformidad con los procedimientos establecidos en el artículo 3, apartados 2 a 5, o en el artículo 4, apartados 2 a 5, de la Directiva 2010/13/UE, a una persona que ejerza la actividad de influencia comercial por medios electrónicos definida en el artículo 1 como prestador de servicios de medios de comunicación bajo la jurisdicción de otro Estado miembro del Espacio Económico Europeo en el sentido del artículo 2, apartado 2, de dicha Directiva, siempre que sea objetivamente necesario, se apliquen de manera no discriminatoria y proporcionada a los objetivos de interés público general perseguidos por las disposiciones pertinentes del artículo 4, apartados I a III, y del artículo 5, apartados I a IV.

IV. Siempre que sea necesario y proporcionado poner fin a una infracción o a un riesgo grave de infracción del orden público, en particular la protección de los menores, la seguridad pública, la protección de los consumidores, incluidos los inversores, o la protección de la salud pública, una o varias de las prohibiciones o los requisitos establecidos en el artículo 4 y en el artículo 5, apartados I a IV, así como las sanciones correspondientes podrán aplicarse, de conformidad con el procedimiento establecido en el artículo 3, apartado 4, letra b), y apartado 5, de la Directiva 2000/31/CE, a las personas que ejerzan una actividad de influencia comercial por medios electrónicos definida en el artículo 1, establecidas en otro Estado miembro del Espacio Económico Europeo y, sin perjuicio de que, según las disposiciones del artículo 4, apartados I a III, no sean, para esta actividad, prestadores de servicios de medios de comunicación en el sentido de la Directiva 2010/13/UE.

V. Al término de los procedimientos aplicables contemplados en los apartados III y IV del presente artículo, una orden de la autoridad administrativa designará a cada una de las personas

afectadas por dichos apartados y especificará las disposiciones del artículo 4 y del artículo 5, apartados I a IV, que les sean aplicables, así como el servicio de que se trate.».

II. - El artículo 4 se sustituye por las disposiciones siguientes:

«Artículo 4. -I.- Queda prohibida toda promoción, directa o indirecta, de actos, procedimientos, técnicas y métodos con fines estéticos que puedan suponer riesgos para la salud de las personas a que se refiere el artículo L. 1151-2 del Código de Salud Pública, así como las intervenciones contempladas en el artículo L. 6322-1 de dicho Código, a las personas que ejerzan una actividad de influencia comercial por medios electrónicos.

II.- Queda prohibida toda promoción, directa o indirecta, de productos, actos, procedimientos, técnicas y métodos no terapéuticos que se presenten como comparables, preferibles o sustituibles de actos, protocolos o prescripciones terapéuticas, para las personas que ejerzan una actividad de influencia comercial por medios electrónicos.

III.- Queda prohibida toda promoción, directa o indirecta, de productos considerados productos de nicotina que puedan consumirse y estén compuestos de nicotina, incluso parcialmente, a las personas que ejerzan una actividad de influencia comercial por medios electrónicos.

IV.- Queda prohibida toda promoción, directa o indirecta, en la que participen animales no incluidos en la lista mencionada en el artículo L. 413-1 A del Código de medio ambiente, a las personas que ejerzan una actividad de influencia comercial por medios electrónicos. Esta prohibición no se aplicará a los establecimientos autorizados a la tenencia de dichos animales de conformidad con el artículo L. 413-3 de dicho Código.

V.- Queda prohibida toda promoción, directa o indirecta, de los siguientes productos y servicios financieros para las personas que ejerzan la actividad de influencia comercial por medios electrónicos:

1) los contratos financieros definidos en el artículo L. 533-12-7 del Código monetario y financiero;

2) la prestación de servicios de activos digitales, en el sentido del artículo L. 54-10-2 de dicho Código, con excepción de aquellos para los que el anunciante esté registrado en las condiciones previstas en el artículo L. 54-10-3 de dicho Código o esté autorizado en las condiciones previstas en el artículo L. 54-10-5 de dicho Código;

3) las ofertas públicas de criptoactivos, en el sentido del artículo L. 552-3 del mismo Código, salvo cuando el anunciante haya obtenido la autorización prevista en el artículo L. 552-4 de dicho Código;

4) los activos digitales, excepto los relacionados con los servicios para cuya prestación esté registrado el anunciante en las condiciones establecidas en el artículo L. 54-10-3 de dicho Código o autorizado en las condiciones previstas en el artículo L. 54-10-5 de dicho Código, a saber, cuando el anunciante no esté comprendido en el ámbito de aplicación de los artículos L. 54-10-3 y L. 54-10-5 de dicho Código.

Las infracciones de las disposiciones del presente apartado V estarán sujetas a las sanciones previstas en el artículo L. 222-16-1, párrafo quinto, y en el artículo L. 222-16-2, párrafo penúltimo, del Código de Consumo.

VI.- Queda prohibida toda promoción, directa o indirecta, de suscripciones a consejos o predicciones deportivas a las personas que ejerzan la actividad de influencia comercial por medios electrónicos.

VII.- Las comunicaciones comerciales por vía electrónica realizadas por las personas a que se refiere el artículo 1 de la presente Ley relativas a los juegos de azar, tal como se definen en los artículos L. 320-1 y L. 320-6 del Código de seguridad interior, solo se autorizarán en plataformas

en línea que ofrezcan la posibilidad técnica de excluir de la audiencia de dichos contenidos a todos los usuarios menores de dieciocho años de edad y si dicho mecanismo de exclusión es efectivamente activado por dichas personas.

Dichas comunicaciones comerciales irán acompañadas de una referencia a la prohibición de tales contenidos para las personas menores de dieciocho años. Esta declaración deberá ser clara, legible y comprensible en cualquier medio utilizado.

Los mecanismos de exclusión previstos en este apartado VII se ajustarán a un marco de referencia elaborado por la Autoridad reguladora de la comunicación audiovisual y digital, previa consulta a la Autoridad nacional de juegos y a la Comisión nacional de informática y libertades.

Los contratos de promoción con operadores de juegos de azar incluirán una cláusula en virtud de la cual las personas definidas en el artículo 1 de la presente Ley acrediten que se han familiarizado con las disposiciones legales y reglamentarias aplicables a las comunicaciones comerciales relativas a los juegos de azar y se comprometen a cumplirlas.

Las infracciones de las disposiciones del presente apartado VII serán sancionadas con la multa prevista en el artículo L. 324-8-1 del Código de seguridad interior.».

VIII. - Después del artículo L. 6323-8-1, punto 2, del Código de trabajo, se añade un párrafo con la siguiente redacción:

«Queda prohibida asimismo toda venta u oferta promocional de un producto o cualquier retribución a cambio de la inscripción para las acciones mencionadas en el mismo artículo L. 6323-6.».

IX. - La infracción de las disposiciones de los apartados I a IV y VI del presente artículo se castigará con la sanción prevista en el artículo L. 132-2 del Código de consumo.

En relación con estas infracciones y con la infracción prevista en el apartado VII, también se incurre en la pena de prohibición, definitiva o provisional, en los términos previstos en el artículo 131-27 del Código Penal, de ejercer la actividad profesional o social en el ejercicio o con motivo del ejercicio de la actividad profesional o social durante cuyo ejercicio se haya cometido la infracción o la actividad de influencia comercial por medios electrónicos definidos en el artículo 1 de la presente Ley.

X. - Después del artículo L. 511-7, punto 31, del Código de consumo, se añade el punto 32 siguiente:

«32) el artículo 4, apartados V, VI y VII, de la Ley n.º 2023-451, de 9 de junio de 2023, destinada a regular la influencia comercial y luchar contra los abusos de los influyentes en las redes sociales.».

III. - El artículo 5 se sustituye por las siguientes disposiciones:

«I. - Los contenidos comunicados por las personas a que se refiere el artículo 1 de la presente Ley que comprendan imágenes que hayan sido objeto de:

1) la modificación por cualquier proceso de tratamiento de imágenes para afinar o espesar la silueta o alterar el aspecto del rostro deberá ir acompañada de las palabras: “Imágenes retocadas”;

2) la producción por cualquier proceso de inteligencia artificial para representar un rostro o una silueta irá acompañada de la siguiente declaración: “Imágenes virtuales”.

Las referencias contenidas en el presente apartado I serán claras, legibles y comprensibles en cualquier soporte utilizado.

II. - Cuando la promoción la lleven a cabo las personas a que se refiere el artículo 1 de la presente Ley y se refiera a la inscripción en una actividad de formación profesional contemplada

en el artículo L. 6313-1 del Código de trabajo, financiada por uno de los organismos mencionados en el artículo L. 6316-1 de dicho Código, la mención que figura en el apartado I del presente artículo incluirá la información relativa a la financiación, los compromisos y las normas de elegibilidad correspondientes, la identificación del prestador o prestadores responsables de dichos programas de formación y del prestador al que se refiere el servicio electrónico a que se refiere el artículo L. 6323-9 del Código del trabajo.

III. - La infracción de lo dispuesto en los apartados I y II del presente artículo se castigará con una pena privativa de libertad de un año y una multa de 4 500 EUR.

IV. - Las modalidades de aplicación de los apartados I y II del presente artículo se establecerán mediante decreto en el Consejo de Estado.

V. - Constituye una práctica comercial engañosa en el sentido del artículo L. 121-3 del Código de consumo y en las condiciones previstas en dicho artículo, la falta de indicación mediante un aviso claro, legible y comprensible, en cualquier soporte utilizado, de la intención comercial perseguida por una persona física o jurídica que ejerza una actividad de influencia en el sentido del artículo 1 de la presente ley, siempre que esta intención no se desprenda ya del contexto.

La intención comercial puede indicarse explícitamente mediante el uso de las menciones "publicidad" o "colaboración comercial" o mediante una mención equivalente adaptada a las características de la actividad de influencia y al formato del soporte de comunicación utilizado.

IV. - El artículo 9 se sustituye por las siguientes disposiciones:

«I. - Cuando ejerzan la actividad definida en el artículo 1 y no estén establecidas en el territorio de un Estado miembro de la Unión Europea, de la Confederación Suiza o del Espacio Económico Europeo y se dirijan a una audiencia en Francia, las personas jurídicas o físicas que ejerzan una actividad independiente con arreglo al estatuto definido en los artículos L. 526-6 a L. 526-21 del Código de comercio o en los artículos L. 526-22 a L. 526-26 de dicho Código designarán por escrito a una persona física o jurídica que garantice una forma de representación legal en el territorio de la Unión Europea.

La persona designada para prestar una forma de representación legal es responsable de garantizar la conformidad de los contratos que tengan por objeto o por efecto la realización de una actividad de influencia comercial por medios electrónicos dirigidos, en particular, a un público establecido en territorio francés. Dicha persona también será responsable de responder, además o en lugar de las personas a que se refiere el presente apartado I, párrafo primero, a todas las solicitudes destinadas a la conformidad con la presente Ley por parte de las autoridades administrativas o judiciales competentes.

Las personas a que se refiere dicho párrafo primero otorgarán a la persona así designada las facultades y los recursos necesarios para garantizar una cooperación eficaz con las autoridades competentes para dar cumplimiento a lo dispuesto en la presente Ley.

Las personas a que se refiere dicho párrafo primero comunicarán a las autoridades administrativas competentes, previa solicitud, el nombre, la dirección postal, la dirección de correo electrónico y el número de teléfono de la persona designada con arreglo a dicho párrafo primero.

Esta designación no constituirá un establecimiento en la Unión Europea.

II. - La persona que ejerza la actividad definida en el artículo 1 y esté establecida fuera de la Unión Europea, estará obligada a suscribir, con un asegurador establecido en la Unión Europea, un seguro civil que garantice las consecuencias financieras de su responsabilidad civil profesional fuera la Unión Europea, la Confederación Suiza o del Espacio Económico Europeo cuando esta actividad se dirija a un público establecido en territorio francés.

III. - Las modalidades de aplicación del presente artículo se determinarán mediante decreto en el Consejo de Estado.».

