

# Dekrety, rozporządzenia, okólniki

## TEKSTY OGÓLNE

### MINISTERSTWO GOSPODARKI, FINANSÓW I PRZEMYSŁU

Rozporządzenie nr 2024-978 z dnia 6 listopada 2024 r. zmieniające ustawę nr 2023-451 z dnia 9 czerwca 2023 r. mającą na celu uregulowanie wpływu handlowego i zwalczanie nadużyć ze strony influencerów w sieciach społecznościowych

NOR: ECOI2418969R

Prezydent Republiki,  
na podstawie sprawozdania Prezesa Rady Ministrów oraz Ministra Gospodarki, Finansów i Przemysłu,  
uwzględniając Konstytucję, w szczególności jej art. 38,  
uwzględniając dyrektywę 2000/31/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 8 czerwca 2000 r. w sprawie niektórych aspektów prawnych usług społeczeństwa informacyjnego, w szczególności handlu elektronicznego w ramach rynku wewnętrznego („dyrektywa o handlu elektronicznym”),  
uwzględniając dyrektywę 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotyczącą nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniającą dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady („dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych”),  
uwzględniając dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE z dnia 10 marca 2010 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych („dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych”),  
uwzględniając dyrektywę (UE) 2015/1535 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 9 września 2015 r. ustanawiającą procedurę udzielania informacji w dziedzinie przepisów technicznych oraz zasad dotyczących usług społeczeństwa informacyjnego,  
uwzględniając kodeks sprawiedliwości administracyjnej, w szczególności jego art. R. 123-20,  
uwzględniając ustawę nr 2023-451 z dnia 9 czerwca 2023 r. mającą na celu uregulowanie wpływu handlowego i zwalczanie nadużyć ze strony influencerów w sieciach społecznościowych,  
uwzględniając ustawę nr 2024-364 z dnia 22 kwietnia 2024 r. ustanawiającą różne przepisy dostosowujące do prawa Unii Europejskiej kwestie dotyczące gospodarki, finansów, transformacji ekologicznej, prawa karnego, prawa socjalnego i rolnictwa, w szczególności jej art. 3,  
uwzględniając notyfikację nr 2024/0379/F skierowaną do Komisji Europejskiej w dniu 3 lipca 2024 r.,  
po wysłuchaniu Rady Stanu (Sekcja Finansów), po  
wysłuchaniu Rady Ministrów,

rozporządza, co następuje:

#### Artykuł 1

W ustawie nr 2023-451 z dnia 9 czerwca 2023 r. mającej na celu regulację wpływu handlowego i zwalczanie nadużyć ze strony influencerów w sieciach społecznościowych wprowadza się następujące zmiany:

I. – Art. 1 otrzymuje brzmienie:

„ **Artykuł 1.** – Osoby fizyczne lub prawne, które za odpłatnością wykorzystują swoją reputację wśród odbiorców do publicznego przekazywania za pomocą środków elektronicznych treści mających na celu promowanie, bezpośrednio lub pośrednio, towarów, usług lub jakiegokolwiek sprawy, prowadzą działalność polegającą na wywieraniu wpływu handlowego za pomocą środków elektronicznych.”;

II. – Art. 4 otrzymuje brzmienie:

„ **Artykuł 4.** – I. – Osobom prowadzącym działalność polegającą na wywieraniu wpływu handlowego za pomocą środków elektronicznych zabrania się wszelkiego bezpośredniego lub pośredniego promowania działań, procesów, technik i metod o celu estetycznym, które mogą stanowić zagrożenie dla zdrowia osób, o których

mowa w art. L. 1151-2 Kodeksu zdrowia publicznego, oraz interwencji wymienionych w art. L. 6322-1 tego samego kodeksu.

„II. – Osobom prowadzącym działalność polegającą na wywieraniu wpływu handlowego za pomocą środków elektronicznych zabrania się wszelkiego bezpośredniego lub pośredniego promowania nieterapeutycznych produktów, działań, procesów, technik i metod przedstawianych jako porównywalne lub lepsze od działań, protokołów lub recept terapeutycznych lub jako ich zamienniki.

„III. – Osobom prowadzącym działalność polegającą na wywieraniu wpływu handlowego za pomocą środków elektronicznych zabrania się wszelkiego bezpośredniego lub pośredniego promowania wyrobów uznawanych za wyroby nikotynowe, które mogą być spożywane i są wykonane, nawet częściowo, z nikotyny.

„IV. – Osobom prowadzącym działalność polegającą na wywieraniu wpływu handlowego za pomocą środków elektronicznych zabrania się wszelkiego bezpośredniego lub pośredniego promowania z udziałem zwierząt niewymienionych w wykazie, o którym mowa w art. I L. 413-1 A kodeksu ochrony środowiska. Zakaz ten nie ma zastosowania do ośrodków upoważnionych do trzymania tych zwierząt zgodnie z art. L. 413-3 tego samego kodeksu.

„V. – Osobom prowadzącym działalność polegającą na wywieraniu wpływu handlowego za pomocą środków elektronicznych zabrania się wszelkiego bezpośredniego lub pośredniego promowania następujących produktów i usług finansowych.

1° Umowy finansowe określone w art. L. 533-12-7 kodeksu monetarnego i finansowego;

2° Świadczenie usług związanych z aktywami cyfrowymi w rozumieniu art. L. 54-10-2 tego kodeksu, z wyjątkiem usług, w przypadku których reklamodawca jest zarejestrowany na warunkach określonych w art. L. 54-10-3 tego kodeksu lub na warunkach określonych w art. L. 54-10-5 tego kodeksu;

3° Oferty publiczne tokenów w rozumieniu art. L. 552-3 tego kodeksu, chyba że reklamodawca uzyskał zezwolenie przewidziane w art. L. 552-4 tego kodeksu;

4° Zasoby cyfrowe, z wyjątkiem zasobów związanych z usługami, w odniesieniu do których reklamodawca jest zarejestrowany na warunkach określonych w art. L. 54-10-3 tego kodeksu lub posiada zezwolenie na warunkach określonych w art. L. 54-10-5 tego kodeksu, a mianowicie w przypadku, gdy reklamodawca nie jest objęty zakresem art. L. 54-10-3 i L. 54-10-5 tego samego kodeksu.

„Naruszenia przepisów niniejszego pkt V podlegają sankcjom przewidzianym w art. L. 222-16-1 akapit piąty i w przedostatnim akapicie art. L. 222-16-2 kodeksu konsumenckiego.

„VI. – Osobom prowadzącym działalność polegającą na wywieraniu wpływu handlowego za pomocą środków elektronicznych zabrania się wszelkiego bezpośredniego lub pośredniego promowania subskrypcji porad lub prognoz sportowych:

„VII. – Informacje handlowe przekazywane za pomocą środków elektronicznych przez osoby, o których mowa w art. 1 niniejszej ustawy, dotyczące gier hazardowych określonych w art. L. 320-1 i L. 320-6 kodeksu bezpieczeństwa wewnętrznego są dozwolone wyłącznie na platformach internetowych oferujących techniczną możliwość wykluczenia z kręgu odbiorców takich treści wszystkich użytkowników w wieku poniżej osiemnastego roku życia i jeżeli ten mechanizm wykluczający jest faktycznie uruchamiany przez te osoby.

„Takim informacjom handlowym towarzyszy odniesienie do zakazu takich treści w odniesieniu do osób poniżej 18 roku życia. Oświadczenie to musi być jasne, czytelne i zrozumiałe na wszelkich nośnikach.

„Mechanizmy wykluczenia przewidziane w niniejszym punkcie VII są zgodne z ramami odniesienia opracowanymi przez organ regulacyjny ds. komunikacji audiowizualnej i cyfrowej po konsultacji z krajowym organem ds. gier hazardowych i Krajową Komisją ds. Informatyki i Wolności.

„Umowy o promowanie zawierane z operatorami gier hazardowych muszą zawierać klauzulę, zgodnie z którą osoby określone w art. 1 niniejszej ustawy zaświadczą, że zapoznały się z przepisami ustawowymi i wykonawczymi mającymi zastosowanie do informacji handlowych dotyczących gier hazardowych i zobowiązują się do ich przestrzegania.

„Naruszenia przepisów niniejszego pkt VII podlegają grzywnie przewidzianej w art. L. 324-8-1 kodeksu bezpieczeństwa wewnętrznego.

„VIII. – Po art. L. 6323-8-1 pkt 2° kodeksu pracy dodaje się akapit w brzmieniu:

„Zakazana jest również wszelka sprzedaż lub oferta promocyjna produktu lub jakakolwiek płatność w zamian za subskrypcję programów, o których mowa w tym samym art. L. 6323-6”.

„IX. – Naruszenie przepisów pkt I–IV i VI niniejszego artykułu podlega karze przewidzianej w art. L. 132-2 kodeksu konsumenckiego.

„W przypadkach tych wykroczeń oraz wykroczenia przewidzianego w pkt VII, wobec sprawcy może zostać również orzeczony w trybie określonym w art. 131-27 kodeksu karnego stały lub tymczasowy zakaz wykonywania działalności zawodowej lub społecznej, w ramach której popełniono wykroczenie, lub

działalności polegającej na wywieraniu wpływu handlowego za pomocą środków elektronicznych, określonej w art. 1 niniejszej ustawy.

„ X. – Po art. L. 511-7 pkt 31<sup>o</sup> kodeksu konsumenckiego dodaje się pkt 32<sup>o</sup> w brzmieniu:

„32<sup>o</sup> Na podstawie art. 4 ust. V ustawy nr 2023-451 z dnia 9 czerwca 2023 r. mającej na celu uregulowanie wpływu handlowego i zwalczanie nadużyć ze strony influencerów w sieciach społecznościowych.”; III. – Art. 5 otrzymuje brzmienie:

„ *Artykuł 5.* – I. – Treści przekazane przez osoby, o których mowa w art. 1 niniejszej ustawy, zawierające obrazy, które zostały poddane:

1<sup>o</sup> modyfikacjom wykorzystującym dowolną technikę przetwarzania obrazu w celu poprawy lub uwydatnienia sylwetki lub zmiany wyglądu, powinny zawierać następujące wyrażenia: „Obrazy retuszowane”;

2<sup>o</sup> technikom produkcji wykorzystującym dowolny proces sztucznej inteligencji do przedstawienia twarzy lub sylwetki, powinny zawierać następujące wyrażenia: „Obrazy wirtualne”.

„ Wyrażenia przewidziane w niniejszym ust. I muszą być jasne, czytelne i zrozumiałe na każdym używanym nośniku. Można je zastąpić równoważnym wyrażeniem dostosowanym do charakterystyki działania wywierającego wpływ i formatu stosowanego środka przekazu.

„ II. – W przypadku gdy promowanie jest wykonywane przez osoby, o których mowa w art. 1 niniejszej ustawy, i dotyczy rejestracji w ramach kształcenia zawodowego, o którym mowa w art. L. 6313-1 kodeksu pracy, finansowanego przez jeden z podmiotów, o których mowa w art. L. 6316-1 tego kodeksu, odniesienie, o którym mowa w art. 5-2 niniejszej ustawy, zawiera informacje dotyczące związanego z nim finansowania, zobowiązań i zasad dotyczących kwalifikowania się, dane identyfikacyjne organizatora lub organizatorów odpowiedzialnych za te programy szkoleniowe oraz organizatora, o którym mowa w usłudze elektronicznej, o której mowa w art. L. 6323-9 tego samego kodeksu.

„ III. – Naruszenie przepisów ust. I i II niniejszego artykułu podlega karze pozbawienia wolności do jednego roku oraz grzywnie w wysokości 4 500 EUR.

‘ IV. - Szczegółowe zasady stosowania przepisów I i II niniejszego artykułu określa dekret wydany po wysłuchaniu Rady Stanu.”;

IV. – Po art. 5 dodaje się dwa artykuły 5-1 i 5-2 w brzmieniu:

„ *Artykuł 5-1.* – I. – Przepisy art. 4 ust. I–III nie mają zastosowania do dostawców usług medialnych w rozumieniu dyrektywy 2010/13/UE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 10 marca 2010 r., którzy wchodzą w zakres kompetencji innego państwa członkowskiego Europejskiego Obszaru Gospodarczego w rozumieniu art. 2 ust. 2 tej dyrektywy. Mają one natomiast zastosowanie do takich dostawców wówczas, gdy wchodzą oni w zakres kompetencji Francji.

„ Jednakże w przypadku gdy warunki, o których mowa w art. 3 ust. 2–3 lub art. 4 ust. 2–5 tej dyrektywy, są spełnione i po zakończeniu procedury ustanowionej w tych przepisach organ administracyjny określa osobie zainteresowanej przepisy mające do niej zastosowanie, z zastrzeżeniem odpowiednich kar, oraz odnośną usługę.

„ II. – Z zastrzeżeniem ust. I w odniesieniu do stosowania przepisów art. 4 ust. I–III do dostawców usług medialnych przepisy art. 4 i 5 nie mają zastosowania do osób mających siedzibę w innym państwie będącym stroną Europejskiego Obszaru Gospodarczego.

„ Jednakże w przypadku gdy warunki, o których mowa w art. 3 ust. 4–5 dyrektywy 2000/31/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 8 czerwca 2000 r., są spełnione i po zakończeniu procedury ustanowionej w tych przepisach, organ administracyjny określa osobie zainteresowanej przepisy mające do niej zastosowanie, z zastrzeżeniem odpowiednich kar, oraz odnośną usługę.

„ III. – Procedury wykonania niniejszego artykułu określa w drodze dekretu Rady Stanu.

„ *Artykuł 5-2.* – Praktyką handlową wprowadzającą w błąd w rozumieniu art. L. 121-3 kodeksu konsumenckiego i na warunkach określonych w tym artykule jest niewskazanie przez osobę fizyczną lub prawną prowadzącą działalność wywierającą wpływ w rozumieniu art. 1 niniejszej ustawy, w sposób jasny, czytelny i zrozumiały, na jakimkolwiek używanym nośniku, jej zamiaru handlowego, jeżeli zamiar ten nie wynika już z kontekstu.

„ Zamiar handlowy można wyraźnie wskazać poprzez użycie terminów „reklama” lub „współpraca handlowa” lub równoważnego terminu dostosowanego do charakterystyki działalności wywierającej wpływ i formatu wykorzystywanego medium.”;

V. – Art. 9 otrzymuje brzmienie:

„ *Artykuł 9.* – I. – W przypadku prowadzenia działalności określonej w art. 1 i nieposiadania siedziby na terytorium państwa członkowskiego Unii Europejskiej, Konfederacji Szwajcarskiej lub Europejskiego Obszaru Gospodarczego i skierowanej do odbiorców we Francji, osoby prawne lub fizyczne prowadzące niezależną

działalność w ramach statusu określonego w art. L. 526-6 do L. 526-21 kodeksu handlowego lub art. L. 526-22 do L. 526-26 tego kodeksu wyznaczają na piśmie osobę prawną lub fizyczną zapewniającą ich przedstawicielstwo na terytorium Unii Europejskiej.

„Celem tego przedstawicielstwa jest zapewnienie zgodności umów, których przedmiotem lub skutkiem jest realizacja działalności polegającej na wywieraniu wpływu handlowego za pomocą środków elektronicznych, skierowanej w szczególności do odbiorców mających siedzibę na terytorium Francji. Wyznaczone przedstawicielstwo jest również odpowiedzialne za udzielanie odpowiedzi, oprócz lub zamiast osób, o których mowa w akapicie pierwszym niniejszego ust. I, na wszystkie wnioski właściwych organów administracyjnych lub sądowych dotyczące zgodności z niniejszą ustawą.

„Osoby, o których mowa w akapicie pierwszym, przyznają wyznaczonej w ten sposób osobie niezbędne uprawnienia i wystarczające zasoby, aby zapewnić skuteczną współpracę z właściwymi organami w celu przestrzegania niniejszej ustawy.

„Osoby, o których mowa w akapicie pierwszym, na żądanie przekazują właściwym organom administracyjnym imię i nazwisko, adres pocztowy, adres e-mail i numer telefonu osoby wyznaczonej zgodnie z akapitem pierwszym.

„Wyznaczenie to nie stanowi siedziby w Unii Europejskiej.

„II. – Osoba prowadząca działalność określoną w art. 1, mająca siedzibę poza Unią Europejską, Konfederacją Szwajcarską lub Europejskim Obszarem Gospodarczym, jest zobowiązana do zawarcia umowy ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej za skutki finansowe swojej działalności zawodowej z ubezpieczycielem mającym siedzibę w Unii Europejskiej, jeżeli działalność ta, nawet sporadycznie, jest skierowana do odbiorców mających siedzibę na terytorium Francji. „III. – Procedury wykonawcze do niniejszego artykułu określa dekret wydany po konsultacji z Radą Stanu”.

## Artykuł 2

Za stosowanie niniejszego rozporządzenia, które podlega opublikowaniu w *Dzienniku Urzędowym* Republiki Francuskiej, odpowiada, każdy w zakresie swoich właściwości, Premier i Minister Gospodarki, Finansów i Przemysłu.

Sporządzono dnia 6 listopada 2024 r.

EMMANUEL MACRON

W imieniu Prezydenta Republiki:

*Premier,*

MICHEL BARNIER

*Minister Gospodarki,  
Finansów i Przemysłu,*

ANTOINE ARMAND