

# Decretos, órdenes, circulares

## TEXTOS GENERALES

### MINISTERIO DE ECONOMÍA, HACIENDA E INDUSTRIA

Ordenanza n.º 2024-978, de 6 de noviembre de 2024, por la que se modifica 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

NOR: ECOI2418969R

El Presidente de la República,  
Sobre la base del informe del Primer Ministro y del Ministro de Economía, Hacienda e Industria,  
Vista la Constitución, en particular el artículo 38;  
Vista la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior («Directiva sobre el comercio electrónico»);  
Vista la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica la Directiva 84/450/CEE del Consejo, las Directivas 97/7/CE, 98/27/CE y 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (CE) n.º 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo («Directiva sobre las prácticas comerciales desleales»);  
Vista la Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de marzo de 2010, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual («Directiva de servicios de comunicación audiovisual»);  
Vista la Directiva (UE) 2015/1535 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de septiembre de 2015, por la que se establece un procedimiento de información en materia de reglamentaciones técnicas y de reglas relativas a los servicios de la sociedad de la información;  
Visto el Código de justicia administrativa, en particular el artículo R. 123-20;  
Vista 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;  
Vista la Ley n.º 2024-364, de 22 de abril de 2024, por la que se establecen diversas disposiciones de adaptación al Derecho de la Unión en materia de economía, finanzas, transición ecológica, Derecho penal, Derecho social y asuntos agrícolas, en particular el artículo 3;  
Vista la notificación n.º 2024/0379/FR presentada a la Comisión Europea el 3 de julio de 2024;  
Tras escuchar al Consejo de Estado (sección de finanzas), tras escuchar al Consejo de Ministros,

Ordena:

### Artículo 1

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. – 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. – El artículo 4 se sustituye por las siguientes disposiciones:  
*«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 anunciantre 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 este Código;
- 3) las ofertas públicas de criptoactivos, en el sentido del artículo L. 552-3 del mismo Código, salvo cuando el anunciantre haya obtenido la autorización prevista en el artículo L. 552-4 de este Código;
- 4) los activos digitales, excepto los relacionados con los servicios para cuya prestación esté registrado el anunciantre 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 este Código, a saber, cuando el anunciantre 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. – Despues 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 con la siguiente redacción:

«32) del artículo 4, apartado V, 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:

«*Artículo 5.* – 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 la mención: “Imágenes editadas”;

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

Las menciones previstas en el presente apartado I serán claras, legibles y comprensibles en cualquier soporte utilizado. Podrán sustituirse por una mención equivalente adaptada a las características de la actividad de influencia y al formato del medio de comunicación 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 artículo 5-2 de la presente Ley 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 mismo Código.

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.».

IV. – Después del artículo 5, se añaden los artículos 5 bis y 5 ter con la siguiente redacción:

«*Artículo 5 bis.* – I. – Las disposiciones del artículo 4, apartados I a III, no se aplicarán a los prestadores de servicios de medios de comunicación en el sentido de la Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de marzo de 2010, que sean competencia de otro Estado miembro del Espacio Económico Europeo en el sentido del artículo 2, apartado 2, de dicha Directiva. En cambio, se aplicarán a dichos prestadores cuando son competencia de Francia.

No obstante, cuando se cumplan las condiciones contempladas en el artículo 3, apartados 2 a 3, o en el artículo 4, apartados 2 a 5, de dicha Directiva y al término del procedimiento previsto en dichas disposiciones, la autoridad administrativa especificará al interesado las disposiciones que le sean aplicables, sin perjuicio de las sanciones pertinentes, así como el servicio de que se trate.

II. – Sin perjuicio de lo dispuesto en el apartado I, por lo que respecta a la aplicación de las disposiciones del artículo 4, apartados I a III, a los prestadores de servicios de comunicación, las disposiciones de los artículos 4 y 5 no se aplicarán a las personas establecidas en otro Estado parte en el Espacio Económico Europeo.

No obstante, cuando se cumplan las condiciones contempladas en el artículo 3, apartados 4 a 5, de la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, y al término del procedimiento establecido en dichas disposiciones, la autoridad administrativa especificará al interesado las disposiciones que le sean aplicables, sin perjuicio de las sanciones pertinentes, así como el servicio de que se trate.

III. – Los procedimientos de aplicación del presente artículo se definirán mediante decreto del Consejo de Estado.

*Artículo 5 ter.* – 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.».

V. – El artículo 9 se sustituye por las siguientes disposiciones:

«*Artículo 9.* – 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 su representación legal en el territorio de la Unión Europea.

Esta representación legal tiene por objeto 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. El representante designado 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 el 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 el 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, la Confederación Suiza o el Espacio Económico Europeo 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, cuando dicha actividad se dirija, incluso de forma accesoria, a un público establecido en territorio francés. III. – Las modalidades de aplicación del presente artículo se determinarán mediante decreto en el Consejo de Estado.».

## Artículo 2

El Primer Ministro y el Ministro de Economía, Hacienda e Industria serán responsables, cada uno en el ámbito de sus respectivas competencias, de la aplicación de la presente Ordenanza, que se publicará en el Boletín Oficial de la República Francesa.

Hecho a 6 de noviembre de 2024.

EMMANUEL MACRON

Por el Presidente de la República:

*El Primer Ministro,*

MICHEL BARNIER

*El Ministro de Economía,  
Hacienda e Industria,*

ANTOINE ARMAND