

## ¿Qué dice la Ley francesa de regulación de los Influencers?

De acuerdo con la denominada *Loi n° 2023-451 du 9 juin 2023 visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux*<sup>1</sup>, se consideran Influencers las personas físicas o jurídicas que, con carácter lucrativo, aprovechan la notoriedad conseguida entre su audiencia para comunicar al público, por vía electrónica en línea, contenidos orientados a promover directa o indirectamente bienes, servicios o cualesquiera ofertas.

La persona que ejerce una actividad de influencia comercial por vía electrónica, o su representante legal en el caso de que esta persona sea menor de edad. están sometidos a esta norma.

La norma obliga a que el carácter publicitario y promocional del mensaje esté identificado de forma explícita, clara y legible, mediante una advertencia visual con la mención "publicidad" o la de "colaboración comercial". Esta advertencia debe de aparecer cualquiera que sea el formato o dispositivo utilizado, y mantenerse durante todo el tiempo de difusión del mensaje. Su ausencia se considera una práctica comercial engañosa por omisión.

Los *influencers* deben cumplir con la normativa nacional, tanto transversal como específica, en sus comunicaciones comerciales: legislación laboral, de consumo, de confianza digital, financiera, de salud, de propiedad intelectual. En algunos casos, la Ley de *Influencers* modifica regulaciones previas. También se vincula con el Reglamento europeo de Servicios Digitales, especialmente en lo que respecta a la obligación contemplada para los servicios intermediarios de poner a disposición del público informes sobre sus posibles actividades de moderación de contenidos, o el reconocimiento de la actividad de los alertadores fiables asignados por coordinador de Servicios Digitales de cada país.

De modo específico, se prohíbe la promoción directa o indirecta de la actividad de influencia en relación con tratamientos estéticos; propuestas sustitutivas de la prescripción terapéutica; tabaco u otros productos con nicotina; mascotas, determinados productos y servicios financieros (entre ellos, criptomonedas); pronósticos deportivos.

Las comunicaciones comerciales relativas a juegos y apuestas sólo se permiten en plataformas online que ofrecen la posibilidad técnica de excluir de la audiencia de dicho contenido a los usuarios menores de 18 años y el mecanismo de exclusión está efectivamente activado. En todo caso, estas comunicaciones deben ir acompañadas de una advertencia visual clara, legible e identificable de prohibición del contenido a menores de 18 años durante toda la promoción.

---

<sup>1</sup> <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000047663185/2023-12-16/>

La utilización de procedimientos de tratamiento de imagen para modificar la apariencia de las personas, o la generación o recreación de imágenes a partir de la inteligencia artificial deben incluir, respectivamente, la advertencia de “imágenes retocadas” o “imágenes virtuales”, igualmente claras, legibles e identificables durante la integridad del visionado.

En su actividad publicitaria y promocional, los *influencers* son responsables frente al comprador de proporcionar la información requerida por la ley sobre la identidad del oferente, las características del producto, su disponibilidad y su licitud, evitando vincular su actividad a productos falsificados.

La ley francesa regula asimismo la actividad de los agentes de los *influencers*, que consiste en representar de estos a cambio de remuneración, así como las condiciones contractuales entre ambos. Se indica que estos agentes adoptarán las medidas necesarias para garantizar la defensa de los intereses de las personas que representen evitando situaciones de conflicto de intereses. Se señala también que el anunciante, el *influencer*, y, en su caso, el agente del *influencer*, son solidariamente responsables de los daños causados a terceros en la ejecución del contrato de influencia comercial que les vincula.

Los Influencers no establecidos en el territorio de un Estado miembro de la Unión Europea, de la Confederación Suiza o del Espacio Económico Europeo que se dirijan (aunque sea de forma incidental) al público francés, designarán por escrito un representante legal en el territorio de la UE que velará por cumplimiento de la normativa en su actividad. Estará obligado a contratar un seguro civil, con una aseguradora establecida en la Unión Europea, que contemple las consecuencias económicas de su actividad.

Los *influencers* quedan también expresamente concernidos por lo contemplado en la Ley de Confianza Digital sobre:

- Las obligaciones de los proveedores de servicios de alojamiento de poner en marcha mecanismos que permitan a cualquier entidad o individuo notificar la presencia de contenidos ilícitos,
- Las obligaciones de los proveedores de servicios intermediarios de tomar las medidas necesarias para dar seguimiento, de modo diligente, a los requerimientos de actuación emitidos por autoridades judiciales o administrativas nacionales autoridades competentes,
- La puesta a disposición de los proveedores de servicios intermediarios, al menos cada seis meses, la lista de sitios web que promocionen bienes o servicios considerados ilegales por parte de las autoridades nacionales competentes.