

# Sélection d'article sur la politique suisse

processus

**Encadrer la publicité faite par les influenceurs en Suisse (Mo. 24.3257)**

# Imprimer

## Éditeur

Année Politique Suisse  
Institut für Politikwissenschaft  
Universität Bern  
Fabrikstrasse 8  
CH-3012 Bern  
[www.anneepolitique.swiss](http://www.anneepolitique.swiss)

## Contributions de

Drompt, Louise

## Citations préféré

Drompt, Louise 2025. *Sélection d'article sur la politique suisse: Encadrer la publicité faite par les influenceurs en Suisse (Mo. 24.3257), 2024*. Bern: Année Politique Suisse, Institut de science politique, Université de Berne. [www.anneepolitique.swiss](http://www.anneepolitique.swiss), téléchargé le 11.08.2025.

# Sommaire

<b>Chronique générale</b>	1
<b>Economie</b>	1
Politique économique	1
Politique structurelle	1

## Abréviations

**UWG** Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb  
**SLK** Schweizerische Lauterkeitskommission

---

**LCD** Loi fédérale contre la concurrence déloyale  
**CSL** Commission suisse pour la loyauté

# Chronique générale

## Economie

### Politique économique

#### Politique structurelle

**MOTION**  
DATE: 26.09.2024  
LOUISE DROMPT

En mars 2023, la députée socialiste Farah Rummy (ps, SO) a déposé une motion demandant au Conseil fédéral de **créer une base légale** claire et contraignante **pour encadrer** les **influenceurs** et influenceuses en Suisse, en particulier leurs **pratiques publicitaires** et leurs partenariats commerciaux.

Lors du débat devant le **Conseil national**, la motionnaire a expliqué qu'aujourd'hui, beaucoup de jeunes supposent que les influenceurs et influenceuses promeuvent des produits par enthousiasme et conviction personnelle, alors qu'il s'agit en réalité de partenariats rémunérés. En outre, la députée Farah Rummy (ps, SO) a cité en exemple la nouvelle législation française, qui oblige une mention claire lorsqu'une publication est sponsorisée. Elle a également appelé à une action politique pour protéger les consommatrices et consommateurs, en particulier les jeunes et les enfants. Toutefois, selon le ministre de l'économie Guy Parmelin, la législation actuelle, en particulier la loi sur la concurrence déloyale (LCD), régule suffisamment la publicité des influenceurs et influenceuses. En outre, les plaintes contre les publicités abusives peuvent être déposées auprès de la Commission suisse pour la loyauté (CSL), un organisme d'autorégulation actif dans le domaine de la communication. De ce fait, le Conseil fédéral estime qu'il n'est pas nécessaire de réguler et qu'il n'y a pas d'insécurité juridique. A l'issue du débat, la **motion** a été **refusée** par 117 voix (28 PLR, 59 UDC, 22 Centre, 7 Vert'libéraux et 1 Vert-e-s), contre 69 (38 PS, 22 Vert-e-s, 8 Centre, et 1 UDC) et 0 abstention.<sup>1</sup>

---

1) BO CN, 2024, p. 1940 s.