

# Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik

Prozess

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

# Impressum

## Herausgeber

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

## Beiträge von

Drompt, Louise

## Bevorzugte Zitierweise

Drompt, Louise 2025. *Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik: Encadrer la publicité faite par les influenceurs en Suisse (Mo. 24.3257), 2024*. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft, Universität Bern. [www.anneepolitique.swiss](http://www.anneepolitique.swiss), abgerufen am 04.04.2025.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Allgemeine Chronik</b>	1
<b>Wirtschaft</b>	1
Wirtschaftspolitik	1
Strukturpolitik	1

## Abkürzungsverzeichnis

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

---

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

# Allgemeine Chronik

## Wirtschaft

### Wirtschaftspolitik

#### Strukturpolitik

**MOTION**  
DATUM: 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.