

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

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, abgerufen am 05.06.2025.

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Chronik	1
Wirtschaft	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.¹

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