



Rapport explicatif

concernant le projet mis en consultation

**Adaptation de la loi fédérale contre la concurrence déloyale
(LCD) en vue du Championnat d'Europe de football 2008**

Berne, le 17 mai 2006

Table de matières

1	Contexte	3
1.1	Doléances de l'UEFA	3
1.2	Lacunes de la législation ?	3
1.3	Adaptation de la LCD	4
1.3.1	Commercialisation parasitaire	4
1.3.2	Entraide administrative et judiciaire	5
1.4	Comparaison juridique et relation avec le droit européen	5
2	Commentaire article par article	6
2.1	Commercialisation parasitaire (art. 3, let. e ^{bis} , projet LCD)	6
2.2	Entraide administrative et judiciaire (art. 21 et 22 avant-projet LCD)	7
2.3	Adaptation formelle des titres (chapitre 3)	8
3	Conséquences	8
3.1	Pour la Confédération	8
3.2	Pour les cantons	8
3.3	Pour l'économie	8
4	Programme de la législature	9
5	Aspects juridiques	9
5.1	Constitutionnalité et légalité	9
5.2	Compatibilité avec les obligations internationales de la Suisse	9
5.3	Délégation de compétences législatives	9

1 Contexte

1.1 Doléances de l'UEFA

La Suisse et l'Autriche accueilleront le Championnat d'Europe de football en juin 2008 (EURO 2008). Dans cette perspective, l'UEFA a précisé à l'administration fédérale les lacunes du droit suisse qu'il lui semblait nécessaire de combler afin de protéger ses droits commerciaux. Points incriminés :

- Absence de base légale pour lutter contre le marketing sauvage (*ambush marketing*) ;
- mesures complémentaires – à caractère préventif notamment – pour protéger les droits de propriété intellectuelle ; les autorités devraient en particulier intervenir d'office en cas de violation des droits immatériels ;
- Absence de base légale pour lutter contre l'utilisation illicite des billets d'entrée ; par "utilisation illicite", on entend la transmission à des tiers, la revente non autorisée ou l'utilisation commerciale de billets d'entrée, par exemple dans le cadre de concours ;
- Participation active à tous les niveaux de l'Etat pour que, dans les domaines de compétence respectifs, la meilleure protection possible soit garantie, notamment par l'interdiction aux partenaires non officiels de faire de la publicité dans les lieux publics.

1.2 Lacunes de la législation ?

a) *Commercialisation parasitaire*

Par "commercialisation parasitaire" (*ambush marketing*), on entend communément une commercialisation embusquée, opportuniste ou parasitaire. Est visée la pratique, non autorisée par l'organisateur d'un événement, qui consiste, pour une entreprise, à orienter sciemment sa publicité de façon à établir un lien avec ledit événement pour en tirer profit sans apporter de contribution à son organisation¹. Cela peut induire le public en erreur et lui suggérer que l'entreprise qui fait cette publicité est liée d'une façon ou d'une autre à l'organisateur de l'événement, que ce soit en qualité de sponsor, de mandataire, etc.

La commercialisation parasitaire n'est pas déloyale en soi. Ce qui pose problème en termes de loyauté commerciale, c'est la référence faite à l'événement. Donner au public une impression qui ne correspond pas à la réalité (impression p. ex. que l'entreprise est un sponsor) est fallacieux ou fait naître une confusion au sens de l'art. 3, let. b et d, de la loi du 19 décembre 1986 contre la concurrence déloyale (LCD ; RS 241). En l'absence d'indication fallacieuse ou de nature à faire naître une confusion, la LCD retient seulement la référence faite par comparaison (art. 3, let. e, LCD) comme élément constitutif du caractère déloyal. Si la référence est isolée, donc ne relève pas d'une comparaison, la pratique peut uniquement être évaluée à l'aune de la clause générale (art. 2 LCD). Le problème de cette clause, c'est que, son libellé étant très général, il appartient au juge de l'interpréter. Les tribunaux hésitent souvent à l'appliquer et à évaluer une nouvelle pratique commerciale à la lumière de celle-ci. L'étude commandée par l'administration fédérale à un expert indépendant dans le domaine de la LCD² conclut qu'il fait sens de faire de la commercialisation parasitaire une nouvelle infraction. Même si la tenue prochaine de l'EURO 2008 est l'élément déclencheur, cette disposition concourrait de façon générale à la sécurité juridique, non seulement pour les organisateurs de manifestations culturelles, sportives, économiques, etc., mais aussi pour les non-partenaires.

b) *Protection de la propriété intellectuelle*

Les dispositions visant à protéger la propriété intellectuelle sont suffisantes en Suisse. Concernant l'application de la protection juridique, la législation suisse part du principe – qui a fait ses preuves et n'a jamais été contesté jusqu'ici – que la partie lésée doit prendre l'initiative et faire valoir ses droits devant les tribunaux. Il n'y a donc pas lieu de compléter le dispositif de protection des droits de la propriété intellectuelle par de nouvelles sanctions étatiques. Les parties lésées disposent d'un vaste choix de

¹ Cf. Markus Noth, *Gratis durch die Hintertür, Ambush Marketing - schlauer oder rechtswidriger Weg zum Werbe-Olymp?*, Neue Zürcher Zeitung du 13 juillet 2004, n° 160, p. 51.

² Jürg Müller, *Gutachten über die lauterkeitsrechtliche Beurteilung des Ambush Marketing*, Berne 2006; un résumé sera publié dans un prochain numéro de "Sport und Recht".

mesures efficaces avec la possibilité de protection préventive en cas de menace de violation du droit, et la prise de mesures provisionnelles.

c) Utilisation illicite des billets d'entrée

Comme dans le cas du Portugal lors de l'EURO 2004, l'UEFA souhaite qu'il soit possible de recourir en Suisse à l'instrument des sanctions étatiques pour lutter contre ce qu'elle appelle une utilisation "illicite" des billets d'entrée. L'UEFA entend par là la transmission à des tiers, la revente non autorisée ou l'utilisation commerciale des billets d'entrée, par exemple dans le cadre de concours. Les arguments avancés relèvent avant tout de considérations techniques de sécurité : si l'on ne peut garantir à 100% que les billets d'entrée seront uniquement utilisés par les acheteurs d'origine, le risque n'est alors pas exclu d'assister, dans les stades, à un mélange des différents groupes de supporters.

On peut opposer à cette argumentation deux objections principalement. D'une part, l'UEFA attribue près de la moitié des billets d'entrée de l'EURO 2008 à ses sponsors. Elle abandonne donc volontairement le contrôle de l'utilisation faite d'une partie des billets d'entrée. D'autre part, les conditions générales et la délivrance de billets d'entrée personnalisés sont des moyens performants d'empêcher toute utilisation détournée. Ces conditions générales prévoient que les activités susmentionnées ne seront pas autorisées ; de telles dispositions seront prises. Quiconque achètera des billets d'entrée selon ces modalités ne sera pas admis dans le stade. A l'occasion de la Coupe du monde de football 2006 en Allemagne, le système de personnalisation des billets d'entrée est du reste testé pour la première fois à grande échelle. Il doit aussi être utilisé dans le cadre de l'EURO 2008.

Il n'est donc pas nécessaire de légiférer. De plus, le dernier tour de l'EURO 2004 au Portugal a montré qu'on ne pouvait totalement exclure un certain mélange des supporters et que, de façon générale, cela ne posait pas de problème.

d) Participation active à tous les niveaux de l'Etat pour que, dans les domaines de compétence respectifs, la meilleure protection possible soit garantie

L'UEFA prie toutes les entités étatiques de veiller, dans leurs domaines de compétence respectifs, à ce que la meilleure protection possible soit assurée. Elle demande l'interdiction, pour les entreprises concurrentes des partenaires officiels de l'UEFA, de faire de la publicité dans les lieux publics. Ce type d'interdiction est toutefois inconnu dans la législation suisse et contestable du point de vue constitutionnel. En revanche, les collectivités publiques concernées sont libres de concéder aux organisateurs et à leurs partenaires officiels des droits d'utilisation exclusifs des biens du domaine public (abords des stades, gares, aéroports, transports publics). Tant que ces droits d'utilisation exclusifs se limitent à un certain périmètre et à une certaine durée, la priorité donnée aux intérêts des organisateurs est compatible avec la liberté économique inscrite dans la Constitution.

1.3 Adaptation de la LCD

1.3.1 Commercialisation parasitaire

Le projet mis en consultation définit les éléments constitutifs de la commercialisation parasitaire déloyale. Cette approche s'appuie sur les travaux préparatoires de l'étude susmentionnée³ et retient, pour la délimitation du caractère déloyal, la référence faite par l'entreprise pratiquant le parasitisme, c'est-à-dire la référence isolée ne relevant pas d'une comparaison. Cette pratique commerciale qui tire profit d'une réputation ne peut être évaluée, selon le droit en vigueur, qu'à la lumière de la clause générale, qui ne contient pas de critères précis.

La disposition proposée vise les pratiques commerciales parasites ne faisant pas déjà l'objet d'une disposition dans le droit actuel telle celle visant le dénigrement (art. 3, let. a, LCD), les indications fallacieuses (art. 3, let. b, LCD), le fait de faire naître une confusion (art. 3, let. d, LCD) ou l'exploitation

³ Voir note de bas de page n° 2

d'une prestation (art. 5 LCD). Il est tout à fait possible qu'une pratique commerciale parasitaire contrevienne à plusieurs de ces dispositions.

Il est clair que la nouvelle disposition – même si sa genèse s'inscrit dans la perspective de l'EURO 2008 – doit avoir une valeur générale. D'un autre côté, elle ne doit pas avoir pour effet pervers de considérer déloyale toute référence faite par des tiers à un quelconque événement, qu'il s'agisse d'une fête à vocation locale ou régionale. L'idée est de viser les références parasites qui sont de nature, par leur ampleur, à fausser la concurrence (art. 2 LCD). Quelques exemples qui, sans préjuger de leur caractère loyal, illustrent le problème :

- Lors de la Coupe des Confédérations 2005, un zeppelin publicitaire à l'effigie d'un partenaire non officiel a survolé le stade de Nuremberg et cette image a été relayée par la télévision⁴.
- Lors des Jeux Olympiques de 1996, un athlète s'est présenté à une conférence de presse en portant ostensiblement des lentilles de contact figurant le logo blanc d'un félin, logo d'un parrain non officiel⁵.
- De même, lors des Jeux Olympiques d'été 1996 à Atlanta, une entreprise de télécommunications néo-zélandaise qui n'était pas parrain a fait paraître des annonces publicitaires jouant avec la représentation des anneaux olympiques (le tribunal néo-zélandais saisi de l'affaire a estimé qu'il n'y avait pas là de pratique fallacieuse)⁶.

1.3.2 Entraide administrative et judiciaire

A ce jour, la LCD ne contient aucune base légale permettant l'entraide administrative et judiciaire, ce qui prétérite depuis longtemps l'efficacité de la coopération dans le domaine des pratiques commerciales transfrontalières déloyales. Cette lacune est comblée dans le cadre du présent projet. Les principaux partenaires restant les mêmes, il est tout à fait concevable qu'une commercialisation parasitaire du même acabit "s'invite" en Autriche et en Suisse à la table du prochain Championnat d'Europe de football. Cela rendrait nécessaire, le cas échéant, une action coordonnée des autorités judiciaires et d'exécution autrichiennes et suisses. Aux termes de la LCD, la Confédération peut intenter une action en cas d'acte de concurrence déloyale transfrontière qui entache la réputation de la Suisse à l'étranger (art. 10, al. 2, let. c). Bien entendu, comme pour la commercialisation parasitaire, la portée de la disposition relative à l'entraide administrative et judiciaire va au-delà de l'EURO 2008.

1.4 Comparaison juridique et relation avec le droit européen

La tendance actuelle chez les grands organisateurs d'événements sportifs comme le Comité International Olympique (CIO) est d'exiger des pays, régions ou villes candidats qu'ils apportent la preuve dès le dépôt de leur dossier de candidature que les droits commerciaux sont garantis. Aussi, pour la tenue des Jeux Olympiques de 2012, la Grande-Bretagne a-t-elle d'ores et déjà édicté une nouvelle loi pour protéger les droits commerciaux de l'organisateur, créant une base légale pour réglementer en détail entre autres la commercialisation parasitaire et la vente des billets⁷.

Dans la perspective du dernier tour du Championnat d'Europe 2004, le Portugal avait adopté un décret donnant satisfaction à l'UEFA⁸. Ce décret, valable uniquement durant l'EURO 2004, protégeait les droits commerciaux par des dispositions générales et abstraites. Leur non-respect pouvait donner lieu à une intervention de l'Etat (mandat à la police). Le décret interdisait entre autres la publicité évoquant une

⁴ Annika Flaig, Fussball WM 2006: Guerilla-Marketing-Chance oder Risiko?, in: "CH-D Wirtschaft" n° 9/05.; p. 19.

⁵ Idem

⁶ Voir Markus Noth (note de bas de page n° 1).

⁷ London Olympic Games and Paralympic Games Act 2006, Section 19 ss

⁸ Decreto-Lei n.° 86/2004, de 17 de Abril de 2004

association à l'EURO 2004, l'utilisation publicitaire de véhicules, en circulation ou parqués, pour autant qu'elle cherche à établir une identification avec un sponsor de l'EURO 2004, la publicité dans les airs et aux abords des sites. En outre, un comité de protection des droits commerciaux avait été créé.

L'Allemagne quant à elle n'a pas légiféré pour le Championnat du monde de football 2006, du fait notamment qu'aucune mesure spéciale de protection n'a encore été réclamée. Il faut toutefois signaler que le pendant allemand à la LCD avait fait l'objet en 2004 d'une refonte et d'un durcissement, qui n'avaient pas pour origine l'organisation du Championnat du monde de football.

En Autriche, les discussions internes à l'administration sur le thème de la protection des droits commerciaux de l'UEFA viennent tout juste de commencer. Les autorités suisses sont en contact étroit avec leurs homologues autrichiennes.

Enfin, l'Union européenne ne connaît pas de droit harmonisé en matière de commercialisation parasitaire. La directive 84/450/CEE du Conseil du 10 septembre 1984 relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres en matière de publicité trompeuse s'inscrit dans un contexte plus large. Elle fixe également les critères d'autorisation de la publicité comparative⁹. A l'instar de la directive 2005/29/CE récemment adoptée relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur¹⁰, les destinataires de la protection sont uniquement les consommateurs et non pas les concurrents.

2 Commentaire article par article

2.1 Commercialisation parasitaire (art. 3, let. e^{bis}, projet LCD)

Aux termes de la nouvelle disposition, agit de façon déloyale celui qui se réfère, sans motif suffisant, de façon parasitaire à des tiers, à leurs marchandises, à leurs œuvres ou à leurs prestations, de manière à exploiter leur renommée.

Comme on l'a indiqué plus haut, la nouvelle disposition s'appuie sur les travaux préparatoires de l'expert LCD mandaté par l'administration fédérale¹¹. Elle retient, pour la délimitation du caractère déloyal, la référence faite par l'entreprise pratiquant la commercialisation parasitaire, c'est-à-dire la référence isolée ne relevant pas d'une comparaison. La commercialisation parasitaire se distingue le plus souvent par sa propension à ne pas se référer aux prestations d'un concurrent ou à comparer celles-ci – auxquels cas l'art. 3, let. e, LCD s'appliquerait – mais à établir un lien avec des manifestations, des événements, etc.

Les éléments ci-après doivent être réunis pour que la commercialisation parasitaire revête un caractère déloyal :

- *La référence à des tiers, à leurs marchandises, à leurs œuvres ou à leurs prestations* : La référence est l'élément central. Elle ne relève pas d'une comparaison et n'est pas directement axée sur le concurrent, mais sur des tiers, comme l'organisateur ou ses marchandises, ses œuvres ou ses prestations, tel l'événement.
- *La référence intervient de façon parasitaire* : Il y a une référence positive aux caractéristiques de l'objet de référence ; les atouts de ce dernier (la manifestation, l'événement) servent de tremplin au référent¹². Le terme "parasitaire" exprime l'exploitation d'une renommée, respectivement l'exploitation de la renommée d'autrui. Les éléments constitutifs de l'art. 3, let. e, LCD, consacré

⁹ Journal officiel n° L 250 du 19/09/1984, p. 17 ; voir aussi la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil du 6 octobre 1997 modifiant la directive 84/450/CEE sur la publicité trompeuse afin d'y inclure la publicité comparative, Journal officiel n° L 290 du 23/10/1997, p. 18 ss.

¹⁰ Journal officiel n° L 149 du 11/06/2005, p. 22 ss

¹¹ Voir note de bas de page n° 2.

¹² Voir Hans-Georg Schmid, Die Bezugnahme in der Werbung nach dem Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) vom 19. Dezember 1986, Thèse Zürich 1988, p. 30 s.

à la publicité comparative, utilisent le terme "inutilement parasitaire". Ce terme "parasitaire"¹³ exprime mieux l'aspect déloyal que le terme allemand "anlehnend". C'est pourquoi il est repris dans la nouvelle disposition (traduction allemande: "schmarotzerisch").

- *La référence est utilisée sans motif* suffisant: Elle n'est objectivement pas justifiée¹⁴, pas nécessaire¹⁵.
- *Référence à des tiers, de manière à exploiter*: La capacité objective à influencer sur la concurrence économique suffit dans la législation en matière de concurrence déloyale. Une intention d'exploitation (intention subjective) n'est pas requise, même si certains éléments subjectifs sont pris en compte dans la délimitation entre concurrence loyale et concurrence déloyale¹⁶.
- *La référence exploite la renommée*: Il y a exploitation du crédit, de l'image, de la notoriété économique, de la réputation de l'objet de référence ou du capital de confiance dont il bénéficie.

La qualité pour agir se fonde sur les art. 9 et 10 LCD. Ces dispositions autorisent toute une palette d'actions de droit civil pouvant être complétées par des mesures provisionnelles (art. 14 LCD). Quiconque a qualité pour intenter une action civile peut aussi porter plainte pénale aux termes de l'art. 23 LCD. La peine encourue pour concurrence déloyale exercée au sens des art. 3 (où figurerait aussi la nouvelle disposition), 4, 5 ou 6 est l'emprisonnement ou l'amende jusqu'à 100 000 francs.

2.2 Entraide administrative et judiciaire (art. 21 et 22 projet LCD)

Les deux dispositions relatives à l'entraide administrative et judiciaire sur le plan national et international s'inscrivent dans la lignée de règles similaires intégrées récemment dans plusieurs lois fédérales et notamment dans la loi fédérale du 20 juin 2003 sur le transfert international des biens culturels (RS 444.1).

L'art. 21 autorise les autorités compétentes de la Confédération, des cantons et des communes à se transmettre et à faire connaître aux autorités de surveillance compétentes les données nécessaires à l'exécution de la loi.

L'art. 22 règle l'entraide administrative et judiciaire entre les autorités suisses et les autorités étrangères et organisations ou enceintes internationales. S'agissant de ces dernières, il ne faut entendre que celles dont les membres sont des Etats. L'enceinte internationale ayant un lien avec le présent projet est le "Réseau international de contrôle et de protection des consommateurs" (RICPC) qui réunit les autorités de surveillance en matière de loyauté et de marché de 33 pays, dont la plupart sont membres de l'OCDE¹⁷. L'al. 2 règle les demandes adressées aux autorités étrangères et aux organisations et enceintes internationales pour obtenir des données. Les autorités suisses compétentes en matière d'exécution, de prévention des infractions et de poursuite pénale (cf. les art. 10, al. 2, let. c, 23, 24 et 27 LCD) peuvent fournir des informations aux organismes étrangers afin que ceux-ci, le cas échéant, puissent faire à l'étranger des recherches supplémentaires nécessaires pour livrer aux autorités suisses les données requises pour la procédure en Suisse. Les dispositions de l'al. 2 autorisent la communication d'informations sur la participation de personnes physiques ou morales à une pratique commerciale déloyale, mais aussi de documents révélateurs de cette pratique déloyale (p. ex. envois publicitaires, formulaires, annonces de gains). La transmission de ces informations a pour effet une assistance administrative à la Suisse de la part des autorités étrangères, organisations ou enceintes internationales. Celles-ci doivent en outre être liées par le secret de fonction ou par un devoir de discrétion équivalent. *L'al. 3* porte sur l'assistance administrative fournie par la Suisse à l'étranger. Il est repris de dispositions analogues de lois récentes (cf.

¹³ voir Bernard Dutoit, La réclame comparative vraie et objective ou la quadrature du cercle – A propos d'un récent arrêt du Tribunal fédéral, in *Recht und Wirtschaft heute, Festgabe zum 65. Geburtstag von Max Kummer*, Berne 1980, p. 311 ss; même auteur, La concurrence parasitaire en droit comparé, Actes du Colloque de Lausanne, Genève 1981.

¹⁴ ATF 102 II 292, 295; vgl. etwa Magda Streuli-Yousseff, Unlautere Werbe- und Vertriebsmethoden (Art. 3 UWG), in: Schweizerisches Immaterialgüter- und Wettbewerbsrecht (SIWR) V/I, hrsg. von Roland von Büren; Lucas David, 2. A., Basel/Frankfurt a. M. 1998; S. 124, 131.

¹⁵ Bruno von Büren, Kommentar zum Wettbewerbsgesetz, Zürich 1957, N 28 zu Art. 1 Abs. 1, verlangt der Ausnützung fremden Rufs den Ausdruck "ohne Notwendigkeit". Voir aussi Carl Baudenbacher, Lauterkeitsrecht: Kommentar zum Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), Basel/Genf/München 2001, N 31 zu Art. 3 lit. a und N 96 zu Art. 3 lit. e.

¹⁶ Voir Jürg Müller, Einleitung und Generalklausel, in: SIWR V/I, p. 53.

art. 22, al. 3, de la loi sur le transfert des biens culturels ; art. 7 de la loi du 22 mars 2002 sur les embargos [LEmb, RS 946.231] ; art. 31, al. 2, let. c, de la loi du 10 octobre 1997 sur le blanchiment d'argent [LBA, RS 955.0]). Aux termes de cette disposition, les autorités suisses peuvent communiquer des données à leurs homologues étrangères et à des organisations et enceintes internationales, à certaines conditions. En effet, les autorités suisses ne sauraient obtenir de l'étranger les données nécessaires à l'exécution de la loi sans qu'il y ait réciprocité. L'al. 4 prévoit une possibilité d'entraide judiciaire en cas d'infraction contre la LCD. L'art. 3, al. 3, de la loi du 20 mars 1981 sur l'entraide pénale internationale (EIMP, RS 351.1) est réservé : selon cette disposition, une demande d'entraide est irrecevable si la procédure vise un acte qui paraît tendre à diminuer des recettes fiscales ou contrevient à des mesures de politique monétaire, commerciale ou économique. Cette réserve ne s'applique cependant pas ici, car les infractions fiscales, selon la jurisprudence du Tribunal fédéral¹⁸, sont exclusivement des actes qui contreviennent aux règles sur la fixation et la perception des taxes publiques. Or la LCD porte sur des mesures de protection des consommateurs et de l'économie contre la concurrence déloyale et les pratiques commerciales déloyales. Ces mesures relèvent de la police économique et non de la politique commerciale ou économique, selon le message à l'appui de l'EIMP¹⁹.

2.3 Adaptation formelle des titres (chapitre 3)

L'actuel chapitre 3 de la LCD (dispositions de droit administratif) se compose de deux sections (1. Indication des prix au consommateur et 2. Liquidations et opérations analogues). La 2^e section – et donc les art. 21 et 22 – a été abrogée en 1995²⁰. Ce fait plaide en faveur d'une intégration des deux nouvelles dispositions sur l'entraide administrative et judiciaire dans la LCD sous la forme des art. 21 et 22. Partant, une adaptation formelle des titres (chapitre 3 : Indication des prix au consommateur ; chapitre 3a : Entraide administrative et judiciaire) et la suppression des deux sections et de leur titre s'imposent.

3 Conséquences

3.1 Pour la Confédération

La LCD relève du droit privé. Les personnes ou entreprises concernées par d'éventuelles pratiques de commercialisation parasitaire devraient en premier lieu agir elles-mêmes, et tenter une action civile ou pénale auprès du tribunal compétent. Comme nous l'avons indiqué plus haut, la Confédération peut uniquement tenter une action en cas d'acte de concurrence déloyale transfrontière qui entache la réputation de la Suisse à l'étranger. Le complément apporté à la LCD pour assurer une protection contre la commercialisation parasitaire déloyale n'aura aucune répercussion en matière financière et de personnel pour la Confédération.

3.2 Pour les cantons

Les actions civiles aux termes de la LCD et les plaintes pénales correspondantes doivent être introduites au niveau communal ou cantonal. En se basant sur l'expérience acquise en matière de procédures portant sur la concurrence déloyale, on peut estimer qu'il n'y aura pas d'avalanche de plaintes, même dans la perspective de l'EURO 2008.

3.3 Pour l'économie

La nouvelle disposition spéciale contre la commercialisation parasitaire déloyale donne un contour concret à une pratique commerciale qui pourrait déjà être reconnue déloyale par un tribunal sur la base de la LCD actuelle. Mais cette concrétisation augmentera la sécurité juridique, ce qui est dans l'intérêt des organisateurs et des partenaires, mais aussi des non-partenaires d'un événement. La protection minimale

¹⁷ www.icpen.org; voir aussi La Vie économique, 2003/5, p. 44 ss.

¹⁸ ATF 110 Ib 82.

¹⁹ FF 1976 II 465

²⁰ RO 1995 4086

apportée par la législation en matière de concurrence déloyale permet aux grandes manifestations et aux grands événements de continuer à être financés par le parrainage. Les cas d'importance minime ne doivent pas être visés par la présente disposition.

4 Programme de la législature

Le projet n'est pas annoncé dans le rapport sur le Programme de la législature 2003-2007 (FF 2004 1035). La nécessité d'adapter la LCD n'apparaissait pas à l'époque.

5 Aspects juridiques

5.1 Constitutionnalité et légalité

Aux termes de l'art. 96, al. 2, let. b de la Constitution fédérale (Cst.), la Confédération prend des mesures afin de lutter contre la concurrence déloyale. La législation en matière de droit civil et de droit pénal (art. 122 et 123 Cst.) relève aussi de la compétence de la Confédération.

5.2 Compatibilité avec les obligations internationales de la Suisse

Le présent projet est compatible avec les obligations internationales de la Suisse. La disposition sur l'entraide administrative et judiciaire est une composante importante des lignes directrices régissant la protection des consommateurs contre les pratiques commerciales transfrontières frauduleuses et trompeuses, adoptées par l'OCDE le 11 juin 2003, invitant notamment les Etats membres à créer les bases légales nécessaires pour améliorer les échanges d'informations et pour rendre la coopération plus efficace.

5.3 Délégation de compétences législatives

Le présent projet ne délègue aucune compétence législative.