

Loi fédérale contre la concurrence déloyale (LCD)

du 19 décembre 1986 (État le 1^{er} janvier 2025)

L'Assemblée fédérale de la Confédération suisse,
vu les art. 95, al. 1, 96, 97, al. 1 et 2, et 122, al. 1, de la Constitution^{1,2}
vu le message du Conseil fédéral du 18 mai 1983³,
arrête:

Chapitre 1 But

Art. 1

La présente loi vise à garantir, dans l'intérêt de toutes les parties concernées, une concurrence loyale et qui ne soit pas faussée.

Chapitre 2 Dispositions de droit civil et de droit de procédure

Section 1 Illicéité de la concurrence déloyale

Art. 2 Principe

Est déloyal et illicite tout comportement ou pratique commerciale qui est trompeur ou qui contrevient de toute autre manière aux règles de la bonne foi et qui influe sur les rapports entre concurrents ou entre fournisseurs et clients.

Art. 3 Méthodes déloyales de publicité et de vente et autres comportements illicites

¹ Agit de façon déloyale celui qui, notamment:

- a. dénigre autrui, ses marchandises, ses oeuvres, ses prestations, ses prix ou ses affaires par des allégations inexactes, fallacieuses ou inutilement blessantes;
- b.⁴ donne des indications inexactes ou fallacieuses sur lui-même, son entreprise, sa raison de commerce, ses marchandises, ses oeuvres, ses prestations, ses prix,

RO 1988 223

¹ RS 101

² Nouvelle teneur selon le ch. I de la LF du 17 juin 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avr. 2012 (RO 2011 4909; FF 2009 5539).

³ FF 1983 II 1037

⁴ Nouvelle teneur selon le ch. I de la LF du 24 mars 1995, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1995 (RO 1995 4086; FF 1994 III 449).

ses stocks, ses méthodes de vente ou ses affaires ou qui, par de telles allégations, avantage des tiers par rapport à leurs concurrents;

- c. porte ou utilise des titres ou des dénominations professionnelles inexacts, qui sont de nature à faire croire à des distinctions ou capacités particulières;
- d. prend des mesures qui sont de nature à faire naître une confusion avec les marchandises, les oeuvres, les prestations ou les affaires d'autrui;
- e. compare, de façon inexacte, fallacieuse, inutilement blessante ou parasitaire sa personne, ses marchandises, ses oeuvres, ses prestations ou ses prix avec celles ou ceux d'un concurrent ou qui, par de telles comparaisons, avantage des tiers par rapport à leurs concurrents;
- f. offre, de façon réitérée, au-dessous de leur prix coûtant, un choix de marchandises, d'oeuvres ou de prestations et met cette offre particulièrement en valeur dans sa publicité, trompant ainsi la clientèle sur ses propres capacités ou celles de ses concurrents; la tromperie est présumée lorsque le prix de vente est inférieur au prix coûtant pour des achats comparables de marchandises, d'oeuvres ou de prestations de même nature; si le défendeur peut établir le prix coûtant effectif, celui-ci est déterminant pour le jugement;
- g. trompe, par des primes, la clientèle sur la valeur effective de son offre;
- h. entrave la liberté de décision de la clientèle en usant de méthodes de vente particulièrement agressives;
- i. trompe la clientèle en faisant illusion sur la qualité, la quantité, les possibilités d'utilisation, l'utilité de marchandises, d'oeuvres ou de prestations ou en taisant les dangers qu'elles présentent;
- k.⁵ omet, dans des annonces publiques en matière de crédit à la consommation, de désigner nettement sa raison de commerce, ou de donner des indications claires sur le montant net du crédit, le coût total du crédit et le taux annuel effectif global;
- l.⁶ omet, dans des annonces publiques en matière de crédit à la consommation portant sur des marchandises ou des services, de désigner nettement sa raison de commerce, ou de donner des indications claires sur le prix de vente au comptant, le prix de vente résultant du contrat de crédit et le taux annuel effectif global;
- m.⁷ offre ou conclut, dans le cadre d'une activité professionnelle, un contrat de crédit à la consommation en utilisant des formules de contrat qui contiennent des indications incomplètes ou inexactes sur l'objet du contrat, le prix, les conditions de paiement, la durée du contrat, le droit de révocation ou de dénonciation du client ou le droit qu'a celui-ci de payer le solde par anticipation;

⁵ Nouvelle teneur selon l'annexe 2 ch. II 2 de la LF du 23 mars 2001 sur le crédit à la consommation, en vigueur depuis le 1^{er} janv. 2003 (RO 2002 3846; FF 1999 III 2879).

⁶ Nouvelle teneur selon l'annexe 2 ch. II 2 de la LF du 23 mars 2001 sur le crédit à la consommation, en vigueur depuis le 1^{er} janv. 2003 (RO 2002 3846; FF 1999 III 2879).

⁷ Nouvelle teneur selon le ch. II de la LF du 13 déc. 2013 (Abrogation des dispositions sur la vente avec paiements préalables), en vigueur depuis le 1^{er} juil. 2014 (RO 2014 869; FF 2013 4139 5221).

- n.⁸ omet dans des annonces publiques en matière de crédit à la consommation (let. k) ou en matière de crédit à la consommation portant sur des marchandises ou des services (let. l) de signaler que l'octroi d'un crédit est interdit s'il occasionne le surendettement du consommateur;
- o.⁹ envoie ou fait envoyer, par voie de télécommunication, de la publicité de masse n'ayant aucun lien direct avec une information demandée et omet de requérir préalablement le consentement des clients, de mentionner correctement l'émetteur ou de les informer de leur droit à s'y opposer gratuitement et facilement; celui qui a obtenu les coordonnées de ses clients lors de la vente de marchandises, d'œuvres ou de prestations et leur a indiqué qu'ils pouvaient s'opposer à l'envoi de publicité de masse par voie de télécommunication n'agit pas de façon déloyale s'il leur adresse une telle publicité sans leur consentement, pour autant que cette publicité concerne des marchandises, œuvres et prestations propres analogues;
- p.¹⁰ fait de la publicité par le biais de formulaires d'offre, de propositions de correction ou d'autres moyens, pour l'inscription dans des répertoires de toute nature ou pour la publication d'annonces, ou propose directement cette inscription ou cette publication, sans faire mention des éléments suivants en grands caractères, à un endroit bien visible et dans un langage compréhensible:
1. le caractère onéreux et privé de l'offre,
 2. la durée du contrat,
 3. le prix total pour la durée du contrat,
 4. la diffusion géographique, la forme, le tirage minimum et la date limite de la publication du répertoire ou de l'annonce;
- q.¹¹ envoie des factures pour une inscription dans des répertoires de toute nature ou la publication d'annonces sans en avoir reçu le mandat;
- r.¹² subordonne la livraison de marchandises, la distribution de primes ou l'octroi d'autres prestations à des conditions dont l'avantage pour l'acquéreur dépend principalement du recrutement d'autres personnes plutôt que de la vente ou de l'utilisation de marchandises ou de prestations (système de la boule de neige, de l'avalanche ou de la pyramide);
- s.¹³ propose des marchandises, des œuvres ou des prestations au moyen du commerce électronique sans remplir les conditions suivantes:

⁸ Introduite par l'annexe 2 ch. II 2 de la LF du 23 mars 2001 sur le crédit à la consommation, en vigueur depuis le 1^{er} janv. 2003 (RO 2002 3846; FF 1999 III 2879).

⁹ Introduite par l'annexe ch. 1 de la loi du 24 mars 2006, en vigueur depuis le 1^{er} avr. 2007 (RO 2007 921; FF 2003 7245).

¹⁰ Introduite par le ch. I de la LF du 17 juin 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avr. 2012 (RO 2011 4909; FF 2009 5539).

¹¹ Introduite par le ch. I de la LF du 17 juin 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avr. 2012 (RO 2011 4909; FF 2009 5539).

¹² Introduite par le ch. I de la LF du 17 juin 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avr. 2012 (RO 2011 4909; FF 2009 5539).

¹³ Introduite par le ch. I de la LF du 17 juin 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avr. 2012 (RO 2011 4909; FF 2009 5539).

1. indiquer de manière claire et complète son identité et son adresse de contact, y compris pour le courrier électronique,
 2. indiquer les différentes étapes techniques conduisant à la conclusion d'un contrat,
 3. fournir les outils techniques appropriés permettant de détecter et de corriger les erreurs de saisie avant l'envoi d'une commande,
 4. confirmer sans délai la commande du client par courrier électronique;
- t.¹⁴ dans le cadre d'un concours ou d'un tirage au sort, promet un gain dont la validation est liée au recours à un numéro payant de service à valeur ajoutée, au versement d'une indemnité pour frais, à l'achat d'une marchandise ou d'un service, à la participation à une manifestation commerciale ou à un voyage publicitaire ou à la participation à un autre tirage au sort;
- u.¹⁵ ne respecte pas la mention contenue dans l'annuaire indiquant qu'un client ne souhaite pas recevoir de messages publicitaires de personnes avec lesquelles il n'entretient aucune relation commerciale, et que les données le concernant ne peuvent pas être communiquées à des fins de prospection publicitaire directe; les clients qui ne sont pas inscrits dans l'annuaire doivent être traités de la même manière que ceux qui y figurent avec la mention;
- v.¹⁶ procède à des appels publicitaires sans que soit affiché un numéro d'appel inscrit dans l'annuaire et pour lequel il possède un droit d'utilisation;
- w.¹⁷ se fonde sur des informations obtenues par suite d'une infraction relevant des let. u ou v;
- x.¹⁸ donne des indications sur lui-même, ses marchandises, ses œuvres ou ses prestations concernant l'impact climatique qui ne peuvent pas être prouvées sur des bases objectives et vérifiables.
- ² L'al. 1, let. s, ne s'applique pas à la téléphonie vocale et aux contrats conclus uniquement par l'échange de courriers électroniques ou de moyens de communication analogues.¹⁹

¹⁴ Introduite par le ch. I de la LF du 17 juin 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avr. 2012 (RO 2011 4909; FF 2009 5539).

¹⁵ Introduite par le ch. I de la LF du 17 juin 2011 (RO 2011 4909; FF 2009 5539). Nouvelle teneur selon l'annexe ch. 2 de la L du 22 mars 2019, en vigueur depuis le 1^{er} janv. 2021 (RO 2020 6159; FF 2017 6185).

¹⁶ Introduite par l'annexe ch. 2 de la L du 22 mars 2019, en vigueur depuis le 1^{er} janv. 2021 (RO 2020 6159; FF 2017 6185).

¹⁷ Introduite par l'annexe ch. 2 de la L du 22 mars 2019, en vigueur depuis le 1^{er} janv. 2021 (RO 2020 6159; FF 2017 6185).

¹⁸ Introduite par l'annexe ch. 1 de la LF du 15 mars 2024, en vigueur depuis le 1^{er} janv. 2025 (RO 2024 376; FF 2022 2651).

¹⁹ Introduit par le ch. I de la LF du 17 juin 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avr. 2012 (RO 2011 4909; FF 2009 5539).

Art. 3a²⁰ Discrimination en matière de vente à distance

¹ Agit de façon déloyale envers un client en Suisse celui qui, notamment, en matière de vente à distance, sans motifs objectifs, pour des raisons liées à la nationalité de ce client, à son domicile, à son lieu d'établissement, au siège de son prestataire de service de paiement ou au lieu d'émission de son instrument de paiement:

- a. applique des tarifs ou conditions de paiement discriminatoires;
- b. lui bloque ou limite l'accès à une interface en ligne, ou
- c. le redirige sans son consentement vers une version différente de l'interface en ligne à laquelle le client a voulu initialement accéder.

² La présente disposition ne s'applique pas aux services d'intérêt général non économiques, aux services du secteur financier, aux services relatifs aux communications électroniques, aux services dans le domaine des transports publics, aux services des agences de travail intérimaires, aux services de soin de santé, aux activités de jeux d'argent impliquant des mises ayant une valeur monétaire dans les jeux de hasard, y compris les loteries, les casinos et les transactions portant sur des paris, aux services relatifs aux services de sécurité privée, aux services relatifs aux services sociaux de toute nature, aux services liés à l'exercice de l'autorité publique, aux services fournis par les notaires et les huissiers de justices, nommés par les pouvoirs publics, aux services audiovisuels.

Art. 4 Incitation à violer ou à résilier un contrat

Agit de façon déloyale celui qui, notamment:

- a. incite un client à rompre un contrat en vue d'en conclure un autre avec lui;
- b.²¹ ...
- c. incite des travailleurs, mandataires ou auxiliaires à trahir ou à surprendre des secrets de fabrication ou d'affaires de leur employeur ou mandant;
- d.²² incite un consommateur qui a conclu un contrat de crédit à la consommation à révoquer ce contrat pour conclure lui-même un tel contrat avec lui.

Art. 4a²³ Corruption active et passive

¹ Agit de façon déloyale celui qui:

²⁰ Introduit par le ch. II de la LF du 19 mars 2021, en vigueur depuis le 1^{er} janv. 2022 (RO 2021 576; FF 2019 4665).

²¹ Abrogée l'art. 2 ch. 1 de l'AF du 7 oct. 2005 portant approbation et mise en œuvre de la Conv. pénale du Conseil de l'Europe sur la corruption et de son Prot. add., avec effet au 1^{er} juil. 2006 (RO 2006 2371; FF 2004 6549).

²² Nouvelle teneur selon le ch. II de la LF du 13 déc. 2013 (Abrogation des dispositions sur la vente avec paiements préalables), en vigueur depuis le 1^{er} juil. 2014 (RO 2014 869; FF 2013 4139 5221).

²³ Introduit par l'art. 2 ch. 1 de l'AF du 7 oct. 2005 portant approbation et mise en œuvre de la Conv. pénale du Conseil de l'Europe sur la corruption et de son Prot. add., en vigueur depuis le 1^{er} juil. 2006 (RO 2006 2371; FF 2004 6549).

- a. aura offert, promis ou octroyé un avantage indu à un employé, un associé, un mandataire ou un autre auxiliaire d'un tiers du secteur privé, en faveur de cette personne ou en faveur d'un tiers, pour l'exécution ou l'omission d'un acte en relation avec son activité professionnelle ou commerciale et qui soit contraire à ses devoirs ou dépende de son pouvoir d'appréciation;
- b.²⁴ en tant qu'employé, en tant qu'associé, en tant que mandataire ou en tant qu'autre auxiliaire d'un tiers du secteur privé, aura sollicité, se sera fait promettre ou aura accepté, en sa faveur ou en faveur d'un tiers, un avantage indu pour l'exécution ou l'omission d'un acte en relation avec son activité professionnelle ou commerciale et qui soit contraire à ses devoirs ou dépende de son pouvoir d'appréciation.

² Ne constituent pas des avantages indus ceux qui sont convenus par contrat de même que ceux qui, de faible importance, sont conformes aux usages sociaux.

Art. 5 Exploitation d'une prestation d'autrui

Agit de façon déloyale celui qui, notamment:

- a. exploite de façon indu le résultat d'un travail qui lui a été confié, par exemple des offres, des calculs ou des plans;
- b. exploite le résultat du travail d'un tiers, par exemple des offres, des calculs ou des plans, bien qu'il sache que ce résultat lui a été remis ou rendu accessible de façon indue;
- c. reprend grâce à des procédés techniques de reproduction et sans sacrifice correspondant le résultat de travail d'un tiers prêt à être mis sur le marché et l'exploite comme tel.

Art. 6 Violation des secrets de fabrication ou d'affaires

Agit de façon déloyale celui qui, notamment, exploite ou divulgue des secrets de fabrication ou d'affaires qu'il a surpris ou dont il a eu indûment connaissance d'une autre manière.

Art. 7 Inobservation des conditions de travail

Agit de façon déloyale celui qui, notamment, n'observe pas les conditions de travail légales ou contractuelles qui sont également imposées à la concurrence ou qui sont conformes aux usages professionnels ou locaux.

²⁴ L'Erratum de la CdR de l'Ass. féd. du 10 déc. 2015, publié le 31 déc. 2015 ne concerne que le texte italien (RO 2015 5999).

Art. 8²⁵ Utilisation de conditions commerciales abusives

Agit de façon déloyale celui qui, notamment, utilise des conditions générales qui, en contradiction avec les règles de la bonne foi prévoient, au détriment du consommateur, une disproportion notable et injustifiée entre les droits et les obligations découlant du contrat.

Art. 8a²⁶ Utilisation de clauses de parité limitant la liberté des établissements d'hébergement

Agit de façon déloyale celui qui, notamment, utilise en tant qu'exploitant d'une plateforme en ligne de réservation de prestations d'hébergement des conditions générales restreignant directement ou indirectement la fixation des prix et de l'offre par les établissements d'hébergement au moyen de clauses de parité concernant en particulier les tarifs, la disponibilité ou les conditions.

Section 2 Dispositions de procédure²⁷**Art. 9** Qualité pour agir²⁸

¹ Celui qui, par un acte de concurrence déloyale, subit une atteinte dans sa clientèle, son crédit ou sa réputation professionnelle, ses affaires ou ses intérêts économiques en général ou celui qui en est menacé, peut demander au juge:

- a. de l'interdire, si elle est imminente;
- b. de la faire cesser, si elle dure encore;
- c. d'en constater le caractère illicite, si le trouble qu'elle a créé subsiste.

² Il peut en particulier demander qu'une rectification ou que le jugement soit communiqué à des tiers ou publié.

³ Il peut en outre, conformément au code des obligations²⁹, intenter des actions en dommages-intérêts et en réparation du tort moral, ainsi qu'exiger la remise du gain selon les dispositions sur la gestion d'affaires.

²⁵ Nouvelle teneur selon le ch. I de la LF du 17 juin 2011, en vigueur depuis le 1^{er} juil. 2012 (RO 2011 4909; FF 2009 5539).

²⁶ Introduit par le ch. I de la LF du 17 juin 2022, en vigueur depuis le 1^{er} déc. 2022 (RO 2022 690; FF 2021 2858).

²⁷ Nouvelle teneur selon l'annexe 1 ch. II 15 du CPC du 19 déc. 2008, en vigueur depuis le 1^{er} janv. 2011 (RO 2010 1739; FF 2006 6841).

²⁸ Nouvelle teneur selon l'annexe 1 ch. II 15 du CPC du 19 déc. 2008, en vigueur depuis le 1^{er} janv. 2011 (RO 2010 1739; FF 2006 6841).

²⁹ RS 220

Art. 10 Qualité pour agir des clients, des organisations et de la Confédération³⁰

¹ Les actions prévues à l'art. 9 peuvent aussi être intentées par les clients dont les intérêts économiques sont menacés ou lésés par un acte de concurrence déloyale.

² Les actions prévues à l'art. 9, al. 1 et 2, peuvent en outre être intentées par:

- a. les associations professionnelles et les associations économiques que leurs statuts autorisent à défendre les intérêts économiques de leurs membres;
- b. les organisations d'importance nationale ou régionale qui se consacrent statutairement à la protection des consommateurs;
- c.³¹ ...

³ Les actions prévues à l'art. 9, al. 1 et 2, peuvent également être intentées par la Confédération si elle le juge nécessaire à la protection de l'intérêt public, notamment dans les cas suivants:

- a. la réputation de la Suisse à l'étranger est menacée ou subit une atteinte et les personnes dont les intérêts économiques sont touchés résident à l'étranger;
- b. les intérêts de plusieurs personnes, les intérêts d'un groupe de personnes appartenant à un secteur économique ou d'autres intérêts collectifs sont menacés ou subissent une atteinte.³²

⁴ Lorsque la protection de l'intérêt public l'exige, le Conseil fédéral peut informer le public des pratiques déloyales d'une entreprise en la citant nommément. Lorsque il n'y a plus d'intérêt public, les communications en questions sont supprimées.³³

⁵ Lorsqu'une action est intentée par la Confédération, la présente loi est applicable de manière impérative conformément à l'art. 18 de la loi fédérale du 18 décembre 1987 sur le droit international privé^{34,35}

Art. 11 Actions contre l'employeur

Lorsque l'acte de concurrence déloyale a été commis par un travailleur ou par un autre auxiliaire dans l'accomplissement de son travail, les actions prévues à l'art. 9, al. 1 et 2, peuvent également être intentées contre l'employeur.

³⁰ Nouvelle teneur selon l'annexe 1 ch. II 15 du CPC du 19 déc. 2008, en vigueur depuis le 1^{er} janv. 2011 (RO 2010 1739; FF 2006 6841).

³¹ Introduite par le ch. I de la LF du 20 mars 1992 (RO 1992 1514; FF 1992 I 339). Abrogée par le ch. I de la LF du 17 juin 2011, avec effet au 1^{er} avr. 2012 (RO 2011 4909; FF 2009 5539).

³² Introduit par le ch. I de la LF du 17 juin 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avr. 2012 (RO 2011 4909; FF 2009 5539).

³³ Introduit par le ch. I de la LF du 17 juin 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avr. 2012 (RO 2011 4909; FF 2009 5539).

³⁴ RS 291

³⁵ Introduit par le ch. I de la LF du 17 juin 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avr. 2012 (RO 2011 4909; FF 2009 5539).

Art. 12 et 13³⁶**Art. 13a**³⁷ Renversement du fardeau de la preuve

¹ Le juge peut exiger que l'annonceur apporte des preuves concernant l'exactitude matérielle des données de fait contenues dans la publicité si, compte tenu des intérêts légitimes de l'annonceur et de toute autre partie à la procédure, une telle exigence paraît appropriée en l'espèce.

² ...³⁸

Art. 14 et 15³⁹**Chapitre 3 Dispositions de droit administratif**⁴⁰**Art. 16** Obligation d'indiquer les prix

¹ Sauf exception prévue par le Conseil fédéral, le prix à payer effectivement pour les marchandises offertes au consommateur doit être indiqué.⁴¹ Des exceptions sont notamment admissibles pour des raisons techniques ou de sécurité. La même obligation s'applique aux prestations de services désignées par le Conseil fédéral.

² Le Conseil fédéral règle l'indication des prix et des pourboires.

³ ...⁴²

Art. 16a⁴³ Indication du prix unitaire pour les marchandises et les services mesurables

¹ La quantité et le prix doivent être indiqués pour les marchandises et les services mesurables offerts au consommateur, ainsi que le prix unitaire afin de permettre la comparaison.

² Le Conseil fédéral peut édicter des prescriptions qui, si elles sont appliquées, dispensent d'indiquer le prix unitaire.

³⁶ Abrogés par l'annexe 1 ch. II 15 du CPC du 19 déc. 2008, avec effet au 1^{er} janv. 2011 (RO 2010 1739; FF 2006 6841).

³⁷ Introduit par le ch. I de la LF du 18 juin 1993, en vigueur depuis le 1^{er} avr. 1994 (RO 1994 375; FF 1993 I 757).

³⁸ Abrogé par l'annexe 1 ch. II 15 du CPC du 19 déc. 2008, avec effet au 1^{er} janv. 2011 (RO 2010 1739; FF 2006 6841).

³⁹ Abrogés par l'annexe 1 ch. II 15 du CPC du 19 déc. 2008, avec effet au 1^{er} janv. 2011 (RO 2010 1739; FF 2006 6841).

⁴⁰ Nouvelle teneur selon le ch. I de la LF du 17 juin 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avr. 2012 (RO 2011 4909; FF 2009 5539).

⁴¹ Nouvelle teneur selon l'art. 26 de la LF du 17 juin 2011 sur la métrologie, en vigueur depuis le 1^{er} janv. 2013 (RO 2012 6235; FF 2010 7305).

⁴² Abrogé par l'art. 26 de la LF du 17 juin 2011 sur la métrologie, avec effet au 1^{er} janv. 2013 (RO 2012 6235; FF 2010 7305).

⁴³ Introduit par l'art. 26 de la LF du 17 juin 2011 sur la métrologie, en vigueur depuis le 1^{er} janv. 2013 (RO 2012 6235; FF 2010 7305).

Art. 17 Indication des prix dans la publicité

Lorsque des prix ou des réductions de prix sont mentionnés dans la publicité, leur indication doit être conforme aux règles édictées par le Conseil fédéral.

Art. 18 Indication de prix fallacieuse

Il est interdit d'user de procédés propres à induire en erreur pour:

- a. indiquer des prix;
- b. annoncer des réductions de prix ou
- c. mentionner d'autres prix en sus du prix à payer effectivement.

Art. 19 Obligation de renseigner

¹ Dans la mesure où l'établissement des faits l'exige, les organes compétents des cantons peuvent demander des renseignements et requérir des documents.

² Sont soumises à l'obligation de renseigner:

- a. les personnes et entreprises qui offrent des marchandises au consommateur, les produisent ou en font le commerce ou les achètent;
- b. les personnes et entreprises qui offrent des services, les fournissent, les procurent ou en font usage;
- c. les organisations de l'économie;
- d. les organisations d'importance nationale ou régionale qui se consacrent statutairement à la protection des consommateurs.

³ L'obligation de renseigner est levée si les déclarations peuvent être refusées en vertu de l'art. 42 de la loi fédérale de procédure civile fédérale du 4 décembre 1947⁴⁴.

⁴ Les dispositions du code de procédure pénale du 5 octobre 2007⁴⁵ ainsi que les dispositions cantonales sur la procédure administrative sont réservées.⁴⁶

Art. 20 Exécution

¹ L'exécution incombe aux cantons, la haute surveillance à la Confédération.

² Le Conseil fédéral édicte les dispositions d'exécution.

⁴⁴ RS 273

⁴⁵ RS 312.0

⁴⁶ Nouvelle teneur selon l'annexe 1 ch. II 7 du CPP du 5 oct. 2007, en vigueur depuis le 1^{er} janv. 2011 (RO 2010 1881; FF 2006 1057).

Chapitre 3a

Collaboration avec les autorités de surveillance étrangères⁴⁷

Art. 21⁴⁸ Collaboration

¹ Les autorités fédérales compétentes pour l'exécution de la présente loi peuvent collaborer avec les autorités étrangères compétentes et avec des organisations ou des organismes internationaux, en particulier coordonner leurs enquêtes, aux conditions suivantes:

- a. la lutte contre les pratiques commerciales déloyales l'exige;
- b. l'autorité étrangère, l'organisation internationale ou l'organisme international considéré est lié par le secret de fonction ou soumis à un devoir de confidentialité équivalent.

² Le Conseil fédéral peut conclure des traités internationaux de collaboration avec les autorités de surveillance étrangères afin de lutter contre les pratiques commerciales déloyales.

Art. 22⁴⁹ Communication de données

¹ Les autorités fédérales compétentes pour l'exécution de la présente loi peuvent, dans le cadre de la collaboration prévue à l'art. 21, communiquer aux autorités étrangères et organisations ou organismes internationaux compétents des données concernant notamment:

- a. les personnes qui ont pris part à une pratique commerciale déloyale;
- b. l'envoi de courriers publicitaires et autres documents qui démontrent l'existence d'une pratique commerciale déloyale;
- c. les modalités financières de l'opération;
- d. la fermeture de cases postales.

² Elles peuvent communiquer les données si les destinataires garantissent qu'ils accordent la réciprocité et ne traiteront les données que pour lutter contre les pratiques commerciales déloyales. Les art. 16 et 17 de la loi fédérale du 25 septembre 2020 sur la protection des données⁵⁰ s'appliquent pour le surplus.⁵¹

³ Lorsque le destinataire des données est une organisation ou un organisme international, les données peuvent lui être communiquées même s'il n'accorde pas la réciprocité.

⁴⁷ Nouvelle teneur selon le ch. I de la LF du 17 juin 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avr. 2012 (RO 2011 4909; FF 2009 5539).

⁴⁸ Nouvelle teneur selon le ch. I de la LF du 17 juin 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avr. 2012 (RO 2011 4909; FF 2009 5539).

⁴⁹ Nouvelle teneur selon le ch. I de la LF du 17 juin 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avr. 2012 (RO 2011 4909; FF 2009 5539).

⁵⁰ RS 235.1

⁵¹ Nouvelle teneur de la phrase selon l'annexe 1 ch. II 23 de la LF du 25 sept. 2020 sur la protection des données, en vigueur depuis le 1^{er} sept. 2023 (RO 2022 491; FF 2017 6565).

Chapitre 4 Dispositions pénales

Art. 23⁵² Concurrence déloyale

¹ Quiconque, intentionnellement, se rend coupable de concurrence déloyale au sens des art. 3, 4, 5 ou 6 est, sur plainte, puni d'une peine privative de liberté de trois ans au plus ou d'une peine pécuniaire.⁵³

² Peut porter plainte celui qui a qualité pour intenter une action civile selon les art. 9 et 10.

³ Dans la procédure, la Confédération a les mêmes droits qu'une partie plaignante.⁵⁴

Art. 24 Violation de l'obligation d'indiquer les prix au consommateur

¹ Quiconque, intentionnellement:

- a.⁵⁵ viole l'obligation d'indiquer les prix (art. 16) et le prix unitaire (art. 16a);
- b. contrevient aux prescriptions sur l'indication des prix dans la publicité (art. 17);
- c. indique des prix de manière fallacieuse (art. 18);
- d. ne satisfait pas à l'obligation de renseigner en vue de l'établissement des faits (art. 19);
- e.⁵⁶ contrevient aux dispositions d'exécution du Conseil fédéral relatives à l'indication du prix et à l'indication du prix unitaire (art. 16, 16a et 20);

est puni de l'amende jusqu'à 20 000 francs.⁵⁷

² Si l'auteur a agi par négligence, la peine sera l'amende.

⁵² Nouvelle teneur selon l'art. 2 ch. 1 de l'AF du 7 oct. 2005 portant approbation et mise en œuvre de la Conv. pénale du Conseil de l'Europe sur la corruption et de son Prot. add., en vigueur depuis le 1^{er} juil. 2006 (RO 2006 2371; FF 2004 6549).

⁵³ Nouvelle teneur selon le ch. II 1 de la LF du 25 sept. 2015 (Dispositions pénales incriminant la corruption), en vigueur depuis le 1^{er} juil. 2016 (RO 2016 1287; FF 2014 3433).

⁵⁴ Introduit par le ch. I de la LF du 17 juin 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avr. 2012 (RO 2011 4909; FF 2009 5539).

⁵⁵ Nouvelle teneur selon l'art. 26 de la LF du 17 juin 2011 sur la métrologie, en vigueur depuis le 1^{er} janv. 2013 (RO 2012 6235; FF 2010 7305).

⁵⁶ Nouvelle teneur selon l'art. 26 de la LF du 17 juin 2011 sur la métrologie, en vigueur depuis le 1^{er} janv. 2013 (RO 2012 6235; FF 2010 7305).

⁵⁷ Nouvelle teneur selon l'art. 333 du CP, dans la teneur de la LF du 13 déc. 2002, en vigueur depuis le 1^{er} janv. 2007 (RO 2006 3459; FF 1999 II 1787).

Art. 25⁵⁸**Art. 26** Infractions commises dans une entreprise

Les art. 6 et 7 de la loi fédérale du 22 mars 1974 sur le droit pénal administratif⁵⁹ s'appliquent aux infractions commises dans une entreprise, par un mandataire, etc.

Art. 26a⁶⁰ Révocation et blocage de noms de domaine et de numéros de téléphone

¹ Si un nom de domaine ou un numéro de téléphone a été utilisé pour commettre un acte punissable en vertu de l'art. 23 en relation avec l'art. 3 ou en vertu de l'art. 24 et que cela est nécessaire pour empêcher de nouvelles infractions, le ministère public ou le tribunal peut, même si aucune personne déterminée n'est punissable, ordonner:

- a. la révocation du nom de domaine de deuxième niveau subordonné à un domaine Internet dont la gestion relève de la compétence de la Suisse;
- b. la révocation ou le blocage du numéro de téléphone de services sur réseau fixe ou de services mobiles de télécommunication.

² L'autorité chargée de la procédure peut ordonner le blocage provisoire du nom de domaine ou du numéro de téléphone jusqu'au terme de la procédure pénale.

Art. 27 Poursuite pénale

¹ La poursuite pénale incombe aux cantons.

² Les autorités cantonales communiquent en expédition intégrale, immédiatement et sans frais, les jugements, les prononcés administratifs et les ordonnances de non-lieu au Ministère public de la Confédération et au Département fédéral de l'économie, de la formation et de la recherche^{61, 62}.

Chapitre 5 Dispositions finales**Art. 28** Abrogation du droit fédéral

La loi fédérale du 30 septembre 1943 sur la concurrence déloyale⁶³ est abrogée.

⁵⁸ Abrogé par le ch. I de la LF du 24 mars 1995, avec effet au 1^{er} nov. 1995 (RO **1995** 4086; FF **1994** III 449).

⁵⁹ RS **313.0**

⁶⁰ Introduit par l'annexe ch. 2 de la L du 22 mars 2019, en vigueur depuis le 1^{er} janv. 2021 (RO **2020** 6159; FF **2017** 6185).

⁶¹ Nouvelle expression selon le ch. I 5 de l'O du 15 juin 2012 (Réorganisation des départements), en vigueur depuis le 1^{er} janv. 2013 (RO **2012** 3655).

⁶² Nouvelle teneur selon le ch. I de la LF du 17 juin 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avr. 2012 (RO **2011** 4909; FF **2009** 5539).

⁶³ [RS **2** 945; RO **1962** 1082 art. 2, **1970** 308, **1978** 2057]

Art. 29 Référendum et entrée en vigueur

¹ La présente loi est sujette au référendum facultatif.

² Le Conseil fédéral fixe la date de l'entrée en vigueur.

Date de l'entrée en vigueur: 1^{er} mars 1988⁶⁴

⁶⁴ ACF du 14 déc. 1987