

Table des matières / *Table of contents*

Avant-propos.....	V
Sommaire / <i>Contents</i>	VII
Table des abréviations / <i>Table of abbreviations</i>	XIII

Current Trends in the Multilateral Evolution of Unfair Competition Law

Nuno Pires de Carvalho

I. About unfair competition law in general	1
II. The evolution of multilateral unfair competition law	4
III. Trends in the evolution of unfair competition at the multilateral level	26

The Law Applicable to Unfair Competition in Switzerland and in the European Union

Benedetta Ubertazzi

I. The necessity of determining the applicable law	31
II. Comparison between the Swiss and the EU PIL norms	37
III. Specific PIL rules for unfair competition	41
IV. Principle connecting factor: affected market	44
V. Alternative connecting factor: affected interests of only a specific competitor	58
VI. Alternative connecting factor: affected pre-existing relationships	62
VII. Limits to the applicable law: public policy, mandatory norms, country of origin-principle and fundamental freedoms	64
VIII. Specific PIL rules for unfair competition	69

Le droit de la concurrence déloyale – Perspectives française et européenne

Nicolas Binctin

I. Une matière hétérogène	77
A. Disparité européenne pour la concurrence déloyale	77
B. La solution française	81
II. Une harmonisation partielle	92
A. L'apport de la directive 2005/29	92
B. L'influence du droit des marques	96

**Le parasitisme en droit suisse: entre *Nachahmungsfreiheit*
(liberté d’imiter), *Verwechslungsgefahr* (risque de confusion)
et *Rufausbeutung* (exploitation de la réputation)**

Pierre Kobel

I.	Introduction	101
II.	Le parasitisme	102
III.	La protection concédée par le droit suisse	105
	A. La protection de l’apparence («Ausstattungsschutz»).....	108
	B. La protection des prestations («Leistungsschutz»).....	117
	C. La clause générale	121
IV.	Questions ouvertes	125
	A. La subsomption de l’exploitation de la réputation sous l’art. 3 lit. e LCD est-elle une bonne idée ?.....	125
	B. Protection des prestations ?	128

**Internet, médias sociaux, applications: terrains propices à
la déloyauté commerciale ?**

Michel Jaccard / Lê-Binh Hoang

I.	Introduction	131
II.	Définitions	132
	A. Internet	132
	B. Médias sociaux	133
	C. Applications	134
III.	Historique des problématiques de concurrence déloyale	134
	A. Évolutions des problématiques au niveau technique.....	134
	B. Évolutions législatives en Suisse	136
IV.	Problématiques spécifiques à l’activité commerciale en ligne.....	138
	A. Caractéristiques de l’activité en ligne	138
	B. Défis actuels spécifiques.....	139
	C. Évolutions possibles.....	150
V.	Conclusion.....	157

La mise en œuvre judiciaire du droit suisse de la concurrence déloyale: pièges et stratégies*Laurent Muhlstein*

I.	Introduction	159
II.	Qualité pour agir et intérêt à agir	159
III.	Compétence à raison de la matière	162
IV.	Compétence à raison du lieu	167
V.	Cumul objectif et subjectif d'actions.	169
	A. Le cumul objectif d'actions	169
	B. Le cumul subjectif d'actions	172
VI.	Prétentions pécuniaires.	172
	A. Les dommages-intérêts.	173
	B. La remise du gain	175
	C. Le cumul ou le concours des actions.	178
VII.	Action pénale ou civile	179
	A. La voie civile	179
	B. La voie pénale	183
VIII.	Cumul des prétentions (atteinte à la personnalité – droit au nom)	185
IX.	Umwegtheorie (théorie du détour)	186
X.	Conclusion.	188