

Association Suisse de Thérapie Avec le Cheval

Cadre juridique de la publicité et de la promotion de la thérapie avec le cheval

Samedi 4 mai 2019

Rachel Christinat

Avocate et Dr en droit
rachel.christinat@schaller-lex.ch

www.schaller-lex.ch

1. Cadre légal

- a) Droit applicable
- b) Exigences de formation
- c) Accès à l'activité
- d) Exercice

2. Droit associatif

- a) Cadre « normatif associatif »
- b) Violation

3. Publicité et promotion

- a) Publicité et promotion de l'ASTAC
- b) Publicité et promotion individuelle
- c) Publicité déloyale
- d) Utilisation de l'image de tiers
- e) Droit associatif

4. Tarif

- a) Cadre légal
- b) Cadre associatif

5. Secrets

- a) Secret de fonction
- b) Secret professionnel
- c) Cadre associatif
- d) Circulation des informations dans un réseau

6. Discussion

1. Cadre légal

1. Cadre légal

Directives
ASSM

Droit associatif

Code de déontologie
de la FMH

Code déonto-
logique du CII
pour la profession
infirmière

Etc.



1. Cadre légal

a) Droit applicable

L'activité de thérapeute avec le cheval est-elle réglementée?

■ Droit fédéral

- LPMéd <https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/20040265/index.html>
 - Médecins, dentistes, vétérinaires, pharmaciens et chiropraticiens
- LPsy <https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/20091366/index.html>
 - Professions dans le domaine de la psychologie
- LPSan <https://www.admin.ch/opc/fr/federal-gazette/2016/7383.pdf>
 - Infirmiers, physiothérapeutes, ergothérapeutes, sages-femmes, diététiciens, optométristes, ostéopathes

■ Droits cantonaux

- BE, FR, GE, JU, NE, VS, VD: aucun canton romand ne réglemente l'activité de thérapeute avec le cheval
- Par exemple FR, VS: pratiques alternatives tolérées si elles sont sans danger / si elles ne représentent aucun risque pour la santé et si elles s'adressent à des personnes dûment informées de manière à exclure toute confusion

1. Cadre légal

L'activité de thérapeute avec le cheval n'est pas réglementée!

■ Conséquences

- Libre accès (b et c)
 - Pas de formation
 - Pas d'examen
 - Pas d'autorisation de pratiquer (l'accès au marché est libre)
- Titre non protégé (c)
 - Tout le monde peut se prétendre thérapeute avec le cheval
- Exercice non surveillé (d)
 - Pas de règles d'exercice de l'activité (comme la diligence, le secret professionnel, les limitations de publicité)
 - Pas de surveillance des autorités étatiques de la pratique
 - Pas de sanctions disciplinaires
 - Mais le droit général s'applique : protection de la personnalité (CC), infraction en cas de lésion à l'intégrité physique ou psychique (CP), concurrence (LCD)

2. Droit associatif

2. Droit associatif

a) Cadre « normatif associatif »

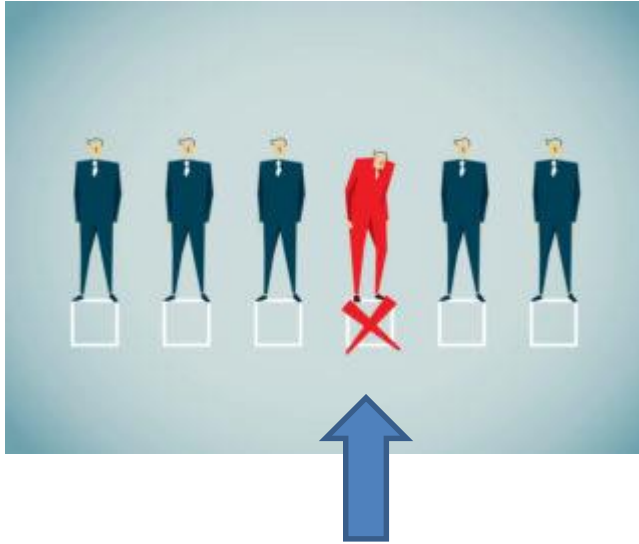
- Associations peuvent adopter un cadre
 - Statuts A.S.T.A.C : En qualité d'association, l'adoption de statuts est une condition d'existence
 - Règlements A.S.T.A.C : Charte déontologique, règlement relatif à l'examen des plaintes
 - Organes A.S.T.A.C : **Commission d'Ethique Professionnelle**
- Mais ce cadre est strictement limité aux membres de l'association
 - Accès à l'activité ouvert aux non-membres
 - Charte déontologique n'est pas contraignante
 - Des sanctions ne peuvent être prononcées qu'à l'encontre des membres

2. Droit associatif

b) Violation

- Art. 11 règlement relatif à l'examen des plaintes
 - Avertissement
 - Suspension de 3 à 12 mois
 - Exclusion de l'A.S.T.A.C
 - En substitution à une sanction: obligation de suivre une formation continue et/ou d'effectuer des heures de supervision

2. Droit associatif



3. Publicité et promotion

3. Publicité et promotion

a) Publicité et promotion de l'A.S.T.A.C

- Pas de base légale qui régit spécialement la publicité
- Loi sur la concurrence déloyale : <https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19860391/index.html>
 - Voir LCD 3 (voir ci-après, point 3c))
 - LCD 23 : peine privative de liberté de 3 ans au plus ou peine pécuniaire, infraction poursuivie que sur plainte
 - Protection de la personnalité (CC 28ss) (voir ci-après, point 3d))

b) Publicité et promotion individuelle

- Pas de règle « professionnelle », contrairement aux activités médicales ou paramédicales réglementées en droit fédéral ou cantonal
- Règles générales s'appliquent (LCD et CC)
- Règles associatives

3. Publicité et promotion

c) Publicité déloyale

- LCD 3

**Loi fédérale
contre la concurrence déloyale
(LCD)**

241

du 19 décembre 1986 (Etat le 1^{er} juillet 2016)

*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:

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

3. Publicité et promotion

- prix, 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 inexacts 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;
 - 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'oeuvres 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, oeuvres 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);

3. Publicité et promotion

- s.¹³ propose des marchandises, des œuvres ou des prestations au moyen du commerce électronique sans remplir les conditions suivantes:
 - 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 tiers et que les données le concernant ne peuvent pas être communiquées à des fins de prospection publicitaire directe.

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.¹⁶

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.¹⁷ ...
- 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.¹⁸ 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.

3. Publicité et promotion

c) Utilisation de l'image de tiers

- Protection en droit pénal

[Art. 179^{quater}2. Infractions contre le domaine secret ou le domaine privé / Violation du domaine secret ou du domaine privé au moyen d'un appareil de prise de vues](#)

Celui qui, sans le consentement de la personne intéressée, aura observé avec un appareil de prise de vues ou fixé sur un porteur d'images un fait qui relève du domaine secret de cette personne ou un fait ne pouvant être perçu sans autre par chacun et qui relève du domaine privé de celle-ci, celui qui aura tiré profit ou donné connaissance à un tiers d'un fait qu'il savait ou devait présumer être parvenu à sa propre connaissance au moyen d'une infraction visée à l'al. 1, celui qui aura conservé une prise de vues ou l'aura rendue accessible à un tiers, alors qu'il savait ou devait présumer qu'elle avait été obtenue au moyen d'une infraction visée à l'al. 1, sera, sur plainte, puni d'une peine privative de liberté de trois ans au plus ou d'une peine pécuniaire.

3. Publicité et promotion

c) Utilisation de l'image de tiers

- Protection en droit civil : atteinte à la personnalité
 - Protection de la sphère privée
 - Protège aussi les faits accomplis en public mais sans volonté d'attirer l'attention
 - Faits accomplis dans des espaces privés qui sont « cachés du public »
 - Image de la personne : une photographie/un film ne peuvent pas être pris et utilisés sans l'accord de la personne (la capacité de discernement suffit pour donner l'accord), et ce même sur le domaine public
 - Actions préventive, défensive, réparatrice et en remise du gain

3. Publicité et promotion

d) Droit associatif

- Charte déontologique

- Art. 2.2 *« Le Thérapeute, lorsqu'il informe ses patients et les personnes intéressées de données le concernant, délivre les informations nécessaires à la pratique. Il s'engage à ne pas faire de publicité non-objective ou déloyale vis-à-vis de ses collègues. (Voir annexe N° 1) »*
- Annexe 1
 - Art. 1: information admise
 - Art. 2: Publicité illicite
 - Art. 3: Restrictions à l'égard de certains supports d'information

4. Tarif

4. Tarif

a) Cadre légal

- Principe: liberté contractuelle !

b) Cadre associatif

- Voir s'il existe un tarif/des principes régissant le tarif dans la «réglementation» de l'A.S.T.A.C
- Le cas échéant: caractère contraignant ou simple(s) recommandation(s) ?

5. Secrets

5. Secrets

a) Secret de fonction : protection uniquement en droit pénal

Art. 320 Violation du secret de fonction

1. Celui qui aura révélé un **secret** à lui confié **en sa qualité de membre d'une autorité ou de fonctionnaire, ou dont il avait eu connaissance à raison de sa charge ou de son emploi**, sera puni d'une peine privative de liberté de trois ans au plus ou d'une peine pécuniaire.

La révélation demeure punissable alors même que la charge ou l'emploi a pris fin.

2. La révélation ne sera pas punissable si elle a été faite **avec le consentement écrit de l'autorité supérieure**.

5. Secrets

b) Secret professionnel - protection en droit pénal

Art. 321 Violation du secret professionnel

1. Les **ecclésiastiques, avocats, défenseurs en justice, notaires, conseils en brevet, contrôleurs astreints au secret professionnel en vertu du code des obligations¹, médecins, dentistes, chiropraticiens, pharmaciens, sages-femmes, psychologues, ainsi que leurs auxiliaires**, qui auront révélé un **secret** à eux confié **en vertu de leur profession ou dont ils avaient eu connaissance dans l'exercice de celle-ci**, seront, sur plainte, punis d'une peine privative de liberté de trois ans au plus ou d'une peine pécuniaire.²

Seront punis de la même peine les étudiants qui auront révélé un secret dont ils avaient eu connaissance à l'occasion de leurs études.

La révélation demeure punissable alors même que le détenteur du secret n'exerce plus sa profession ou qu'il a achevé ses études.

2. La révélation ne sera pas punissable si elle a été faite avec le **consentement de l'intéressé** ou si, sur la proposition du détenteur du secret, **l'autorité supérieure ou l'autorité de surveillance l'a autorisée par écrit**.

3. Demeurent réservées les dispositions de la législation fédérale et cantonale statuant un droit d'aviser une autorité et de collaborer, une obligation de renseigner une autorité ou une obligation de témoigner en justice

5. Secrets

b) Secret professionnel - protection en droit disciplinaire

- LPMéd 40 let. f
- LPsy 27 let. e
- LPSan 16 let. f
- Droit cantonal mais uniquement pour les professions réglementées

5. Secrets

c) Cadre associatif

- Art. 3.3 de la charte déontologique: « *le Thérapeute est tenu au secret professionnel, de fonction ou au **devoir de discrétion*** ».
- Art. 4.3 de la charte déontologique: « *le Thérapeute peut communiquer ses dossiers à un confrère chargé ultérieurement de la même personne* ».

5. Secrets

d) Circulation de l'information dans un réseau

- Art. 4.1 de la charte déontologique: « *le Thérapeute collabore avec les autres professionnels concernés [pas sans autre!]* ».
 - Secret valable entre les personnes tenues au même secret!
 - Attention de ne pas violer la personnalité du patient
 - Demander l'accord du patient (forme?)
 - Aucun problème d'échanger si la personne concernée n'est pas reconnaissable

6. Discussion



Merci de votre attention !

Rachel Christinat
Avocate et Dr en droit
rachel.christinat@schaller-lex.ch