economiesuisse

Sans publicité, pas d'économie

Depuis quelques années, la publicité pour certains produits légaux fait l'objet de restrictions croissantes. En faisant cela, on néglige le fait que l'État doit réglementer le moins possible pour laisser à l'initiative entrepreneuriale la possibilité de se déployer. Il n'appartient pas à l'État d'imposer un mode de vie particulier aux consommateurs ou de piloter la consommation de produits légaux. Il faut refuser fermement l'initiative visant à interdire la publicité pour le tabac.

Les vendeurs à la criée de l'Égypte ancienne faisaient déjà de la publicité. Ils tentaient de capter l'attention des passants. Ce qui, à l'époque déjà, contribuait au succès ou à l'échec d'une entreprise, reste valable à l'heure de l'économie de marché: sans publicité, une entreprise ne peut pas fonctionner. Une concurrence saine suppose que les prestataires puissent promouvoir publiquement leurs produits et montrer en quoi ils se distinguent de ceux de la concurrence. Celui qui commercialise un produit légal et en vente libre doit pouvoir annoncer que celui-ci est disponible et montrer ses avantages. Aussi la publicité doit-elle être autorisée, aussi longtemps qu'elle n'est pas abusive ou déloyale.

LES INTERDICTIONS PUBLICITAIRES NUISENT A L'ECONOMIE

L'impact des interdictions publicitaires ne doit pas être sous-estimé. Elles empêchent la publicité de déployer ses effets positifs pour les consommateurs et les entreprises. La publicité donne de la visibilité et offre la possibilité de se démarquer d'autres produits et de mettre en avant des différences. Ce faisant, elle contribue à la transparence sur le marché. Les consommateurs sont mieux

informés et peuvent prendre de meilleures décisions. La publicité permet d'harmoniser l'offre et la demande, ce qui renforce une concurrence dynamique. Les interdictions publicitaires entravent quant à elles l'entrée sur le marché de nouveaux produits, cimentent les structures du marché et protègent les monopoles. Elles entravent aussi l'innovation: des perspectives de vente positives pour des produits incitent les entreprises à investir dans la recherche-développement. Ces dernières doivent donc pouvoir promouvoir et commercialiser un produit nouveau ou amélioré. À défaut, elles renoncent à innover. Dès lors, les interdictions publicitaires font obstacle aux progrès dans la société.

LES CONSOMMATEURS ET CONSOMMATRICES N'ONT PAS BESOIN D'ÊTRE MIS SOUS TUTELLE

Depuis plusieurs années, une partie des milieux politiques, de l'administration et de l'opinion publique a tendance, pour diverses raisons, à considérer certains produits comme «mauvais pour nous tous» et vouloir réduire leur consommation et leur promotion au niveau de la loi. Les consommateurs et les consommatrices n'ont toutefois pas besoin d'être mis sous tutelle, car la publicité ne fait pas de nous des robots dépourvus de libre arbitre. Un adulte est en mesure de se faire une opinion et de décider quels produits il souhaite consommer, qu'il s'agisse d'une saucisse à rôtir ou d'une limonade. Un des fondements de notre société libérale est de permettre aux individus de prendre des décisions de manière autonome et responsable. La démocratie directe ce sont des citoyens bien renseignés qui se forgent leur propre opinion La protection de la liberté d'opinion est fondamentale. Les consommateurs et consommatrices sont capables d'identifier la publicité et de prendre des décisions en matière d'achat qui sont justes à leurs yeux.

UNE PROTECTION EFFICACE DES JEUNES NE REQUIERT PAS DES INTERDICTIONS TOTALES

En cas d'acceptation de l'initiative visant à interdire la publicité le 13 février prochain, la publicité pour le tabac serait totalement interdite dans les journaux et sur internet. Il n'est pas nécessaire de prendre des mesures aussi extrêmes pour atteindre l'objectif de l'initiative, à savoir protéger les jeunes. Inutile, pour cela, de recourir à des interdictions totales. Le Parlement a prévu des mesures de protection des jeunes étendues dans la nouvelle loi sur les produits du tabac, qui entrera en vigueur immédiatement en cas de rejet de l'initiative. Si vous souhaitez protéger les jeunes, dites non à une initiative pour l'interdiction de la publicité excessive et soutenez ainsi le contre-projet indirect. Celui-ci protège les jeunes sans interdire totalement la publicité. Il répond ainsi à la question de savoir comment nous voulons réglementer la publicité pour des produits légaux en Suisse, aujourd'hui et demain.

Cet article a été publié en allemand sous une forme légèrement différente par Kommunikation Schweiz en août 2021.