

Communiqué No 2011005 : Interdiction affichage petit crédit : « Le mieux est l'ennemi du bien »

Lausanne, le 5 octobre 2011

En approuvant l'initiative de la conseillère nationale Josiane Aubert (VD/PS) le conseil national fait fausse route.

Il s'agit d'une mauvaise solution pour s'attaquer à un vrai problème qui est le surendettement de la population jeune.

Il est éthiquement hypocrite et juridiquement contradictoire d'interdire la publicité en faveur d'un produit ou d'un service auquel l'accès est autorisé. En édictant une interdiction publicitaire, on se donne bonne conscience sans s'attaquer à la racine du problème ; en d'autres termes on ne résout pas un problème en mettant la tête de la population dans le sable !

Si le petit crédit est véritablement dangereux pour une partie de la population, il faut en durcir les conditions d'accès pour le public concerné plutôt que bannir des moyens publicitaires permettant à l'ensemble de la population de comparer les offres présentes sur le marché.

L'interdiction pure et simple affaiblit un peu plus la liberté fondamentale d'expression en entravant le mécanisme de libre concurrence sur le marché d'un service correspondant à un besoin.

L'interdiction publicitaire est la solution facile ou le remède miracle auquel recourent les politiciens qui n'ont pas le courage de s'attaquer à la source du problème. C'est le résultat d'une réflexion à courte vue, un enfer pavé de bonnes intentions qui forment un piège dans lequel il faut se garder de tomber.

De surcroît dans le cas présent, l'évolution des nouveaux médias, en particulier ceux liés aux réseaux sociaux, précisément utilisés par la population jeune, rend illusoire l'efficacité d'une interdiction de la publicité dans les médias classiques.

Publicité romande appelle la Confédération à ne pas céder à la démagogie mais à entreprendre une réflexion de fond débouchant sur une refonte complète des dispositions constitutionnelles et législatives en matière de média et de publicité.

Pour tout renseignement, veuillez contacter : Claude Miffon, Chef des Affaires publiques 079 342 89 20

A propos de Publicité Romande – Publicité Romande est l'organisation faîtière de la publicité en Suisse romande créée en 1928. Publicité Romande défend l'industrie publicitaire en Suisse romande. Elle siège notamment auprès de Publicité Suisse PS, de la Commission suisse pour la Loyauté, de la Fondation statistique suisse en publicité, du centre de formation SAWI, de la commission des utilisateurs de la REMP et de la fondation Mediapulse. Publicité Romande est également propriétaire de Com.In Sàrl, société éditrice du journal Com.In.
Président : François Besençon (+4179 446 18 12)