

L'enfer est pavé de bonnes intentions

11.11.2015

D'un coup d'oeil

Le Conseil fédéral a présenté le projet de nouvelle loi sur les produits du tabac. Malgré les nombreuses oppositions exprimées dans le cadre de la consultation, il a maintenu des restrictions publicitaires strictes, qui vont bien au-delà de la protection de la jeunesse. Ces mesures se veulent bénéfiques mais elles tombent à plat. Les interdictions publicitaires ne sont pas un bon instrument de prévention, car elles n'ont pas d'influence sur les causes réelles de la dépendance. Protéger des consommateurs adultes de la communication commerciale équivaut à instaurer une censure fondée sur des motifs politico-idéologiques et à mettre ces consommateurs sous tutelle. En tant que citoyen autonome et responsable, je ne peux pas admettre de telles interdictions moralisatrices, ce d'autant moins qu'elles nuisent à l'économie.

Permettez-moi de tout de suite mettre les choses au clair : je ne fume pas. On pourrait donc supposer que les dispositions relatives à la publicité sur les produits du tabac m'importent peu. Ce serait une erreur, elles m'intéressent beaucoup. Je suis fermement convaincu que la publicité pour des produits autorisés doit être possible. Peu importe de quel produit il s'agit et si j'ai de la sympathie pour une branche particulière. C'est avant tout une question de principe. Aujourd'hui, il est question des produits du tabac, mais demain les défenseurs autoproclamés de la santé publique pourraient s'en prendre à des denrées alimentaires « malsaines » et demander une interdiction de la publicité pour le chocolat, les chips et les sodas. L'État n'a pas à me prescrire un mode de vie ni à piloter ma consommation de produits légaux. C'est pourquoi je combats tous prémices de diktat étatique en matière de santé.

Sans la publicité, l'économie de marché ne fonctionnerait pas : les fournisseurs et les consommateurs ne pourraient pas communiquer, et la concurrence ne s'exercerait pas.

La liberté publicitaire – et la question de savoir quand il est possible de la restreindre – est importante pour la société et l'économie. Elle ne doit pas être limitée sans raison valable. En effet, la communication commerciale fait partie du droit fondamental à la liberté d'opinion et est protégée par la Constitution. Elle est aussi un moteur économique. Sans la publicité, l'économie de marché ne fonctionnerait pas : les fournisseurs et les consommateurs ne pourraient pas communiquer, et la concurrence ne s'exercerait pas. Pour les producteurs et les commerçants, la publicité est un instrument nécessaire pour présenter leurs produits et services et se démarquer de la concurrence. La publicité attire mon attention de consommateur sur de nouvelles offres que je peux comparer. Dès lors que l'État entrave cette communication entre les partenaires actifs sur le marché par des restrictions publicitaires excessives, il manipule la concurrence et étouffe l'économie.

C'est pourquoi, en tant que non-fumeur, je rejette les interdictions publicitaires excessives prévues dans le projet de loi sur les produits du tabac.