economiesuisse

Réponse à une consultation 01.06.2015

Prévention ou censure ? Les interdictions publicitaires entravent la concurrence

Sans publicité, pas d'économie de marché. La communication commerciale fait le lien entre l'offre et la demande et permet de différencier les produits et les prestations. Elle est le fondement même d'une concurrence efficace. Depuis plusieurs années se dessine cependant une fâcheuse tendance à toujours plus de prescriptions et interdictions publicitaires. Au nom de la protection de la santé ou d'autres objectifs, l'État restreint souvent la liberté de la publicité par des réglementations injustifiées et excessives. Autant de mesures qui expriment une volonté plus générale de juguler par des lois les phénomènes sociaux jugés indésirables. Une telle législation prohibitive aux accents moralisateurs est inutile : elle place les consommateurs sous tutelle et nuit à l'économie nationale. Toute atteinte à la liberté de la publicité doit impérativement se limiter au strict minimum. Les solutions d'autorégulation des branches et associations sont toujours préférables aux interdictions et à une bureaucratie coûteuse.