TOUTE ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE A BESOIN DE PUBLICITÉ

AGEFI - 09.01.2026

«LA PUBLICITÉ REPRÉSENTE UN MOYEN INDISPENSABLE DE SE CRÉER UNE CLIENTÈLE ET DE LA RENOUVELER.»

A la fin de l'année passée, le Tribunal fédéral (TF) a confirmé la nullité juridique de l'initiative populaire cantonale vaudoise intitulée «Pour une taxe progressive sur les dépenses publicitaires indécentes». Cette initiative, déposée en 2022 par des partisans de la décroissance et de la lutte contre la consommation, exigeait que toute publicité dépassant une valeur seuil de 10'000 CHF, quelle que soit sa forme ou son contenu, soit taxée à hauteur de 25%, puis de 50% dès 100'000 CHF, et enfin de 100% à partir d'une dépense de 1 million de CHF. Selon les auteurs de l'initiative, la lutte contre la publicité devait améliorer la santé et le bien-être de la population vaudoise et contribuer à réduire les émissions de gaz à effet de serre. Ils affirmaient que «la publicité commerciale engendre une multitude d'envies futiles, alimente la consommation outrancière et l'obsolescence programmée».

Le TF, tout comme la Cour constitutionnelle vaudoise en première instance, a estimé qu'une taxation aussi radicale portait atteinte à la liberté économique de manière disproportionnée. Les juges de Mon-Repos ont considéré que l'initiative était impropre à parvenir au but visé, qu'elle ne respectait pas le principe de nécessité et qu'elle contrevenait à la proportionnalité au sens étroit. Ils ont relevé qu'elle ne faisait aucune distinction en fonction des produits, de la clientèle et du mode de consommation. Ils ont enfin souligné de multiples problèmes d'application.

Cette décision réjouissante met un coup de frein à une tendance fâcheuse observée depuis quelques années: après des interdictions ou restrictions toujours plus nombreuses visant la publicité pour certains produits spécifiques, on assiste en effet à des revendications plus radicales visant à interdire toute forme de publicité commerciale. L'interdiction de la publicité sur le domaine public a déjà commencé à séduire certaines communes.

D'abord, cette volonté de surprotéger le citoyen-consommateur témoigne d'un grand mépris à l'égard de ce dernier, considéré comme irresponsable et incapable de gérer ses besoins et ses choix. Or, n'est-ce pas justement ce paternalisme étatique étouffant qui rend certains individus de moins en moins responsables?

Ensuite, et c'est ce que rappelle l'arrêt du TF, la publicité est consubstantielle à la liberté économique. Elle représente un moyen indispensable, pour les entreprises et les commerces, de faire connaître leurs produits ou leurs services et ainsi de se créer une clientèle et de la renouveler. En l'interdisant, on empêche toute forme d'activité économique privée – y compris dans des secteurs professionnels très éloignés de la consommation de masse, ou pour des services – conseil, coaching, nettoyage, réparation – dont on voit mal en quoi ils surexploitent les ressources terrestres.

On a le droit de se montrer critiques vis-à-vis de certaines publicités envahissantes ou d'un goût contestable. Mais la critique globale, idéologique et irréfléchie de la publicité constitue une atteinte inacceptable à la liberté des individus.

Pierre-Gabriel **Bieri**