



22.436

Parlamentarische Initiative
Pasquier-Eichenberger Isabelle.
In der Werbung für Motorfahrzeuge
auf Alternativen aufmerksam machen

Initiative parlementaire
Pasquier-Eichenberger Isabelle.
Offrons des alternatives
dans la publicité
pour les véhicules à moteur

Vorprüfung – Examen préalable

CHRONOLOGIE

NATIONALRAT/CONSEIL NATIONAL 15.03.23 (VORPRÜFUNG - EXAMEN PRÉALABLE)

Antrag der Mehrheit

Der Initiative keine Folge geben

Antrag der Minderheit

(Brenzikofer, Aebischer Matthias, Graf-Litscher, Pasquier-Eichenberger, Piller Carrard, Pult, Schlatter, Töngi)
Der Initiative Folge geben

Proposition de la majorité

Ne pas donner suite à l'initiative

Proposition de la minorité

(Brenzikofer, Aebischer Matthias, Graf-Litscher, Pasquier-Eichenberger, Piller Carrard, Pult, Schlatter, Töngi)
Donner suite à l'initiative

Präsident (Candinas Martin, Präsident): Sie haben einen schriftlichen Bericht der Kommission erhalten.

Pasquier-Eichenberger Isabelle (G, GE): La Confédération indique, dans son plan sectoriel des transports publié en 2021, qu'il faudra des efforts considérables dans le domaine de la mobilité pour ramener les émissions de gaz à effet de serre à zéro et précise que cela sera décisif pour que la Suisse atteigne la neutralité climatique. Elle indique qu'il faudra "trouver des solutions pour faire évoluer les comportements par le biais du transfert modal et de mesures destinées à éviter des déplacements".

C'est ce que mon initiative parlementaire prévoit, très modestement. Je souhaite, comme cela se fait déjà en France, qu'un message positif encourageant l'usage de la mobilité douce, de la mobilité partagée ou des transports en commun figure sur les publicités pour les voitures. Un tiers des émissions de CO₂ de la Suisse est imputable aux transports. Les transports, essentiellement le trafic individuel motorisé, est non seulement la principale source d'émissions de CO₂ en Suisse, mais surtout les émissions ont même continué à augmenter de 6 pour cent depuis 1990. L'impact du transport routier reste donc considérable. Malgré les engagements pris par la Suisse il y a près de trente ans, il continue d'augmenter.

AB 2023 N 531 / BO 2023 N 531

Pour atteindre la neutralité carbone, des études indiquent qu'il faut allier la technologie et la sobriété en incitant à des changements de comportement pour réduire les distances parcourues avant tout en transport individuel motorisé. Le levier de la technologie ne suffira pas. Les gains permis par les avancées technologiques sont de





fait annulés par l'augmentation du poids et de la puissance des véhicules. Car une voiture sur deux, nouvellement immatriculée en Suisse, est un SUV. Quel que soit le mode de propulsion de ce véhicule, sa puissance et son poids rendent, dans la plupart des cas, ses déplacements inefficaces. Car, pour rappel, une voiture qui pèse plus de 1700 kilos transporte en moyenne 1,6 passager; elle est utilisée, dans un trajet sur deux, pour une distance de moins de 5 kilomètres.

Le Contrôle fédéral des finances s'intéresse présentement à l'efficacité de la politique incitative en vigueur avec les objectifs cibles fixés aux importateurs – qui ne sont jamais atteints – et se demande s'il ne faudrait pas prévoir, comme dans la plupart des pays qui nous entourent, également des objectifs de réduction sur les émissions du parc automobile, avec des incitations directes au niveau des consommatrices et des consommateurs.

Outre la question climatique, la santé est un autre enjeu considérable. L'ARE a clairement chiffré les coûts des transports routiers: ils engendrent 3 milliards de francs de coûts externes sur la santé, alors qu'à l'inverse, la mobilité douce présente des effets bénéfiques indéniables pour la santé publique. Ce sont des enjeux majeurs que la publicité tait évidemment. Elle cherche au contraire à faire vendre une part de rêve. Je pense notamment à ces immenses affiches de voitures 4x4 que l'on voit dans un environnement montagneux, un environnement que par ailleurs ces voitures contribuent à détruire.

Ma proposition n'a pas pour but de culpabiliser les gens qui se déplacent en voiture, mais d'expliquer qu'il est aujourd'hui problématique de tout miser sur la voiture dans notre société. L'information que je demande existe déjà dans d'autres pays. Cette mesure est simple et peu coûteuse à mettre en oeuvre et elle permet de rappeler aux gens qu'il existe des solutions de rechange qui ont moins d'impact sur le climat, comme la mobilité douce, la mobilité partagée ou les transports en commun. Concrètement, en France, cette information, qui intervient au début de la pause publicitaire, vise à induire une transformation de la culture de la mobilité. Cette information apparaît également sur les réseaux sociaux par l'utilisation des hashtags "sedeplacer" et "moinspolluer".

Je propose donc de favoriser le report modal en combinant les différents modes de transport, ce qui est un levier essentiel pour décarboner le secteur des transports et pour amener les personnes exposées à une publicité à se questionner sur la nécessité des trajets, en particulier des trajets motorisés.

Je vous remercie de donner une chance à cette proposition.

Brenzikofer Florence (G, BL): An der Verkehrspolitik entscheidet sich, ob die Schweiz es schafft, das Klimaabkommen von Paris einzuhalten oder nicht. Ein Drittel der CO₂-Emissionen in der Schweiz ist auf den Verkehr zurückzuführen. Der Individualverkehr stellt dabei einen grossen Teil des Problems dar. Der Bund verfehlte seine eigenen Reduktionsziele, welche er sich für das Jahr 2020 gesetzt hatte, nämlich einen Durchschnittsausstoss von 95 Gramm CO₂ pro Kilometer. Der Bundesrat musste die Entwicklung als unbefriedigend beurteilen. Die bisherigen Reduktionsbemühungen verpufften im Mehrverkehr. Trotz Reduktionszielen werden Neuwagen immer breiter und immer schwerer.

Die externen Kosten der Luftverschmutzung und der Klimaschäden belaufen sich (*Glocke des Präsidenten*) jedes Jahr auf Milliardenhöhe. Es ist deshalb im Interesse der öffentlichen Hand, dass die Werbung mit entsprechenden positiven Botschaften und/oder Warnhinweisen versehen wird.

Es geht bei der parlamentarischen Initiative Pasquier-Eichenberger darum, die Konsumentinnen und Konsumenten darüber zu informieren, dass es aus gesellschaftspolitischer Sicht problematisch ist, alles aufs Auto zu setzen. Wie uns die Vorrednerin bereits erläutert hat, gibt es im Ausland bereits entsprechende Hinweise. Es handelt sich bei der Initiative um eine kostengünstige Massnahme, mit welcher potenzielle Kundinnen und Kunden von Motorfahrzeugen angeregt werden sollen, weniger klimaschädliche Alternativen wie den Langsamverkehr, die gemeinsame oder geteilte Nutzung von Fahrzeugen oder den öffentlichen Verkehr in Betracht zu ziehen.

Eine solche Sensibilisierung wird auch im Ausland betrieben. Frankreich hat im März 2022 eine ähnliche Massnahme eingeführt. Autowerbungen werden beispielsweise mit einer Werbebotschaft versehen, die zu Langsamverkehr, gemeinsamer oder geteilter Nutzung von Fahrzeugen oder zur Benützung des öffentlichen Verkehrs auffordert. Sinngemäss stehen dann Botschaften wie: "Bilden Sie Fahrgemeinschaften", "Nutzen Sie für kurze Strecken den Langsamverkehr" oder "Benützen Sie im Alltag den öffentlichen Verkehr". Dadurch wird neben der Bekämpfung der Luftverschmutzung und der Lärmbelastung, die durch die Benützung von Motorfahrzeugen verursacht werden, auch ein gesünderer Lebensstil gefordert und gefördert. Der Ansatz liegt somit auch im Interesse der öffentlichen Gesundheit, und er kann ein wesentlicher Hebel zur Dekarbonisierung des Verkehrssektors sein.

Ich danke Ihnen, wenn Sie diesen liberalen Ansatz befürworten. Er fördert die Kostenwahrheit, zeigt Alternati-



ven auf und trägt dazu bei, den nötigen Wandel in der Mobilitätskultur herbeizuführen.

Rutz Gregor (V, ZH): Ich habe eine Verständnisfrage, sehr geehrte Kollegin Brenzikofer. Ich habe gerade das Gefühl gehabt, ich sei als Nationalrat in ein Erziehungsprogramm hineingerutscht. Verstehe ich Sie richtig, dass wir nach Ihrer Ansicht als Parlament dahin gehend eine erzieherische Aufgabe haben, dass wir den Leuten helfen, vernünftige Entscheide zu treffen, wie sie sich fortbewegen sollen, weil die Leute offensichtlich nicht selber dazu in der Lage sind?

Brenzikofer Florence (G, BL): Besten Dank, Herr Rutz, für die Frage. Es geht sicher auch um eine erzieherische Massnahme. Es geht letztendlich ums Ziel, auch den Langsamverkehr, wie ich erwähnt habe, oder eben den öffentlichen Verkehr zu fördern, um unsere Reduktionsziele auch wirklich zu erreichen; wir möchten ja die Emissionen senken.

Bregy Philipp Matthias (M-E, VS), für die Kommission: Ich habe eine simple Werbebotschaft für Sie: Geben Sie dieser parlamentarischen Initiative keine Folge. Die parlamentarische Initiative Pasquier-Eichenberger will, dass jemand, der Werbung für Motorfahrzeuge macht, diese – Frau Brenzikofer hat es gesagt – mit einem Zusatz ergänzen muss, dass man zu Fuss gehen, Fahrgemeinschaften bilden oder sich dem Langsamverkehr widmen soll. Ihre Kommission hat diese Initiative am 18. Oktober 2022 behandelt und deutlich, mit 16 zu 7 Stimmen, beschlossen, ihr keine Folge zu geben.

Warum? Die klare Mehrheit Ihrer Kommission ist der Meinung, dass diese Initiative reine Symbolpolitik, eine Scheinlösung ist. Es ist nicht am Gesetzgeber, hier erzieherisch tätig zu werden. Juristisch formuliert, das ist auch wichtig: Die Kommissionsmehrheit ist klar der Meinung, dass es in diesem Bereich keine weiteren Eingriffe in die Wirtschaftsfreiheit geben soll. Denn die Wirtschaftsfreiheit ist ein verfassungsmässig garantiertes Recht. Ihre Kommissionsmehrheit ist aber auch klar der Meinung, dass nur aufgrund solcher Hinweise, wonach man Fahrgemeinschaften bilden, zu Fuss gehen oder das Velo nutzen soll, keine Veränderung im Mobilitätsverhalten der Bevölkerung herbeigeführt werden kann.

Zudem ist es, ich habe es bereits beim Hinweis auf die erzieherische Tätigkeit gesagt, einfach nicht Aufgabe des Staates, den Menschen vorzuschreiben, welches Fortbewegungsmittel sie nützen sollen. Anders gefragt: Glauben Sie wirklich, dass es Leute gibt, die ihr Verhalten verändern würden, wenn wir darauf hinweisen, dass man das Velo nutzen sollte, dass man auf den ÖV umsteigen sollte? Trauen Sie den Leuten so wenig zu? Die Mehrheit der Kommission traut den Leuten mehr zu, nämlich dass sie sehr wohl das Fortbewegungsmittel wählen, das sinnvoll und richtig ist.

AB 2023 N 532 / BO 2023 N 532

Die Minderheit, die beiden Vorrednerinnen haben es bereits gesagt, sieht das natürlich alles komplett anders. Das ist ihr gutes Recht. Aber es ist, wie ich gesagt habe, eine kleine Minderheit.

Darum, ich habe es eingangs gesagt, ist meine Werbebotschaft: Geben Sie dieser parlamentarischen Initiative keine Folge. Mit dieser Werbebotschaft schliesse ich.

Feller Olivier (RL, VD), pour la commission: L'initiative qui nous est soumise aujourd'hui vise à adapter la législation dans le but de garantir que toute publicité pour les véhicules à moteur soit obligatoirement accompagnée d'un message promotionnel encourageant la mobilité douce, l'utilisation commune ou partagée de véhicules, ou l'usage des transports publics.

La Commission des transports et des télécommunications a examiné cette initiative le 18 octobre 2022. Elle vous propose, par 16 voix contre 7 et aucune abstention, de ne pas y donner suite. La minorité Brenzikofer vous propose d'y donner suite. Vous avez entendu tout à l'heure son argumentation.

Pour la minorité de la commission, il s'agit d'une mesure simple, incitative, informative, le client étant tout simplement encouragé à réfléchir à l'opportunité de consacrer ses avoirs à d'autres formes de mobilité que celle liée aux véhicules à moteur.

La majorité de la commission vous recommande de ne pas donner suite à cette initiative. Tout d'abord, cette dernière est contraire à la liberté publicitaire, qui est un élément phare de la liberté du commerce et de l'industrie ou de la liberté économique. Deuxièmement, la majorité de la commission doute de l'efficacité concrète d'une telle prescription. Elle doute que de tels encouragements, par exemple sur des affiches publicitaires, poussent véritablement celles et ceux qui sont tentés par l'achat d'un véhicule à moteur à opter pour d'autres formes de mobilité et à renoncer à leur achat. Troisièmement, la majorité de la commission considère que la proposition contenue dans cette initiative ne constitue pas une tâche prioritaire de l'Etat. Cela n'incombe pas à l'Etat. Quatrièmement, la majorité de la commission craint une sorte de précédent. Si l'on commence



à encourager les personnes qui veulent acheter un véhicule à moteur à réfléchir à l'opportunité d'utiliser leur argent non pas pour un véhicule à moteur mais pour un ticket de bus, eh bien on pourrait imaginer à terme d'autres mesures de ce genre. Par exemple, chaque fois qu'une publicité est consacrée à la viande, il faudrait indiquer qu'il est aussi possible de se nourrir d'autres aliments ou de faire un régime. Une publicité pour un poulet devrait être accompagnée d'une incitation à manger des légumes et des fruits. Tout cela pourrait donc conduire la Suisse dans une situation un peu aberrante.

C'est pourquoi la majorité de la commission vous propose de ne pas donner suite à cette initiative.

Präsident (Candinas Martin, Präsident): Die Kommission beantragt, der Initiative keine Folge zu geben. Eine Minderheit Brenzikofer beantragt, der Initiative Folge zu geben.

Abstimmung – Vote

(namentlich – nominatif; 22.436/26453)

Für Folgegeben ... 60 Stimmen

Dagegen ... 124 Stimmen

(6 Enthaltungen)