



Signataires : Julien Nicolet-dit-Félix, Cédric Jeanneret, Sophie Bobillier, Philippe de Rougemont, Céline Bartolomucci, Dilara Bayrak, Ayari Félix Beltrametti, Louise Trottet, Emilie Fernandez, Pierre Eckert, Léo Peterschmitt, Yves de Matteis

Date de dépôt : 26 janvier 2026

Projet de loi

modifiant la loi sur les procédés de réclame (LPR) (F 3 20) (Pour un canton libéré des publicités pour des voyages aériens)

Le GRAND CONSEIL de la République et canton de Genève
décrète ce qui suit :

Art. 1 Modification

La loi sur les procédés de réclame, du 9 juin 2000, est modifiée comme suit :

Art. 9, al. 4 (nouveau)

⁴ L’affichage, sous quelque forme que ce soit, de publicité en faveur de compagnies aériennes, de voyages en avion ou en hélicoptère, sur le domaine public et sur le domaine privé, visible du domaine public, est interdit. Il en est de même à l’intérieur et aux abords des bâtiments ou lieux publics, propriétés de l’Etat, des communes, de collectivités publiques ou de fondations de droit public.

Art. 2 Entrée en vigueur

La présente loi entre en vigueur le lendemain de sa promulgation dans la Feuille d’avis officielle.

EXPOSÉ DES MOTIFS

Le 24 novembre 2019, le peuple acceptait à une large majorité l'initiative 163 qui renforçait le caractère démocratique de l'aéroport de Genève. Tout au long de la campagne et depuis que l'initiative et sa loi d'application sont entrées en vigueur, les autorités de tutelle ainsi que la direction de l'aéroport ont affirmé que l'institution n'avait pour autre objectif que de répondre à la demande des usagers et que la croissance du nombre de passagers et de vols ne correspondait à aucune stratégie commerciale.

De fait, la convention d'objectifs¹ signée entre l'Etat et l'AIG en juillet 2024 affirme, dans son préambule, définir « toutes les mesures adéquates pour limiter les nuisances dues au trafic aérien telles que le bruit, les pollutions atmosphériques et les émissions de gaz à effet de serre » et impose en conséquence certaines contraintes à l'établissement.

Par ailleurs, l'art. 10 al. 1 de la convention exige explicitement que l'aéroport « œuvre au maintien et au développement d'une desserte aérienne qui **réponde aux besoins** du pays et de la région ». On comprend donc là que l'objectif imposé à l'aéroport par l'Etat n'est **nullement de stimuler la demande**, mais de se satisfaire d'y répondre.

Or chacun sait que, dans un système de concurrence libre et non faussée, **la publicité a pour seul objectif de proposer au consommateur un bien ou un service qu'il n'aurait pas spontanément acquis, autrement dit dont il n'a précisément pas besoin**. C'est justement par ce genre de procédé que certaines compagnies, en multipliant les effets d'annonce, en particulier en matière de prix, incitent les Genevois à se déplacer, en avion, pour des séjours le plus souvent courts, dans des destinations qu'ils n'auraient jamais songé à visiter sans que la publicité les leur propose².

De ce fait, les résidents de notre canton voyagent quatre fois plus³ en avion que les Européens et deux fois plus que les autres Suisses. Ce fait

¹ <https://www.ge.ch/document/36276/telecharger>

² Comme exemple, une publicité qui mélange graphiquement les noms de deux villes européennes, avec comme slogan « Cet été, partez plutôt deux fois qu'une ».

³ *Aéroport de Genève : Radiographie d'un décollage post-COVID*, Noé 21, 2023, p.7 : https://verts-ge.ch/wp-content/uploads/sites/12/2023/03/Noe21-Radiographie-dun-redecollage-aeroport-Geneve-2023-VF.pdf?utm_source=mailpoet&utm_medium=email&utm_campaign=Hebdomavert+12

démontre clairement que l'explosion de la demande ne correspond pas à un besoin mais à des effets d'aubaine, largement stimulés par la publicité.

Les nuisances diverses du trafic aérien dans un aéroport urbain, en particulier en matière de bruit et d'émission de CO₂, ont largement été documentées et doivent explicitement être minimisées par l'AIG suite au vote de 2019.

Les nuisances économiques de ces voyages sont également dévastatrices pour nos PME. En effet, une part importante de ces séjours courts, stimulés par la publicité (« Séville au prix d'un barbier », « Cet été, si nous partions plutôt deux fois qu'une ») constituent d'importants manques à gagner pour nos commerces, puisqu'il s'agit essentiellement de profiter d'un taux de change favorable et d'un coût de la vie moindre pour aller procéder à des actes d'achat loin de Genève. On constate ainsi que les Genevois incités à aller faire du shopping en Espagne sont bien plus nombreux que les Madrilènes profitant des mêmes vols pour venir acheter dans nos commerces.

Il n'est donc pas exagéré de penser que, comme dans le cas de l'alcool et du tabac, la publicité joue un rôle important **dans la création d'une demande artificielle de services peu utiles et générant d'importantes nuisances**. C'est pour cela que ce projet de loi propose d'interdire, dans la loi sur les procédés de réclame, de façon analogue à l'alcool et au tabac, la publicité pour les compagnies aériennes et les voyages en avion et en hélicoptère.

Après de longues décennies de déni des nuisances causées par le trafic aérien, il faut saluer la récente prise de conscience de notre aéroport qui, à terme, doit se penser comme un prestataire de services publics plutôt que comme une entreprise visant à maximiser son activité. La prise en compte du bruit nocturne semble porter ses premiers (et modestes) fruits et il faut relever l'intérêt de l'objectif⁴, partiellement atteint, de diminuer le nombre de vols tout en améliorant le taux de remplissage des avions et tout en augmentant la part des vols long et moyen-courriers. Cependant, il faut relever que la compagnie low cost easyJet, dont le modèle d'affaires est basé sur la publicité agressive, demeure de loin la première, avec 46% des parts de marché.

Certains se demanderont peut-être si la mesure est excessive. On leur répondra qu'elle est au contraire dans l'air du temps, au point que deux

⁴ Voir à ce propos la communication de l'aéroport sur ses statistiques 2025 : <https://www.gva.ch/fr/Site/Geneve-Aeroport/News/News/Davantage-de-passagers-mais-moins-de-vols>

importantes villes des Pays-Bas ont récemment introduit pareille limitation, portant même sur des périmètres plus importants (les énergies fossiles et leur usage pour La Haye⁵, Amsterdam ajoutant même les produits carnés⁶).

D'autres s'étonneront alors du périmètre restreint à l'aviation et regretteront que notre canton ne bannisse pas purement et simplement la publicité comme l'ont fait les villes de Grenoble⁷ et de Lancy, mesure votée par la population en novembre 2024⁸. Ce choix est dû à l'équilibre des forces dans notre parlement, qui, malgré son dédain usuel pour les questions environnementales, peut cependant prendre conscience de l'impact désastreux des vols inutiles sur notre bilan CO₂. Une étude⁹ vient de démontrer que les Zurichois émettaient en moyenne plus de carbone par leurs vols que par l'entier de leurs autres activités (transport, chauffage, etc.). Il apparaît donc évident que la suppression de la publicité, de la création d'une demande artificielle, dans le domaine aérien, est particulièrement proportionnée.

La mesure proposée **ne coûte rien à notre collectivité**, permet d'éviter l'enlaidissement de l'espace public et aura assurément des effets positifs en matière de nuisances aériennes, mais également d'économie locale.

Au vu de ce qui précède, nous ne doutons pas, Mesdames et Messieurs les députés, que vous ferez un bon accueil à ce projet de loi.

⁵ <https://www.letemps.ch/monde/la-haye-devient-la-premiere-ville-au-monde-a-interdire-les-publicites-pour-les-energies-fossiles>

⁶ <https://reporterre.net/Amsterdam-interdit-la-pub-pour-la-viande-et-les-energies-fossiles>

⁷ <https://www.tdg.ch/dans-les-rues-sans-publicite-de-grenoble-203745012480>

⁸ <https://www.ge.ch/votations/20241124/communal/Lancy/1/>

⁹ <https://www.rts.ch/info/environnement/2026/article/les-voyages-en-avion-plombent-l-empreinte-carbone-des-zurichois-29125285.html>