

Bulletin des séances du Grand Conseil du Canton de Vaud

N° 007

Séance du mardi après-midi 24 septembre 2001

Présidence de M. Pascal Broulis, *président*

SOMMAIRE

Pages

Motions:

- a) Jacques Perrin (demandant au Conseil d'Etat d'autoriser des séquences publicitaires lors des débats au Grand Conseil), développement 1111

Motion Jacques Perrin demandant au Conseil d'Etat d'autoriser des séquences publicitaires lors des débats au Grand Conseil

Développement

Il fut un temps où pour décider de ne rien faire, on parlait de pragmatisme. Une attitude, je l'admets volontiers, souvent partagée par les radicaux. Et bien, Mesdames et Messieurs, ce temps est révolu. Sous la pression de la crise, du gouffre des finances publiques, voire de l'électorat, c'est à une véritable révolution culturelle que nous assistons. Et il me plaît de relever que ma formation politique a su renouer avec cet esprit pionnier qui la caractérisait au début du siècle, cet esprit, souvenons-nous, duquel est né le concours Jean Louis, la brouette d'Echallens et l'Office d'Expansion Commerciale de Bioley Orjulaz. Il faut bien le dire : la tête nous tourne face aux multiples initiatives, propositions, audaces qui déferlent sur ce canton. Il y eut, bien sûr, l'idée de la fusion Vaud-Genève, l'idée de Philippe Pidoux. Le même Philippe Pidoux qui a su bouleverser notre géographie mentale en proposant successivement la fusion avec Neuchâtel, puis Fribourg, avant de suggérer la création du Réseau Hospitalo-européen.

C'est dans cette ligne, Mesdames et Messieurs, que s'inscrit ma proposition. Elle tient en quelques mots : pour contribuer à renflouer les caisses de l'Etat, autorisons

la publicité lors de nos débats au Grand Conseil. Le principe est simple : tout député pourra librement signer des contrats avec des sponsors, entreprises, banques, blanchisseries, etc. Il lui sera alors loisible, prenant la parole à cette tribune, de glisser dans son discours un message publicitaire. Le sponsor versera alors directement à la caisse cantonale la contre-valeur de cette publicité.

Calculons ! Chaque année, ce sont quelque 2000 interventions qui résonnent dans cette salle. Glissons un spot de 500 francs dans la bouche de chaque député. Cela rapporterait 1 million de francs ! 2 millions si l'on autorisait des badges, voire des casquettes publicitaires. 3 millions si l'on insérait des annonces dans la paperasse produite par la chancellerie. 10 millions si ce principe, à un tarif bien évidemment supérieur, était appliqué dans les interventions du Conseil d'Etat lui-même. 10 millions ! De quoi rénover la buvette, détruire enfin le Palais de Rumine, venir en aide aux habitants de St-Sulpice qui, vous le savez, ne s'en remettent pas d'avoir dû élever le taux d'imposition communal.

Mais il y a plus !

Nos jeunes. Observons nos jeunes. Depuis longtemps ils se détournent de la politique. Ils ne saluent plus les députés dans la rue. Et pourquoi ? Parce que, simplement, nous n'avons pas su prendre le virage de la modernité. Nous n'avons pas su nous immerger dans le bain publicitaire qui, chaque jour, irrigue les neurones de nos chers petits. Nous assénons des arguments politiques là où ils attendent, et avec raison, le message subliminal. Imaginez, imaginez que, lors d'un débat sur la décharge de Sottens, brusquement, furtivement, soit évoquée la splendide silhouette de la gentille organisatrice d'un club de voyage. Nous pourrions en attendre un plus grand intérêt des jeunes, de la population, à l'égard de l'élimination des déchets. Mais, inversement : en Tunisie, allongés sur le sable, au moment de jeter quelque papier gras, peut-être nos jeunes sauront-ils alors se souvenir de leurs devoirs civiques, de leurs responsabilités face à l'environnement, et utiliser les jolies corbeilles à papier mises à disposition par le Club. Et par là, et grâce à la publicité, exporter l'image d'une Suisse propre. Nous en avons bien besoin !

Renflouer les caisses de l'Etat. Contribuer à revivifier l'esprit civique. Tel est le sens, l'objectif de cette motion. Son message est clair. Cette limpidité, Mesdames et Messieurs, je vous propose de la transmettre directement au Conseil d'Etat.

Je vous remercie.

Le président : — Monsieur le député Perrin propose de renvoyer directement sa motion au Conseil d'Etat. Est-ce que... Ah ! Oui. Monsieur le député Thalmann, vous avez la parole.

M. Bernard Thalmann : — Nous nous trouvons, Mesdames et Messieurs, non pas face à une motion, mais à une conspiration. Et pour une raison bien simple : jamais un sponsor ne signera de contrat avec un député de gauche. Au poids politique de la droite s'ajoutera donc son poids financier. Nous serons nous, socialistes, accusés de coûter cher là où un libéral sera remercié d'être bon marché. C'est inacceptable. Je propose donc que cette conspiration soit renvoyée à une commission.

Le président : — Y a-t-il cinq députés qui... oui, il y en a, alors bon, cette motion est renvoyée à l'examen d'une commission.

Bulletin des séances du Grand Conseil du Canton de Vaud

N° 008

Séance du mardi après-midi 24 mai 2002

Présidence de M. Pascal Broulis, *président*

SOMMAIRE

Pages

Motions :

- | | |
|--|------|
| a) Jacques Perrin (demandant au Conseil d'Etat d'autoriser des séquences publicitaires lors des débats au Grand Conseil), rapport de la commission, décision | 3797 |
|--|------|

**Motion Jacques Perrin demandant au Conseil d'Etat
d'autoriser des séquences publicitaires
lors des débats au Grand Conseil**

Rapport de la commission (majorité)

M. André Gasser, rapporteur : — La commission s'est réunie le 1^{er} avril 2002. Elle était composée de Mmes et MM. Francine Germond-Guisan, Jacques Perrin, Bruno Giacomini, Martial Girod, Marianne Huguenin, Michel Haldy, Gilbert Oulevey, Francis Rossier, Jean Schmutz, Jean François Vuilloud.

Assistaient à la séance : M. le Conseiller d'Etat Charles Favre, chef du département des Finances, M. Pierre Ethenoz, chef de l'inspection des finances, Madame Pierrine Cornu Mroczek, juriste, qui a rédigé les notes de séance et que nous remercions. Ce ne fut pas simple.

Un incident regrettable survient en début de séance. Madame la députée Huguenin fait observer qu'un panneau publicitaire représentant M. Philippe Pidoux ouvrant une succursale de Publicitas en Mongolie-Extérieure, orne la salle de conférence. Madame Huguenin estime qu'il s'agit d'une pression inadmissible sur la commission et exige que ce tableau soit décroché. Suite à une longue et houleuse discussion,

décision est prise de simplement retourner le tableau. Madame Huguenin estime cette mesure insuffisante et annonce d'emblée un rapport de minorité.

Le motionnaire tient à s'expliquer sur les événements survenus après le dépôt de sa motion. Il précise que, contrairement à ce qu'une certaine presse a suggéré, il n'entretient aucune relation d'affaires avec l'entreprise Philipp Morris, ni avec la Teinturerie Durand, à l'Avenue d'Echallens. Il affirme qu'aucun contrat n'a été signé, en vue de l'éventualité d'une prise en considération de sa motion, ce dont plusieurs commissaires doutent fortement. A l'injonction d'un député: «Mettons nos contrats sur la table!», toutes les mains restent dans les poches. Il s'ensuit un malaise certain, que le soussigné tente de dissiper en proposant de donner la parole au Chef du Département des Finances.

Monsieur Favre apporte les précisions suivantes:

– Un avis de droit demandé au Service de Justice et de Législation conclut à la parfaite constitutionnalité de la proposition du motionnaire. Le problème se pose, cependant, de l'autorisation de diffuser des publicités pour des firmes étrangères. Selon le Département Fédéral de Justice et Police, consulté, on pourrait y voir une violation du principe de neutralité, en particulier s'agissant de firmes dont le capital serait majoritairement détenu par les pouvoirs publics. Un avis complémentaire est en cours d'élaboration.

– Monsieur le Chef du Département confirme que plus de 500 demandes d'encarts publicitaires lui sont déjà parvenues, dont plusieurs de l'étranger. Certaines offres sont issues de l'industrie de l'armement, d'autres de revues quelque peu coquines. Ce fait n'est pas sans poser le problème des cautions morales à fixer pour l'autorisation de la publicité au Grand Conseil. Monsieur le chef du Département estime qu'une commission d'éthique devrait être désignée afin d'épurer les propositions. Monseigneur Haas aurait fait une offre de candidature spontanée pour présider cet organe.

– Consulté, le Conseil d'Etat, à l'exception de l'un de ses membres, refuserait de troquer la tenue officielle contre des habits publicitaires. Le port de la casquette, en particulier, rebute unanimement les conseillers d'Etat.

– M. Favre réfute en outre énergiquement les allégations de la presse, suggérant que le sigle «BIC» (Bureau d'Information et de Communication de l'Etat de Vaud) ait été choisi contre le versement d'espèces sonnantes et trébuchantes de la part d'une certaine marque de stylos et de briquets. Contrairement aux allégations du député Troillet, aucun fonds secret n'est alimenté par les contributions de la firme «Bic».

Suite à ces déclarations, une longue discussion s'engage. Les commissaires font valoir les arguments suivants, en faveur ou en opposition à la proposition du motionnaire:

– Les estimations de Monsieur Perrin sont, pour certains, bien en-deçà de ce que l'on peut espérer. Il y a lieu, en effet, de tenir compte du fait, et particulièrement si l'on se réfère aux interventions parlementaires de M. le député Beck, que plusieurs messages pourraient être insérés dans de longues diatribes. Le chiffre de 20 millions est articulé par un commissaire, suite à de savants calculs dont la subtilité a malheureusement échappé à votre rapporteur. Cette affirmation provoque de véhémentes protestations. Il n'est en effet pas question de prolonger artificiellement des débats, déjà passablement ennuyeux, afin de pouvoir y insérer plus de messages publicitaires.

res. Par ailleurs, l'attention du public étant inversement proportionnelle à la longueur des interventions, les publicitaires tenteraient sans doute de faire pression pour que les députés limitent leur temps de parole, ce qui constituerait une intolérable pression sur la labilité démocratique.

– Certains estiment qu'il n'y aurait lieu d'autoriser que les messages publicitaires émanant d'entreprises au bénéfice d'un label social décerné par l'Etat de Vaud. Cette proposition soulève l'ire de la majorité de la commission qui y voit une scandaleuse immixtion dans la liberté du commerce et de l'industrie. Un cas d'école est soulevé : une publicité pour l'entreprise «Miauton» serait-elle autorisée ? Après une heure de débats acharnés, la commission, divisée, décide de s'accorder une pause.

Un second incident regrettable survient à la reprise des travaux. Profitant de l'interruption de séance, une ou plusieurs mains ont en effet déposé des échantillons de cigarettes sur la table des commissaires. Cet intermède publicitaire représente une pression inadmissible, selon plusieurs députés. Pour d'autres, au contraire, il ne s'agit que d'un premier pas vers la modernité. Invité à se dénoncer, le ou la fautrice de trouble reste muet(te). C'est donc dans une pesante atmosphère que Madame la députée Huguenin confirme son intention de déposer un rapport de minorité.

– Sachant que les débats du Grand Conseil sont filmés et donc accessibles aux enfants, un commissaire exige que toute publicité pour des produits alcooliques, cigarettes et biens ou services pouvant offenser les mœurs et la religion soit interdite. Cette exigence pose un problème de fond : le Grand Conseil a-t-il à adopter des normes plus restrictives que tout autre publicitaire ? Et à quelle morale devrait-il alors se référer ? Par ailleurs : une déontologie publicitaire plus restrictive ne constituerait-elle pas de la part du législatif comme une forme de désaveu de ce qu'il autorise par ailleurs ? Pourquoi, par exemple, interdire la publicité pour McDonald au Grand Conseil, alors que ses improbables produits sont en vente libre ? N'est-il pas, par ailleurs, démontré que les consommateurs de cannabis ont statistiquement plus souvent mangé des hamburgers dans leur enfance que les autres ? Et pourquoi, en vantant les mérites de telle ou telle lingerie fine, les députés ne démontreraient-ils pas à la jeunesse qu'ils sont, eux aussi, attachés aux bonnes et belles choses de la vie ? Votre rapporteur ne peut, dans les limites de ce rapport, que suggérer quelques traces d'un cheminement intellectuel tortueux et néanmoins fécond, à l'issue duquel les députés conviennent du fait qu'aucune restriction ne peut légitimement être apportée à la liberté publicitaire.

Après de longs débats, la commission réalise le fait qu'elle ne dispose pas des éléments lui permettant, en toute sérénité, de trancher pour ou contre la motion Perrin. Il apparaît en effet qu'aussi bien les perspectives financières ouvertes par sa proposition que les conséquences de son application sur la vie politique et sociale sont peu claires, et ce d'autant plus qu'il s'agirait d'une première. Même si, selon un récent article paru dans un quotidien parisien, Monsieur Philippe Pidoux aurait, semble-t-il, promu une telle réalisation en Mongolie-Extérieure, ses résultats sont inconnus et ne pourraient du reste pas être transposés à notre canton. Il serait bien évidemment consternant de renoncer à une idée qui pourrait être bonne, sous le prétexte qu'elle pourrait être mauvaise. Sur suggestion du motionnaire, il n'existe dès lors qu'un seul moyen susceptible de donner à notre Grand Conseil, les informations utiles à son jugement : tenter l'expérience, l'évaluer, et prendre ensuite une décision définitive.

Cette proposition est vivement combattue par une minorité de la commission, laquelle estime que mettre la pub dans le fruit relève, à l'égard du Grand Conseil, d'une sorte de manipulation génétique irréversible. Au vote, cependant, et par 8 voix contre trois, la proposition de Monsieur le député Perrin est acceptée.

Votre commission a donc l'honneur de vous proposer :

– De prendre en considération partiellement la motion Perrin, soit de différer votre décision jusqu'à évaluation d'une expérience d'introduction de la publicité dans les débats du Grand Conseil ;

– D'autoriser la publicité au sein de notre assemblée, lors du débat de prise en considération de la motion Perrin ;

Il découle des propositions précédentes que le débat de prise en considération aura lieu en deux parties :

– Un premier débat, suivi d'un vote, pour décider du principe de l'expérience.

– Le débat de prise en considération proprement dit.

Le Conseil d'Etat, en collaboration avec le Bureau du Grand Conseil est chargé d'édicter un règlement provisoire, au cas où le Grand Conseil accepterait le principe d'une expérience. Ce règlement est annexé au présent rapport.

CONSEIL D'ETAT DU CANTON DE VAUD
Règlement relatif aux encarts publicitaires
insérés dans les interventions au Grand Conseil

Art. 1

Le présent règlement est applicable après décision du Grand Conseil, lors de la session de mai 2002 et pour le seul débat de prise en considération de la motion Perrin.

Art. 2

Tout député peut insérer un ou plusieurs encarts publicitaires dans chacune de ses interventions parlementaires, lors du débat de prise en considération de la motion Perrin.

Art. 3

La durée de chaque encart ne peut excéder 5 secondes. Une intervention publicitaire est autorisée toutes les 5 minutes. Le chronomètre du Président fait foi.

Art. 4

Exceptionnellement, et pour le seul débat de prise en considération de la motion Perrin, la durée des interventions parlementaires est limitée à 10 minutes, au plus.

Art. 5

Les conseillers d'Etat disposent de la possibilité d'insérer des encarts de 10 secondes au plus, toutes les 5 minutes. La durée de leur temps de parole est limitée à 15 minutes lors du débat de prise en considération de la motion Perrin.

Art. 6

Les interventions publicitaires sont facturées aux clients directement par la Chancellerie, avec délai de paiement dans les trente jours. Le tarif est de 100 francs

la seconde pour les interventions des députés et de 500 francs pour celles des Conseillers d'Etat.

Art. 7

Les messages publicitaires doivent être soumis au bureau du Grand Conseil au plus tard deux jours avant le débat au cours duquel ils seront insérés. Le bureau se réserve de suggérer des modifications, voire d'interdire les messages non conformes aux bonnes mœurs et aux dispositions usuelles en matière de procédés de réclame.

Art. 8

Une autorité de recours est désignée, formée de M. Philippe Pidoux, Aristides Pedrazza, Gérard Forster, Luisa Pucci Sisti et Rosette Poletti. La procédure est écrite.

Art. 9

Seuls les messages vocaux sont autorisés, sans aucune aide technique telle que mégaphones, castagnettes, ainsi que tout accessoire visuel.

Art. 10

Aucune réclamation des clients n'est admise en cas de diminution du chiffre d'affaires consécutive à un encart publicitaire, à un bégaiement d'un député ou tout autre événement inattendu.

Art. 11

La comptabilité publicitaire du Grand Conseil est tenue par la Chancellerie et soumise à l'examen du Contrôle des Finances.

Art. 12

En cas d'inobservation du présent règlement, les députés et Conseillers seront privés de buvette jusqu'à la fin de la législature.

**Motion Jacques Perrin demandant au Conseil d'Etat
d'autoriser des séquences publicitaires
lors des débats au Grand Conseil**

Rapport de la commission (minorité)

Mme Marianne Huguenin, rapporteur : — Avant d'exprimer le point de vue de la minorité sur le fond, il est nécessaire de dénoncer les conditions déplorables dans lesquelles s'est tenue la séance de commission. Soumise à un véritable harcèlement pidolesque, à une campagne insidieuse de persuasion derrière laquelle on devine bien la main de qui l'on sait, scandaleusement interrompue par le président rapporteur, alors qu'en moins de vingt minutes, je venais de terminer l'introduction de mon intervention finale, je ne puis que constater que la forme utilisée pour traiter de cette motion reflète son fond : nauséabond.

Mais venons-en au fond, justement. Il est nécessaire, pour comprendre la véritable infamie que l'on nous propose, de prendre un peu de distance, de hauteur. C'est donc à une sommité que je me référerai. Josef Zisyadis, dans son discours de récipiendaire du Prix Nobel de la Paix, affirmait ce qui suit : *«Le monde dans lequel je suis*

n'est pas mon monde. Mais j'ai besoin de lui. Alors comment vivre sans me trahir ?» Cette interrogation fondamentale est au cœur du rapport que nous, femmes et hommes de gauche, entretenons avec cette société dont nous ne voulons pas telle qu'elle est et qui nous est pourtant nécessaire. Un seul exemple vous convaincra : j'ai moi-même mangé des hamburgers. J'ai eu en bouche cette viscosité dégoûtante et sirupeuse, comme une quintessence de ce que le capital peut produire de plus mauvais. Je l'ai fait, non par goût, mais par nécessité. Parce que c'est bon marché et que l'agneau vendu en vente directe par qui vous savez, c'est peut-être excellent, mais c'est cher. Opposés au monde, nous nous y plongeons, nous y surnageons, dégoûtés de nous-mêmes, coupables, quelquefois, confortés dans notre volonté de le changer, toujours. Et c'est ce monde, cette réalité capitaliste qu'il faudrait aujourd'hui introduire, plus encore, puisqu'elle y sévit déjà, au sein de notre Grand Conseil ! Une assemblée souvent douteuse, certes, mais qui, tout de même, échappe quelque peu à la domination de la loi du profit. Car revenons à Josef Zisyadis. Il me disait, il y a quelques mois, peu avant de recevoir son Nobel de Physique : *«Le matin, mal rasé, en me regardant dans le miroir de ma salle de bain, je trouve qu'une idée, c'est beau.»* Et l'on voudrait souiller nos idées, mes idées, vos idées de slogans publicitaires ! Nous savons certes combien la droite, gardienne des principes libéraux, se méprise secrètement elle-même, tant elle subodore le fait que son discours ne fait que saupoudrer une réalité nauséuse d'un parfum à bon marché. Alors que la droite méprise ses propres paroles en l'enrobant de discours publicitaires n'est que le signe, le révélateur de la valeur qu'elle leur accorde. Nous pourrions certes considérer que, nous privant nous-mêmes de publicité, nous pouvons néanmoins accorder ce droit aux autres formations politiques. Cette solution serait boiteuse. Il est déjà fort pénible pour nous de supporter les interventions droitières. Imaginons alors qu'elles soient en plus entrecoupées de slogans publicitaires. Nos oreilles ne le supporteraient pas. Notre conscience non plus. La minorité de la commission, composée du POP, bien sûr, et des quelques socialistes à qui nous avons su ouvrir les yeux, vous recommande, en conclusion, de refuser le rapport de majorité, ses propositions, et de faire de cette motion ce que nous faisons des dépliants publicitaires que nous recevons dans nos boîtes aux lettres : à la corbeille !

Le président : — Nous passons à l'examen de la motion Perrin. Je prie Monsieur Gasser... c'est fait. Et Madame la minorité euh... du rapport, je veux dire... bon... c'est fait aussi. Monsieur le rapporteur, avez-vous ? vous avez.

M. André Gasser, rapporteur de majorité : — Je voudrais, Mesdames et Messieurs, au nom de la majorité de la commission, vous en rappeler les conclusions, ainsi que les règles du jeu auquel nous allons peut-être jouer tout à l'heure, si c'est un jeu et si vous acceptez les propositions de la commission. Cette dernière, donc, dans l'impossibilité de savoir si la proposition du député Perrin était vaudoisement juste ou non, a décidé de vous proposer une expérience : vous donner la possibilité d'insérer des encarts publicitaires dans le débat de tout à l'heure. Nous aurons donc deux débats : le premier, sans publicité, pour savoir si nous en voulons. Le second, avec publicité, en cas de vote favorable du premier, pour savoir si nous en voulons assez pour renvoyer cette motion au Conseil d'Etat. Est-ce clair ?

A supposer donc que ce soit clair, quelques informations. Tous les députés ont reçu le règlement provisoire rédigé par le Conseil d'Etat. Vous avez dès lors disposé

d'un délai suffisant pour contacter les entreprises, firmes, épicerie de votre choix, afin de passer des contrats publicitaires. A ce jour et pour ce débat, la Chancellerie a enregistré plus de 30 contrats. A noter que tous les textes, conformément au règlement provisoire, ont été soumis au Bureau du Grand Conseil, lequel, malheureusement, a dû recaler trois propositions, venant d'un bord politique que je me refuse à nommer du haut de cette tribune. Un recours a été déposé, il n'est pas bien difficile de deviner par qui. L'intéressé s'en expliquera probablement longuement tout à l'heure.

C'est tout, Monsieur le Président, Mesdames et Messieurs.

Mme Huguenin, rapporteur de minorité : — Je serai brève, mais il convient tout de même de dire quelques mots. Proposition honteuse, procédure scandaleuse, rapport de majorité biaisé, bref, tous les ingrédients d'une mauvaise cuisine sont là. Nous connaissons déjà la cuisine électorale. Je ne voudrais pas de la tambouille, pardonnez-moi l'expression, publicitaire. Rapidement et en quelques mots : nous avons effectué un sondage auprès de nos adhérents et sympathisants. Nous leur avons posé la simple question suivante : à supposer que Monsieur Franco Del Pero vante, au Grand Conseil, les mérites d'une mauvaise sauce tomate, en consommeriez-vous ? Question franche s'il en est. Rapidement et en quelques mots : les réponses sont claires : aucune réponse positive. Aucune, entendez-moi bien. Alors qu'on le sache bien, Messieurs de la droite, en acceptant cette motion, vous sciez en fait la branche sur laquelle vous prétendez être assis. Vous détruirez l'économie vaudoise. Nos consommateurs se tourneront vers d'autres produits. Ou plutôt, rapidement et en quelques mots, nous avons posé la question suivante à nos adhérents et sympathisants : à supposer que notre estimé camarade Vuilleumier vante, au Grand Conseil, les mérites d'une excellente sauce tomate pas chère, en consommeriez-vous ? Autre question franche et neutre s'il en est. Eh bien, Mesdames et Messieurs, ici encore les résultats sont clairs : «Oui, et plutôt deux fois qu'une !» ont répondu le 98 % des personnes interviewées. Conclusion ? la gauche est un meilleur support publicitaire que la droite. L'infortuné député Perrin, en fait, a joué à l'apprenti sorcier. Croyant naïvement surmonter le prétendu gouffre financier de l'Etat de Vaud, il n'a fait que révéler les attitudes profondes du consommateur vaudois : c'est un consommateur de gauche, qui veut des produits de gauche, vendus par la gauche. Enfin... pas toute la gauche... Vous m'aurez comprise. Rapidement, donc, et en quelques mots : ces résultats, Mesdames et Messieurs, pourraient nous engager à renoncer à notre rapport de minorité et à cautionner l'idée de Monsieur le député Perrin. Après tout, nous aurions tout à y gagner. Nous ne le ferons pas. Et nous maintiendrons notre opposition résolue à l'expérience loufoque que l'on veut nous faire vivre. Et pour une raison bien simple : aurions-nous voulu jouer ce jeu que l'on nous en aurait exclus. La preuve : nous avons soumis trois propositions de publicité. Toutes ont été refusées. Et pourquoi ? Parce qu'elles venaient de nous, seule opposition, seuls contre tous, toujours et fiers de l'être. Il est vrai que notre conception de la publicité n'a rien à voir avec les flagorneries mensongères de la bourgeoisie. Seuls opposants, nous sommes les seuls contre-publicitaires. Nos interventions voulaient donc dénoncer la domination impérialiste du Coca-Cola, s'attaquer au lobby élitaires de l'agneau, dont la figure la plus emblématique est du reste présente parmi nous, mettre à jour les pratiques inavouables d'une certaine fiduciaire. On nous l'a refusé. Une attitude qui ne nous étonne pas :

tout, toujours, nous est refusé. Et c'est bien normal ainsi. Car accepterait-on nos propositions que nous ne serions plus la seule opposition. Et alors, je vous le demande : que serions-nous ?

M. Jacques Leresche : — Je voudrais d'abord dire que les propos de Madame Huguenin font réfléchir, ce qui, vous en conviendrez, prend du temps. Et donc, puisque j'y suis, j'affirme d'emblée que je suis contre, même si j'hésite encore. Car si nous suivons la voie tracée par Madame Huguenin, nous n'allons pas y arriver, ou plutôt, nous allons nulle part. Cela me gêne puisque partir c'est revenir un peu. Mais si nous suivons la commission, nous revenons de loin. Et dès lors, nous ne savons plus où nous sommes. Je préfère donc attendre et continuer à réfléchir, sûr que la solution existe quelque part, à portée de main, si l'on peut dire, mais peut-être ne savons-nous pas encore si c'est la main de la gauche ou celle de la droite. Je vous engage donc à faire de même.

M. Jacques Perrin : — Tempête dans un verre d'eau ! Ce que nous avons entendu, Mesdames et Messieurs, n'est qu'une tempête dans un verre d'eau. Et il ne sort rien de bon d'une telle agitation, et en tout cas pas du bon vin. Car de quoi s'agit-il ? D'une idée, d'une simple, d'une seule idée, pragmatique, je l'ai dit, et qui ne vise qu'à renflouer les caisses vides de l'Etat de Vaud. Nulle arrière-pensée, nul dessein obscur derrière ma proposition. Le seul souci des caisses pleines. Et l'on veut faire d'une caisse pleine un verre d'eau, comment dirais-je, tempétueux. Alors, revenons sur terre, je vous en prie : quel mal un peu de publicité pourrait-il engendrer, je vous le demande... Nous baignons dans la publicité. Nous sommes nés avec. Elle nous aurait fait du mal, que cela se verrait ! Regardez-moi ! Ai-je donc l'air de si mal me porter, moi qui suis né, pourrait-on dire, dans un bain publicitaire ? Le bébé Cadum est-il devenu un délinquant juvénile ? Allons, allons... Acceptons la proposition de la commission, tentons l'expérience, et nous verrons après. Ce canton a besoin d'audace.

M. Daniel Bovet : — La Constitution Vaudoise, certes, n'interdirait pas l'expérience qui nous est proposée. Mais le doute, néanmoins, se fait jour en mon esprit. Je songe en effet à la protection, comment dire... de la famille, des jeunes âmes innocentes. Je me suis laissé dire, en effet, je veux dire... j'ai entendu tout à fait par hasard, que certaines publicités, comment dire... montrent des choses, je veux dire... de charmantes jeunes personnes, dans des tenues... et tenant des propos... comment dire... quelque peu... légers. Je ne voudrais pas que dans cette assemblée, nous nous laissions aller à vanter les mérites de choses... euh... que la morale pourrait reprocher. N'oublions pas par ailleurs que de jeunes enfants sont susceptibles de regarder nos débats à la télévision. Il y aurait donc lieu, sinon de censurer, du moins de vérifier que nos publicités respectent, comment dire... certaines limites morales.

M. Georges Peters : — L'idée de vendre la démocratie aux publicitaires n'a pas jailli dans le seul cerveau de Monsieur le député Jacques Perrin. En fait, plusieurs expériences analogues à celles qu'il propose ont été réalisées et évaluées. C'est ainsi que le professeur Julius Klopfenstein, dans un mémoire publié en 1957 par l'Université de Göttingen, recense une dizaine de réalisations semblables. Toutes ont lamentablement échoué. Ainsi, la publicité pour les saucisses Krupp autorisée en 1926 par le parlement de la république de Weimar a non seulement précipité le déclin de ladite république mais, aussi, celle de l'entreprise Krupp, dès lors obligée de se tourner vers la production d'armement, avec les conséquences que l'on sait. On oublie

par ailleurs le fait que la publicité était autorisée à la fin du siècle dernier dans la landsgemeinde du canton d'Appenzel, et ce uniquement pour les fromages locaux. Cette expérience fut également désastreuse puisqu'elle marque le début de l'ascension commerciale du Schabziger. Tout député qui aurait goûté à ce produit comprendra sans doute pourquoi la CEE en interdit l'importation, au grand dam d'un certain Blocher qui, en sous-main, est propriétaire de la plupart des officines produisant cet infect cylindre, ainsi que le révélait la *Sontagszeitung* du 8 mars 1999. On objectera certes que l'expérience actuellement en cours en Mongolie Extérieure semble prometteuse. Je dois malheureusement vous informer du fait que, dans sa dernière livraison, la revue de science politique de l'Université de Hong Kong émet les plus sérieuses réserves concernant les initiatives pidolesques en cours dans ce pays. Les faits sont donc clairs et on ne saurait autoriser une pratique qui, partout ailleurs, a largement échoué. A moins, bien sûr, que le syndrome masochiste vaudois ait gagné la majorité de cette assemblée.

M. Charles Frédéric Imfeld: — Nous, PDC, n'avons pas l'habitude de manger dans tous les abreuvoirs! C'est pourquoi nous disons: «En avant!» La situation est critique. C'est l'heure, Mesdames et Messieurs, de retrousser nos coudes jusqu'aux manches! C'est pourquoi, nous, PDC, soutenons la motion Perrin!

M. Franco Del Pero: — Dans ce débat, on oublie, Mesdames et Messieurs, on oublie l'essentiel. Monsieur Peters, vous jouez à l'historien. Mais votre histoire est biaisée: vous péchez par omission! Souvenez-vous: en 1982, déjà, j'avais déposé une motion sur le même sujet que Monsieur Perrin. Une motion qui ne fut jamais traitée par le Conseil d'Etat, malgré plusieurs interpellations déposées dans ce sens. En 1994, je suis revenu avec une autre motion, sans plus de succès. C'est donc à une véritable conspiration, et je pèse mes mots, à laquelle nous assistons. Monsieur Perrin aura-t-il plus de chance que moi? Je le lui souhaite. Et puisque j'ai la parole, permettez-moi de m'inscrire en faux contre les propos tenus à mon sujet par Madame Huguenin. Non, Madame Huguenin, non, je ne suis pas un mauvais support publicitaire. Votre sondage est biaisé, et vous le savez. Je saurai vous prouver, ainsi qu'à cette assemblée, et ce dès que nous en aurons terminé avec ce débat préliminaire qu'avec Del Pero, les bénéfiques sont plus hauts.

M. Claude Grossenbacher: — Je le dis fortement: tout cela n'est qu'une manœuvre qui ne vise qu'à dissimuler l'intention de créer une société à deux vitesses, une consommation à deux vitesses, une médecine à deux vitesses, et, j'ajouterais même, une politique sociale à une seule vitesse: la marche arrière. Songez qu'en autorisant la publicité, vous allez introduire dans cette salle qui, je vous le demande? Eh bien vous autoriserez l'entreprise Miauton à effectuer de la publicité. Miauton vanté par... par la députée Ginette Loup, par exemple. Vous imaginez-vous ce que cela représente? Rien moins qu'une accélération de la marche arrière. Il est temps de stopper cette machine infernale et de revenir à la réalité. Sinon ce débat en restera au point mort.

Monsieur le Conseiller d'Etat Charles Favre: — Mesdames et Messieurs, le Conseil d'Etat a longuement examiné la proposition de Monsieur le député Perrin et est arrivé à la conclusion suivante: nous nous trouvons devant un choix de société. Un choix de société que cette dernière nous impose, vu les profondes transformations qu'elle a subies au cours de ces dernières années. Nous n'avons pas su, pas voulu savoir peut-être, ce qui se passait sous nos yeux, endormis que nous étions par une

béate conformité liée aux années de vaches grasses. C'est un peu, si vous me permettez cette comparaison, comme si nous avions cru Betty Bossi immortelle, bref, comme si nous pensions que nous nous trouvions dans une société immobile et immuable. Or, et c'est aussi le médecin qui l'affirme, tout bouge et quand rien ne bouge plus, c'est que la vie s'en va. Nous avons donc de quoi nous féliciter du fait que nous nous trouvions face à un choix de société puisque cette transformation même est signe de vie. Le Conseil d'Etat veut croire, alors, que la proposition Perrin est en quelque sorte un heureux présage de l'adaptation de nos institutions à une société qui, je ne le répéterai jamais assez, est en pleine mutation. Assainir les dépenses publiques est une nécessité pour les générations futures. Elle nous saura gré d'avoir relevé le défi. Je suis moi-même prêt, n'en doutez pas, Mesdames et Messieurs les députés, prêt à accomplir, ainsi que mes collègues, mon devoir publicitaire. Si vous le voulez bien, si vous en décidez ainsi, dans l'intérêt du canton, de ses entreprises, de ses consommateurs-citoyens. En un mot comme en cent : nous sommes face à un choix de société.

La proposition de la commission est acceptée à une large majorité. Les débats se poursuivent donc, mais en autorisant l'insertion d'encarts publicitaires, conformément au règlement édicté par le Conseil d'Etat.

M. le Président : — Je rappelle à Mesdames et Messieurs les députés que le débat relatif à la prise en considération de la motion Perrin se poursuit, conformément au règlement édicté par le Conseil d'Etat.

Mme Marlyse Dormond : — Monsieur le Président, j'ouvre donc les feux. Je dirai d'emblée que je suis indignée, outrée, oui, véritablement outrée que l'on puisse penser sacrifier l'autonomie de notre Grand Conseil sur l'autel publicitaire. Mais j'aime mieux crier avec les loups que de jouer à être la chèvre de Monsieur Perrin. Alors, à mon corps défendant, je m'exécute. Et donc : •KPT : L'ASSURANCE DES CENTENAIRE ! • Bon, c'est dit. Je reviens donc à mon propos pour affirmer que je refuse fermement la motion Perrin.

M. Serge Beck : — Nous voilà donc, Mesdames et Messieurs, dans la situation dans laquelle on a voulu nous plonger, avec l'ouverture des marchés mondiaux, une ouverture, faut-il le rappeler, ardemment souhaitée par la gauche, la même qui, aujourd'hui, s'indigne des conséquences de ses décisions. L'Organisation mondiale du commerce, la libéralisation des marchés sont des réalités désormais incontournables et qui nous obligent à accepter un nécessaire réajustement de notre Etat, artificiellement gonflé par le perfectionnisme des planificateurs et autres liquidateurs de l'esprit de responsabilité. •AGNEAU BECK ! LE MEILLEUR RAPPORT QUALITÉ-PRIX AU METRE CUBE ! • Donc, Mesdames et Messieurs, soyons logiques ! Je répute autant que vous à me prêter à ce qu'il faut bien appeler des guignoleries publicitaires. Mais ce n'est pas à moi, petit paysan de campagne, que vous apprendrez que chaque sou compte. Et si, pour assurer la pérennité de notre canton, nous devons un tant soit peu passer sur nos principes, tant pis : je ne puis que vous recommander d'accepter la motion de notre collègue Perrin.

M. Daniel Brélaz : — Il y a un aspect de la question sur lequel ni le Conseil d'Etat, ni le motionnaire n'ont voulu insister. Et pour cause ! Quand la réalité est déplaisante il est bien préférable de rêver ! Or les chiffres, que l'on n'a jamais vu rê-

ver, eux, sont cruels à l'égard de la motion Perrin. Un petit calcul montre en effet, que sur les 20 millions escomptés, et si l'on retranche le pourcentage différentiel de commission dérogatoire, soit 18,7%, on arrive à un solde qui, lui-même augmenté de la différence entre les valeurs brutes de réalisation des spots et des montants actualisés de la rétrocession à l'Etat de Vaud, soit 45,65%, diminue d'autant plus que les spots publicitaires sont courts. Dès lors, à raison d'une moyenne de cinq secondes par spot, on arrive aisément à la conclusion que ce n'est pas un bénéfice, mais une perte pour l'Etat de Vaud qui serait engendrée par l'acceptation de la motion Perrin, perte que je situe dans une fourchette de 2 à 3,5 millions. Que de bruit et d'agitation pour rien, alors que l'évidence arithmétique aurait dû convaincre la commission de l'aberration de cette solution. •NE LAISSEZ AUCUNE CHANCE à VOS VOLAILLES: CUISEZ-LES AU GAZ NATUREL!• Et si je cède moi-même à cette idée idiote, ce n'est que par solidarité avec mes collègues, abusés par un Conseil d'Etat dont on se demande bien s'il n'est pas composé, dans sa majorité, de victimes des maths modernes.

M. Francis Thévoz: — Mesdames et Messieurs, j'ai vraiment l'impression de me trouver en plein cauchemar. Est-ce que je devrais me pincer, ou quoi? Suis-je là ou ailleurs? Le bon sens le plus élémentaire a-t-il une fois pour toutes quitté cette salle? En tant que chirurgien, on m'a appris à trancher dans le vif; et bien, croyez-moi, il est plus facile d'atteindre le cœur d'un homme que celui d'un problème. Alors ne nous égarons pas, je vous en supplie! Je sais que vous allez me dire que je me trompe. Et bien non! Il y a des choses à dire, et si je les dis, si vos oreilles en sonnent, et bien c'est que vous craignez la vérité. Je ne veux pas me plaindre, loin de là. Mais je préfère avoir raison tout seul que partager une opinion déjà divisée. •DANS LE BUS, PRENEZ UN CACHOU! VOTRE VOISIN VOUS SOURIRA. • Où en étais-je? Bon... Vous l'avez bien compris: motion Perrin ou pas motion Perrin, le problème est ailleurs. Il est simplement là où il se trouve et je suis une fois de plus désolé d'avoir à vous le rappeler.

M. Michel Golay: — Monsieur le député Brélaz croit sans doute jouir d'une sorte d'immunité mathématique. Malheureusement, les chiffres qu'il vous a indiqués sont faux, grossièrement faux, et ce n'est pas difficile à démontrer. Monsieur Brélaz oublie, simplement, que la valeur actualisée différentielle des spots publicitaires, puisque non soumise à la TVA, doit être extournée du compte d'attente puisque les comptes transitoires, comme leur nom l'indique, sont si éphémères qu'ils ne produisent que le vingtième de l'intérêt annuel. Dans ces conditions, il est évident que ce n'est pas une perte, mais une fluctuation aléatoire de 2 à 3,7 millions à laquelle nous devons nous attendre. •L'ARGENT VOUS FILE DES DOIGTS? UNE SEULE SOLUTION: FIDUCIAIRE GOLAY!• Vous pouvez donc, Mesdames et Messieurs, et en toute sérénité, accepter la motion Perrin.

M. Laurent Baillif: — Il est bien évident que nous pouvons renvoyer Messieurs Brélaz et Golay dos à dos. Car si le premier se trompe et que le second adopte la solution opposée, tous les deux ont tort puisque le contraire d'une erreur est une erreur contraire. Il s'ensuit, bien évidemment, et contrairement aux affirmations de Monsieur Thévoz, que le cœur du problème n'est pas là où il se trouve, mais un peu plus à gauche, et sans doute plus à gauche que vous ne le pensez, et à bon entendeur salut! •CHOCOLAT TOBLER, ÇA VOUS ENVOIE EN L'AIR!• C'est tout ce que j'a-

vais à dire.

M. Claude Grossenbacher: — Moi aussi je n'ai qu'une chose à dire et je le dirai: •PLUS JAMAIS MIAUTON!•

(Rumeurs, protestations dans la salle)

Le président: — Je rappelle à Monsieur le député Grossenbacher que la publicité négative est interdite, aux termes du règlement provisoire édicté par le Conseil d'Etat.

M. Claude Grossenbacher: — Mais, Monsieur le Président, vous ne voudriez tout de même pas que je dise: «MIAUTON FOR EVER!» Ce serait un comble, tout de même!

Le président: — Monsieur le député, je n'ai pas à vous dire ce que vous avez à dire. Je me dois simplement de vous rendre attentif à ce que vous ne devez pas dire. Et qu'on se le tienne pour dit!

M. Roland Troillet: — Mis en cause dans le rapport de majorité à propos du sigle «Bic», j'ai d'abord choisi de ne pas m'exprimer. Si je le fais, néanmoins, c'est moins dans l'espoir d'être entendu que d'être écouté. Et à propos d'écouter, je tiens, ici, à faire part publiquement du fait que, depuis mes investigations sur ce qu'il faut bien appeler l'affaire «Bic», mon téléphone est sur écoute. J'en ai la certitude. C'est donc à mes frais, Mesdames et Messieurs, et sans assistance aucune du Département de Justice et Police que j'ai dû engager un garde du corps, lequel réside, à mes frais encore, au Château de Coinsins. Mais revenons-en aux faits. Oui, Monsieur le rapporteur de majorité, je n'ai pas la preuve absolue que la firme «Bic» a versé des dessous-de-table. Mais qu'est-ce qu'une preuve absolue? Lorsque je constate que l'administration vaudoise n'utilise que des stylos de la marque «Bic». Lorsque j'interroge le responsable de l'Economat de l'Etat de Vaud et qu'il rougit en me disant que l'ordre d'acheter de tels stylos vient «d'en haut», selon son expression. Lorsque je surprends, tout à fait par hasard, le chef du département concerné, en conciliabule, à l'hôtel Royal Savoy, avec une personne dont j'ai pu établir que, deux ans plus tôt, elle était la secrétaire du directeur de marketing de la firme en question. Tant de coïncidences ne suffisent sans doute pas à administrer une preuve absolue, recevable. •INSOMNIAQUES: LISEZ LA SÉRIE NOIRE DE GALLIMARD. SÉRIE NOIRE: CHAQUE JOUR EST UN NOUVEAU SUSPENSE. • C'est pourquoi, Mesdames et Messieurs, je n'affirme rien. C'est pourquoi je me tais.

M. Nicolas Morel: — Je voudrais juste vous faire remarquer que, dans ce débat, il y a une grande absente: la nature! C'est à la fois normal et regrettable. Normal, car la nature n'est pas à vendre. Donc: impossible de lui faire de la publicité. Regrettable: car elle a de la valeur même si elle n'est pas à vendre. J'en tire donc la conclusion que tous, tant que vous êtes, préférez vendre des produits susceptibles de polluer la nature plutôt que d'en vanter gratuitement les mérites. Et, voyez-vous, c'est ce que je vais faire. Et sans pour autant, j'en ai conscience, que l'Etat n'en retire un quelconque profit financier: •NATURE, TU ES COMME LA PLUS VERTUEUSE DES FEMMES: TU N'ES PAS À VENDRE!• J'ai dit!

M. Franco Del Pero: — Tout à l'heure, dans le premier débat d'entrée en matière, pris à partie par la gauche, je rappelais que je fus le premier à lancer l'idée d'introduire la publicité au Grand Conseil. Cette graine a donc germé dans un autre jardin et, toute blessure d'amour-propre mise à part, je m'en félicite. Contrairement à ce

que suggère le rapport de minorité, je suis certain que la population se tournera davantage vers les produits vendus par ceux d'entre nous qui conservent le sens de la responsabilité et de l'État que vers ceux qui, ici, tentent de valoriser maladroitement l'économie privée tout en la sabordant à coups de réglementations étatiques abusives. L'introduction de la publicité sera donc le salutaire révélateur des arrières-pensées de certains. La population ne s'y trompera pas. Il me sera alors parfaitement égal, parce que ce sera la conséquence de la seule saine concurrence instituée entre les députés, que la gauche ne soit progressivement plus en mesure de signer des contrats publicitaires, lorsque les entreprises auront compris que cela fait baisser leur chiffre d'affaires. Le mérite de la motion Perrin est donc de porter la loi de la concurrence jusqu'au sein même du parlement, ce qui montre à l'évidence la supériorité du marché, y compris dans la vie politique. Ah! j'allais oublier: •GOLGATE: ÇA VOUS RAFRAICHIT JUSQU'A L'ÂME!• En conclusion, donc, prenons l'historique virage qui nous est proposé, ou plutôt que j'avais proposé il y a vingt ans!

Mme Christiane Jaquet-Berger: — Je vous propose, Mesdames et Messieurs, de laisser le député Del Pero à ses douces illusions et de revenir sur terre. Vous voulez introduire la publicité dans nos débats? Soit. Mais alors vous devez savoir ce qui va se passer. Et ce qui va se passer, je vais vous le dire: notre Grand Conseil sera l'objet de pressions intolérables de la part de certains milieux économiques. Pire: la corruption la plus sordide fera son apparition. Et je vous en donne la preuve. J'ai ici une lettre, adressée à un député que je ne nommerai pas, que je me suis procurée par des moyens que je n'ai pas à mentionner ici. Et cette lettre, je vous la lis: «*Monsieur le député, prochainement, le Grand Conseil vaudois traitera de la nouvelle loi sur les épizooties. Notre maison, depuis longtemps, développe des produits susceptibles de réduire la contamination virale du bétail. Il serait dès lors particulièrement opportun qu'une publicité pour nos produits soit insérée dans les débats relatifs à cette nouvelle loi. Au cas où vous accepteriez le principe d'une telle intervention, il va de soi que le contrat publicitaire sera signé, en votre présence, aux Bahamas, et que vos déplacements vous seront largement défrayés durant une quinzaine de jours. Veuillez agréer, etc.*» Et cette lettre, Mesdames et Messieurs, provient d'une grande entreprise chimique bâloise. (Rumeur dans la salle: des noms! des noms!) Non, Mesdames et Messieurs, je ne vous dirai pas quelle est cette entreprise. Ce serait lui faire de la publicité. Par contre, je dépose cette lettre sur le bureau du président pour authentification. Mais vous m'aurez comprise: la publicité permettra tous les abus. Elle créerait une situation qui, sur le plan diplomatique, amènerait la Suisse, une fois de plus, à être montrée du doigt par la communauté internationale. N'oublions pas, ici, que Monsieur Josef Zisyadis, dans sa première déclaration en sa qualité de Secrétaire général des Nations Unies, a fermement déclaré la guerre à la corruption! Maintenant, si vous tenez à transformer ce canton en république bananière, allez-y!

M. Jean Fattebert: — Je voudrais m'insurger contre les propos tenus par Madame Jaquet. Il est indigne de jeter ainsi le discrédit sur notre Grand Conseil! C'est un peu comme si on nous avait dit: «Il y a un assassin parmi nous!» Or ce qui compte, Madame Jaquet, ce n'est pas qu'une entreprise ait tenté une démarche malhonnête. Ce qui compte, c'est qu'elle l'ait fait en vain. Tant que vous n'avez pas la preuve que l'un d'entre nous a accepté un marché discutable, vous n'avez tout simplement pas le droit de nous adresser des procès d'intention. •PROVIMI: LES

VACHES EN SONT FOLLES! • Je vous invite donc à faire confiance à nos institutions et à accepter la motion Perrin. Et quant à vous, Madame Jaquet, je ne vous dis pas «Allez à Moscou!» mais «Allez aux Bahamas!».

Le président: — La parole n'est plus demandée. Je déclare que cette expérience publicitaire est terminée, et je vais vous faire voter.

Les conclusions du rapport de majorité (prise en considération) sont adoptées à une courte majorité.
