economiesuisse

Initiative Pro service public, un cas classique d'autogoal

Les magazines des consommateurs Bon à savoir, K-Tipp et Saldo prétendent sauver le service public par leur initiative populaire « Pro service public ». Celle-ci entend interdire aux entreprises de service public proches de la Confédération de réaliser des bénéfices et de fixer les salaires aux prix du marché. À y regarder de plus près, elle sonne au contraire le glas du service public.

D'une part, elle souhaite abandonner la voie des libéralisations progressives qui ont profité à la clientèle, et elle propose de gérer à nouveau les entreprises proches de la Confédération comme des régies. D'autre part, l'initiative restreint la liberté entrepreneuriale et affaiblit la compétitivité de ces entreprises actives sur des marchés concurrentiels, en leur interdisant les bénéfices et en leur imposant des prescriptions salariales rigides.

Au lieu de protéger ou de renforcer le service public, l'initiative « Pro service public » entraverait l'innovation dans les secteurs relevant de la desserte de base et détériorerait le rapport prix-prestations. Elle constitue donc un cas classique d'autogoal. Les magazines des consommateurs n'ignorent certainement pas que les mesures de libéralisation mises en œuvre ces dernières années ont fait baisser les prix. Pourquoi aller à l'encontre des intérêts des consommateurs ?

En étant un peu mauvaise langue, on peut se demander si les comptes rendus indépendants des magazines à l'égard des activités de La Poste, des CFF ou de Swisscom ne sont pas en danger, ou si l'enjeu de la proposition ne relèverait pas plutôt du marketing. Il faut espérer que les Chambres fédérales rejetteront fermement cette initiative lorsqu'elles l'examineront.