



Réponses à vos questions

1. Quel est le but de l'initiative dite «Pro Service Public»?

L'initiative demande que l'esprit du service public soit respecté. Autrement dit que La Poste, les CFF ou Swisscom s'intéressent avant tout à proposer des prestations de qualité à un prix raisonnable, et non pas à engranger des bénéfices faramineux pour la Confédération et les actionnaires.

2. Quelles sont les entreprises concernées?

L'initiative vise les sociétés détenues à 100 % par la Confédération (CFF, La Poste, etc.) et celles qu'elle contrôle par le biais d'une participation majoritaire, telles que Swisscom et sa filiale Billag.

3. Que demande concrètement l'initiative?

L'initiative s'articule autour de trois exigences.

> La Confédération ne doit pas viser des buts lucratifs pour les prestations de base, car le service public doit servir la population avant les actionnaires.

> Les bénéfices dégagés par les autres secteurs doivent être réinvestis dans l'entreprise pour le maintien, l'amélioration et le développement des prestations de base, et non réinjectés dans le budget global de la Confédération comme c'est le cas actuellement.

> Les salaires des grands dirigeants des entreprises publiques ne doivent pas dépasser ceux de l'administration fédérale. Il est incompréhensible que la conseillère fédérale Doris Leuthard gagne 475 000 fr. par an, tandis que – en quelque sorte – ses subalternes encaissent bien davantage: plus du double pour la directrice de La Poste Susanne Ruoff (984 521 fr.) et le directeur des CFF Andreas Meyer (1 046 186 fr.), plus du triple pour celui de Swisscom, Urs Schläppi (1 832 000 fr.).

4. Pourquoi le service public ne peut-il pas être rentable?

Un service public peut être financièrement équilibré et c'est même souhaitable. En revanche, une partie de ses prestations – celles qu'on regroupe sous le nom de «service universel» – le sera difficilement. Comment, en effet, gagner de l'argent en livrant le courrier dans les régions reculées, en maintenant l'infrastructure coûteuse des régions de montagne, en assurant des liaisons ferroviaires aux heures creuses et en garantissant les salaires des employés qui assurent ces prestations? Voilà pourquoi les bénéfices dégagés par les autres secteurs de l'entreprise doivent permettre de, non seulement, combler ce déficit, mais aussi de maintenir et d'améliorer constamment les services dans leur ensemble, tout en continuant à les offrir à un prix accessible.

5. Les salaires des employés des CFF, de La Poste et de Swisscom vont-ils baisser?

Non, car ils sont largement mérités. Le texte de l'initiative vise les revenus des hauts dirigeants et non l'intégralité des grilles salariales négociées avec les syndicats pour chaque entreprise. Il appartiendra donc au Parlement, lorsque l'initiative aura été acceptée, d'élaborer une loi qui ne concerne que les tops managers.

6. Quel sera alors l'impact de l'initiative pour le personnel des entreprises concernées?

Les employés des CFF, de La Poste et de Swisscom exerceront leur profession plus sereinement, car la pression subie pour réaliser des bénéfices s'allègera. Les buralistes ne devront, par exemple, plus acheter des abonnements de téléphonie en leur nom propre pour atteindre les objectifs visés. Et les facteurs auront à nouveau le temps de sonner pour livrer les paquets.

7. L'initiative veut-elle empêcher que le trafic des grandes lignes ferroviaires puisse financer les liaisons régionales?

Non, cette exigence ne figure nulle part dans le texte soumis au vote. L'initiative n'interdit pas le subventionnement croisé au sein d'une même entreprise. Les secteurs rentables des CFF ou de La Poste continueront donc de financer ceux qui ne le sont pas. Les bénéfices de PostFinance pourront ainsi subventionner les offices postaux décentralisés, mais n'alimenteront plus le budget courant de la Confédération.

8. Les magazines de défense des consommateurs sont-ils bien placés pour lancer une initiative?

Oui, car ils reçoivent, chaque jour, dans leur courrier, les doléances et les suggestions de leur lecteurs et prennent donc constamment le pouls des consommateurs, particulièrement touchés par la situation actuelle. Ils ne sont, d'ailleurs, pas les seuls à lancer un cri d'alarme. Le surveillant des prix Stefan Meierhans dénonce également la dérive des services publics et cherche à mettre le holà à la hausse des tarifs constamment revendiquée par La Poste et les CFF.

9. Qu'est-ce qu'un service public accessible à tous?

C'est un service qui propose des prestations d'une qualité égale et à un prix raisonnable à toute la population, où qu'elle soit. Or, La Poste et les CFF ne cessent de réduire leur offre et d'augmenter leurs tarifs. Le prix d'acheminement des colis a plus que doublé en 20 ans alors que le facteur ne sonne plus pour les apporter: cherchez l'erreur! Et le coût de l'abonnement général a augmenté de 30% depuis 1999, soit quatre fois plus que la moyenne des prix en Suisse (IPC). Quant aux baisses de tarif fort heureusement consenties par Swisscom, elles sont largement inférieures à celles dont profitent les pays voisins.

10. Quels sont les signes de démantèlement du service public?

De nombreux éléments concrets laissent présager une diminution drastique des prestations. Du côté de La Poste, le nombre de boîte à lettres a diminué de 30% en dix ans, celui des offices de poste de 37%. Or, dans les agences postales, il n'est pas possible de faire des paiements en espèces et les retraits d'argent sont limités. Et, dans les trains, il n'est pas rare de voyager debout, tandis que les salles d'attente sont en voie de disparition et que les WC sont désormais payants dans les gares. Inversement, les prix des prestations ne cessent d'augmenter.

11. L'initiative n'est-elle pas rétrograde?

Les services publics doivent constamment s'adapter à l'évolution des technologies. Les initiants saluent donc le développement des prestations sur internet, mais rappellent que toute la population n'a pas encore franchi le pas. Dans les gares, les heures d'ouverture ont diminué alors qu'on achète encore un billet sur cinq au guichet. Seuls 14% des titres de transport sont achetés sur les smartphones. Sans parler des villages où les offices de poste ferment sans solution de remplacement, ce qui oblige certains habitants à faire des kilomètres pour acheter un timbre poste.

12. La mise en œuvre de l'initiative entraînera-t-elle une hausse d'impôts?

Ce sont les tarifs surfaits imposés aujourd'hui aux consommateurs qui sont des impôts déguisés. La mise en œuvre de l'initiative aura des conséquences minimales sur le budget de la Confédération.

13. A qui profite l'initiative?

L'initiative profitera à tous les consommateurs. De Genève à Romanshorn, en passant par Sion et Delémont, la population ressortira gagnante si les entreprises publiques visent, à nouveau, la qualité de leur service avant le rendement à tout prix.