

**Zeitschrift:** Domaine public  
**Herausgeber:** Domaine public  
**Band:** 42 (2005)  
**Heft:** 1641

**Artikel:** Pour que le service public s'exporte  
**Autor:** Gavillet, André  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-1013475>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 30.01.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Pour que le service public s'exporte

**Les communes suisses devraient créer une société, sans but lucratif, capable d'intervenir dans la compétition du marché de l'eau, défendant ainsi une autre conception de l'économie.**

Comme dans les manuels scolaires, les grands fleuves européens dévalent les Alpes suisses, d'abord torrents originels aux quatre points cardinaux. Si la matière première, l'eau, est abondante, encore doit-elle être gérée, distribuée, contrôlée. Sa gestion n'est pas séparable de la voirie, de l'épuration. Boire à la source n'est que le point de départ d'une longue chaîne technologique qui garantit l'approvisionnement de centaines de milliers de consommateurs. Les grandes communes suisses ont appris à maîtriser ces techniques. Le citoyen-consommateur est, que l'on sache, satisfait. L'ouverture du marché de l'eau à la concurrence n'a en Suisse aucune chance politique. Mais ce n'est pas une raison suffisante pour en rester là. Le savoir-faire helvétique n'est-il pas exportable ?

## Service hors frontières

Se sont développées jusqu'ici deux formes d'exportation de service public. Les grandes régions, Poste, CFF, Swisscom, confrontées à la concurrence sur leur propre territoire, cherchent à faire valoir leur savoir-faire ou

leurs capitaux hors frontières, soit en créant des filiales, soit en faisant l'acquisition de sociétés étrangères. Ces actions s'inscrivent dans la compétition ordinaire de l'économie de marché. La clientèle visée n'est pas le public du service public.

L'autre exportation est celle qui est organisée par l'aide au développement, sous l'égide de la Confédération, la DDC, s'appuyant sur les ONG. Elle ne manque pas de faire appel de cas en cas aux experts et aux techniciens des services communaux. Certaines villes ont pris directement des initiatives, la plus connue ayant été l'appui de Zurich à Kunming en Chine pour organiser sa distribution de l'eau.

La proposition de DP est que les services de la gestion de l'eau et de la voirie des communes suisses créent par mandat de l'autorité politique une société, sans but lucratif, capable d'intervenir avec ses compétences dans la gigantesque compétition du marché de l'eau. On imagine mal cette société, d'envergure limitée, mener à bien des opérations importantes de construction. En revanche, dans la mise au point du cahier des charges préparé par l'autorité concessionnaire, dans l'examen des soumissions, éventuellement dans le contrôle des travaux, une telle société pourrait jouer un rôle utile.

## En termes de valeurs

On objectera que les services communaux, aux effectifs resserrés en ces temps d'économie, n'ont pas les ressources suffisantes pour distraire du personnel hautement qualifié vers des tâches extérieures. Mais, peut-on répondre, la perspective de participer, même temporairement, à des

tâches extérieures devrait être, pour le personnel, motivante et les détachés remplacés sans difficulté majeure.

Deuxième objection, plus fondamentale. Pourquoi tant de peine, quand la mission première du service public est orientée vers son public ? - parce que le service public est porteur de deux valeurs, celle de public définissant les besoins à satisfaire également, sans privilège, dans une sphère géographique délimitée, et celle de



dessin de Aude Weber

service, excluant le prélèvement de bénéfices redistribués à des tiers. Or ce service-là est une valeur exportable, celle d'une solidarité sans charité. Celle du service.

Il devient nécessaire de rompre idéologiquement et pratiquement avec des attitudes purement défensives. Au test des associations d'idées, quel mot s'enchaîne le plus souvent à service public, c'est défense : défense du...

Certes, une société intercommunale suisse, offrant sans but lucratif ses services d'expert, de contrôleur, de consultant aux acteurs de l'approvisionnement en eau, ne sera qu'une goutte (d'eau) dans ce gigantesque marché. Mais elle sera l'affirmation précieuse d'une autre conception de l'économie. ag

### IMPRESSUM

Rédacteur responsable:  
**Jacques Guyaz (jg)**

Rédaction:  
**Marco Danesi (md)**

Ont collaboré à ce numéro:  
**Alex Dépraz (ad)**  
**Jean-Daniel Delley (jd)**  
**André Gavillet (ag)**  
**Jean-Christophe Schwaab (jcs)**  
**Olivier Simioni (os)**  
**Albert Tille (at)**  
**Aude Weber**

Forum:  
**Groupe de presse de l'ANMO**

Point de vue:  
**Georges Peters**

Responsable administrative:  
**Anne Caldelari**

Impression:  
**Imprimerie du Journal de Sainte-Croix**

Administration, rédaction:  
Saint-Pierre 1, cp 5863,  
1002 Lausanne  
Téléphone: 021/312 69 10

E-mail:  
redaction@domainepublic.ch  
administration@domainepublic.ch

[www.domainepublic.ch](http://www.domainepublic.ch)