

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 37 (2000)
Heft: 1415

Artikel: Où as-tu mis le pèse-lettre
Autor: Gavillet, André
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1025873>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 15.01.2026

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

Où as-tu mis le pèse-lettre

La hausse des tarifs postaux est présentée comme une simple adaptation des tarifs, supportable, surtout à une époque où la communication utilise de plus en plus d'autres vecteurs. En fait, elle fait ressortir des questions de principe jusqu'ici mal tranchées.

LE TIMBRE-POSTE A un prix, sensible pour la population, affectif en quelque sorte, bien au-delà de son importance sur le budget des ménages. C'est un honneur qu'il partage avec le ticket de bus et le café crème. Du temps où le Parlement en décidait, la hausse des tarifs postaux eut les honneurs, dans les années cinquante, d'un référendum populaire. Certes, depuis, le fax et l'internet ont renouvelé les messageries. Mais le passage du facteur rythme toujours le temps de la journée. Y a-t-il quelque chose au courrier? Courrier du cœur.

Les dirigeants de La Poste, eux, ne parlent pas en midinettes (quoique les directeurs valsent); ils présentent le

dur langage des chiffres. La doctrine veut que chaque secteur fasse payer le coût réel des services offerts. Si l'on s'écarte de ce principe, nous dit-on, commencent les déficits ou les subventions indirectes. Or la réforme de la régie, la séparation de La Poste et des Télécoms, avaient pour but, entre autres, de clarifier les activités et les comptes. Précisément, on est loin du compte!

Monopole et concurrence

Le cahier des charges de La Poste prévoit que lui est attribué le monopole de la distribution du courrier et des colis (jusqu'à une limite de poids,

Dernière minute

CELA S'APPELLE LE *Yield management*, sans traduction française. Ou plutôt si, le mot anglais *yield* signifie à la fois rendement et reddition. On désigne ainsi les nouveaux systèmes de prix dans le domaine des transports.

Les tarifs ne sont plus fixes. Ils varient à chaque instant en fonction de l'offre et de la demande, avec toutefois une limite maximale. Les compagnies aériennes ont été les premières à adopter des prix variables sur la base d'un constat simple: le coût d'un vol dépend peu du taux de remplissage. Il vaut donc mieux vendre à bas prix les sièges inoccupés plutôt que de voyager à vide.

Trois conditions doivent être remplies au préalable: disposer d'une comptabilité analytique très fine, se doter de règles permettant de calculer les prix en permanence et être relié à un réseau informatique afin de diffuser immédiatement l'information. Dans le transport aérien, le *yield management* semble tout bénéfice pour les consommateurs. Il a permis le développement des offres de dernière minutes et de leurs prix parfois incroyablement bas.

L'adaptation tant bien que mal de ce système au service public est une toute autre paire de manches. Il a été adopté sur les lignes de TGV entre la Suisse et Paris, gérées à travers une société de droit français, détenue à parts égales par les CFF et la SNCF. Son introduc-

tion au 1^{er} décembre 1999 s'est aussitôt traduite par la suppression de trains non rentables, qui étaient pourtant «à l'horaire». Le tarif baptisé «prix du marché» comprend trente prix différents par ville de départ sur le site internet des CFF, sans même tenir compte de toutes les possibilités offertes par les divers abonnements...

La hausse des tarifs postaux, annoncée par La Poste pour le 1^{er} juillet, ne relève pas du *yield management* à proprement parler, puisque les prix seront fixes. Mais la différenciation devient beaucoup plus fine avec des coûts très ajustés. Pour l'utilisateur, la difficulté est accrue: difficile d'évaluer si une lettre a dépassé les cinquante grammes uniquement en la soupesant. La philosophie se rapproche du *yield management*. Il ne nous étonnerait pas que La Poste franchisse un jour le pas de tarifs variables pour certaines prestations.

Cette nouvelle forme de gestion présente l'avantage de fournir à l'utilisateur des prix mieux ajustés et personne ne s'opposera à ce que La Poste ou les CFF recherchent une meilleure rentabilité, mais l'absence de transparence et l'illisibilité des prix constituent une contrepartie très négative pour l'utilisateur. Le *yield* va certainement s'étendre. Il ne faudrait pas qu'il signifie rendement pour l'entreprise et reddition pour le public.

js

2 kg), et que par ailleurs elle exerce d'autres activités au service de sa clientèle, en étant soumise aux risques de la concurrence.

Cette double casquette expose La Poste à des reproches croisés. Côté droite (voir *Domaine Public* n° 1411), on l'accuse de profiter de son implantation territoriale, qu'exige le service public du courrier, pour concurrencer les banques par son service de paiement, par sa rétribution de l'épargne qui stagne sur les comptes jaunes, ou encore de s'immiscer dans des domaines qui ne sont pas liés à son activité propre (par exemple dans le secteur des assurances, des offres de voyages, etc.). D'où la proposition du conseiller fédéral Couchepin de privatiser tous les services financiers de La Poste, c'est-à-dire de casser les derniers restes de péréquation inter-secteurs qui subsistent. Côté gauche, on craint que la poste n'utilise la clientèle captive, celle desservie par le monopole, pour accroître ses moyens et être d'autant plus compétitive dans les secteurs concurrentiels. Le monopole serait son camp de base, où elle se ravitaillerait, avant de lancer d'audacieuses sorties à terrain découvert.

SÉCURITÉ SOCIALE

Avec le financement de l'AVS, on joue à se faire peur

Il est de bon ton aujourd'hui de mettre en doute la solidité de notre système de sécurité sociale. Le vieillissement de la population et le changement de la structure démographique devraient mettre en péril rapidement le financement de l'AVS: les personnes âgées, à qui on impute de plus l'explosion des coûts de la santé, doivent-elles se culpabiliser de vivre si longtemps? Cette campagne, qui mélange allégrement la nécessaire prospective et les inquiétudes irraisonnées, permet de remettre en cause le système de répartition qui régit l'AVS: si toujours moins d'actifs doivent financer les retraites, pourquoi persister à distribuer ces dernières sans tenir compte du revenu disponible des bénéficiaires?

Ueli Mäder, auteur d'un ouvrage sur la politique sociale*, rappelle quelques

La comptabilité commerciale

En réponse à ces critiques nous sont présentées les vertus de la comptabilité analytique. Elle est censée déterminer le coût réel de chaque secteur et assurer la transparence. Elle est, certes, en soi utile et recommandable, mais elle a ses limites. Il est difficile de déterminer les coûts marginaux d'une activité nouvelle. Imaginons que les buralistes soient invités à proposer (ou à renseigner sur...) une assurance vie! Si l'on calcule le temps qu'ils y consacreront, il sera marginal, donc de faible coût; mais cette activité secondaire ne pourrait pas être exercée, sans l'activité de base. Compter un coût majoré pour l'activité subsidiaire devient arbitraire... La vérité comptable a ses limites.

En revanche, la comptabilité analytique fera clairement apparaître les zones géographiques déficitaires dans la desserte générale du pays. Et la logique voudra que La Poste, si on la prive de toutes ressources extérieures (épargne et paiements), si on coupe les dernières péréquations, vienne demander – les hausses tarifaires ayant atteint leurs limites – un subvention-

nement pour qu'elle assume encore des activités déficitaires de dessertes territoriales.

Nouveau cadrage

Des questions essentielles ont donc été laissées dans le flou. Est-ce à l'ensemble des usagers de payer le coût d'un service postal à l'évidence non rentable dans des secteurs géographiques importants en surface et peu denses en population? Si l'on répond non, qui apporte les ressources supplémentaires? La caisse publique ou d'autres activités rentables permettant une certaine péréquation? Si l'on choisit les activités rentables, selon quelles règles et jusqu'où peuvent-elles se développer?

C'est au Conseil fédéral, qui doit ratifier la hausse des tarifs postaux, d'apporter ces clarifications jusqu'ici insuffisantes. Mais on rappellera les divergences exprimées publiquement entre Couchepin qui veut privatiser les services financiers de La Poste et Leuenberger souhaitant que les dividendes obtenus des secteurs privatisés soient versés dans un fonds destiné au soutien des régions périphériques. On est au cœur du sujet. Mais la divergence n'a pas été tranchée. *ag*

IMPRESSUM

Rédacteur responsable:
Jean-Daniel Delley (*jd*)
Rédaction:
Géraldine Savary (*gs*)
Ont collaboré à ce numéro:
François Brutsch (*fb*)
Gérard Escher (*ge*)
André Gavillet (*ag*)
Jacques Guyaz (*ig*)
Yvette Jaggi (*yj*)
Roger Nordmann (*rn*)
Charles-F. Pochon (*cfp*)
Composition et maquette:
Françoise Gavillet, Géraldine Savary
Responsable administrative:
Murielle Gay-Crosier
Administrateur délégué: Luc Thévenoz
Impression:
Imprimerie des Arts et Métiers SA,
Renens
Abonnement annuel: 90 francs
Étudiants, apprentis: 60 francs
Administration, rédaction:
Saint-Pierre 1, case postale 2612
1002 Lausanne
Téléphone: 021 / 312 69 10
Télécopie: 021 / 312 80 40
E-mail: domaine.public@span.ch
CCP: 10-15527-9
site: www.domainepublic.ch