

Des services publics de qualité en Europe – qualité de la vie

Campagne de la FSESP pour un cadre légal européen sur les services publics

1. Introduction

Il n'est pas inutile de rappeler les raisons pour lesquelles la FSESP a besoin de cette campagne : *"En l'absence d'une législation européenne spécifique protégeant les services publics, l'Union européenne va continuer à **"ouvrir" les services publics à la concurrence** et, quand cela sera fait, à limiter strictement les obligations de service public des opérateurs privés. Une stratégie proactive qui amène l'Union européenne à agir en faveur de services publics fondés sur la solidarité s'impose. Or, cela **exige une pression de la base**, d'autant que ce sont souvent les acteurs locaux et régionaux qui arrêtent le statut et le fonctionnement des services publics, comme par exemple l'attribution de contrats, l'offre de services, la garantie de l'emploi, la promotion de la participation démocratique... Ces acteurs doivent être convaincus que l'action de l'Union européenne dans ce domaine renforcera leurs libertés."*

Cette citation est extraite du document de référence¹ adopté par le Comité exécutif de la FSESP à sa réunion du 7 juin et qui explique les raisons pour lesquelles une action s'impose pour soutenir les services publics en Europe.

Le Comité exécutif a également chargé le Secrétariat d'échafauder un plan de campagne détaillé qui lui sera soumis à sa réunion de l'automne. Une première version de ce plan de campagne a été soumise au Comité directeur le 20 septembre. Les membres se sont dits très favorable à une telle campagne, mais en soulignant la nécessité de bien la cibler, en mettant l'accent sur des services publics de qualité en tant qu'alternative au programme de déréglementation et de libéralisation.

On a souvent fait valoir, dans les milieux proches de la FSESP, qu'il y aurait lieu de reconnaître la contribution positive des services publics au modèle social européen. Un cadre légal européen est considéré comme l'instrument qui permettrait de définir une série d'objectifs primordiaux tels qu'ils sont énoncés dans les "Cinq raisons de mener, maintenant, une action pour promouvoir des services publics de qualité en Europe".

- Pour le citoyen, l'Europe doit être plus qu'un marché.
- Des services publics de qualité sont essentiels pour concrétiser les droits fondamentaux du citoyen.
- L'universalité, la continuité, l'accessibilité, le contrôle démocratique sont des principes importants pour les services publics.
- La concurrence européenne ne doit pas compromettre la solidarité.
- Un cadre juridique européen doit garantir les droits des pouvoirs nationaux, régionaux et locaux de répondre aux besoins de leurs citoyens..

Confrontés à l'influence exponentielle des règles du marché intérieur et aux pressions qui en résultent, nous en avons conclu que l'influence du marché ne va cesser de gagner du terrain

¹ "Cinq raisons de mener, maintenant, une action pour promouvoir des services publics de qualité en Europe", disponible sur le site Internet de la FSESP, à l'adresse : <http://www.epsu.org/a/1219>.

au niveau de l'Union européenne tant qu'un "espace protégé" n'aura pas été clairement défini pour les services publics.

Sur le fond, la FSESP est convaincue qu'il vaut mieux réclamer ensemble un changement positif à l'échelon européen que de livrer, seul, un combat d'arrière-garde au niveau national.

Pourtant, on peut se demander pourquoi des progrès concrets n'ont toujours pas été réalisés sur la voie d'un cadre légal européen.

Le contraste entre le débat sur les services d'intérêt général (SIG) et celui sur la Directive sur les services est flagrant. Le premier s'efforce de suivre un programme très rigide (Livre vert, Livre blanc, consultation du Parlement européen) et n'a toujours pas débouché sur une proposition concrète. En revanche, le second a pratiquement été présenté comme un fait accompli et, dans le mouvement de réaction qui a suivi, la FSESP a participé à un vaste effort de mobilisation visant à minimiser les risques émanant de la Directive sur les services.

Tel est le défi que doit relever notre campagne. Le débat sur la Directive sur les services a montré qu'il est toujours relativement simple de se mobiliser CONTRE quelque chose mais qu'il est moins facile de proposer des solutions de rechange (dans le cas présent, un cadre européen pour les services publics).

Pourquoi en est-il ainsi ?

PARTICIPATION DES MEMBRES À TITRE INDIVIDUEL

Informers nos membres sur l'influence qu'ont les politiques européennes sur les services publics est un élément essentiel de la campagne. La menace d'une Directive dont les ravages frapperaient les services publics de l'Europe entière a contribué à galvaniser nos membres. Par contre, pour obtenir le même effet en faveur d'une campagne "positive", quatre éléments s'imposent :

- Informer les membres sur l'impact des politiques européennes sur les services publics.
- Mobiliser les membres en faveur d'une alternative à l'actuelle politique de libéralisation
- Réclamer un instrument cadre qui reconnaisse la contribution des services publics au modèle social européen.
- Coordonner et promouvoir l'action locale et nationale.

Cette manière de procéder mettra les membres en prise avec la campagne et pourrait être une véritable approche ascendante parce qu'elle susciterait, au niveau local, un sentiment d'appartenance aux campagnes grâce à la souplesse et la faculté d'adaptation de leurs thèmes.

SOUTIEN POLITIQUE À L'ÉCHELON EUROPÉEN

S'agissant de la prise de décision politique au niveau de l'Union européenne, la FSESP est confrontée à deux défis. D'une part, les institutions européennes sont dominées par les partis centristes et les partis de centre-droit. Ensuite, au sein de la gauche elle-même s'expriment des divergences d'opinion quant au type d'instrument législatif qui serait le mieux adapté aux services publics.

Cette ambiguïté laisse un vide politique que nous devons considérer comme une chance. L'élaboration d'un avant-projet pourrait faire office de point de ralliement pour des politiciens soucieux de se présenter comme ceux qui rapprochent l'Europe du citoyen.

Mettre à profit la "crise institutionnelle" européenne

Depuis la réunion du Comité exécutif de juin, la perspective d'un cadre légal semble plus floue. Maintenant que le Traité constitutionnel est "en attente", et avec lui la nouvelle base légale III.122, le peu de soutien politique dont ce cadre pouvait disposer risque de se décomposer. Mais, ce qui est plus inquiétant encore, la dimension sociale de l'Europe est elle aussi remise en question.

Ce scénario appelle trois remarques :

- Une campagne pour des services publics de qualité doit se raccrocher à tous les éléments "positifs" qu'elle peut trouver, à savoir la Charte européenne des droits fondamentaux, les 3 piliers de l'Agenda de Lisbonne, le projet d'un Pacte social (déjà proposé par la CES) et celui d'un groupe de haut niveau sur l'avenir des services publics.
- Une telle campagne doit être ancrée dans une stratégie visant à maintenir le modèle social européen en place (c'est-à-dire que les services publics sont l'élément clé d'une Europe sociale).
- La campagne doit viser un changement des réalités nationales qui modèlent les politiques européennes et chercher à influencer le débat européen sur les services publics.
- **Mais, avant tout, elle est l'occasion pour la FSESP de faire pression sur les institutions européennes pour qu'elles prouvent qu'elles veulent réellement rapprocher l'Union européenne des citoyens.** Nous avons l'occasion de mettre les institutions européennes devant leurs responsabilités s'agissant du maintien d'un espace positif européen pour les services publics. Nous avons déjà constaté que certains dirigeants s'efforcent de se rapprocher des citoyens en limitant leur discours à l'Union européenne et au marché, l'argument avancé étant que nous devons reconnaître les limites de l'Union européenne. Cela nous donne des moyens de pression politique. Il faudrait prendre comme argument qu'on ne peut espérer rapprocher l'Europe du citoyen que si on a quelque chose de concret à lui proposer.

2. Aperçu de la campagne

Dans cette démarche générale, il nous faut impliquer d'autres acteurs et être axés sur le citoyen. La campagne de la FSESP doit s'intégrer dans le débat en cours dans beaucoup, voire dans tous les pays européens sur la question de savoir "*quel type d'Europe?*" Dans cette optique, la question de la "subsidiarité" et les arguments juridiques sur la question de savoir qui doit faire quoi doivent être mis en retrait (bien que nous nous pencherons aussi sur l'aspect juridique). La première question à poser doit être : "*quel type de services publics voulons-nous pour nous et pour nos enfants?*" La possibilité s'offre à nous de présenter systématiquement notre campagne comme une réelle tentative de rapprochement avec le citoyen. Pour ce faire, nous croyons que cette campagne devrait se dérouler en deux phases.

La première phase consistera à faire, ensemble, un état des lieux des services publics dans les différents États membres. Chaque pays dressera un inventaire des principes, objectifs, normes et instruments afférents aux services publics. IL EST À NOTER qu'un travail important a déjà été réalisé dans ce domaine. Cette année, par exemple, sous la houlette de

la DG EMPL de la Commission européenne, les ministères du travail et des affaires sociales de tous les États membres ont fourni leurs commentaires sur les services sociaux dans leurs pays respectifs. Dans le cas présent, plutôt que de demander à ces ministères de répéter l'exercice, il serait beaucoup plus utile que les affiliés de la FSESP examinent les réponses qu'ils ont fournies afin de voir si elles reflètent bien la situation réelle. Des experts externes pourraient être appelés à contribuer. Cet inventaire reposera sur un cadre de base commun mais qui sera adapté pour répondre aux réalités et besoins particuliers.

Le Secrétariat de la FSESP diffusera une liste des exercices similaires déjà réalisés dans le secteur des services publics. Les affiliés seront invités à en vérifier l'exactitude.

Des **coordinateurs nationaux**, désignés par les affiliés de la FSESP mais qui travailleront en étroite collaboration avec la société civile, élaboreront ces cadres ainsi que des plans d'action en vue de leur réalisation. Les inventaires reçus des différents pays seront présentés, discutés et évalués collectivement à l'occasion d'une **conférence d'étape de la campagne**. Ils pourront aussi servir à alimenter le débat, au niveau national, sur l'avenir des services publics.

La seconde phase de la campagne s'intéressera aux objectifs et au contenu d'un cadre légal européen sur les services d'intérêt général (ou d'un autre type d'instrument européen, par exemple un Plan d'action). Elle s'inspirera des conclusions de la première phase et dégagera la base et le contenu que devra avoir en commun un instrument européen, à savoir :

- Principes de service public communs.
- Certitude légale quant à la primauté de l'intérêt général sur les règles de la concurrence qui seront inapplicables aux services sociaux, aux soins de santé, à l'eau et à l'éducation.
- Le droit pour les autorités locales et régionales d'assurer elles-mêmes les services essentiels sans crainte de nouveaux empiètements de la Commission ou de la Cour européenne de justice.
- Un Observatoire des services publics, avec participation syndicale, chargé de vérifier et d'évaluer les services publics et l'impact de la libéralisation, de promouvoir la coopération, d'améliorer les normes, d'étudier l'évolution des besoins des citoyens, etc.)
- Des mécanismes de financement des services publics qui tiennent compte de la nécessité d'un partage des risques et de ses aspects positifs.

Cette deuxième phase de la campagne est aussi à mettre en relation avec la mission définie dans les priorités de la FSESP : *"élaborer un ensemble de normes de qualité ou de référentiels pour les services publics au niveau européen, revitaliser et développer la Charte de la CES pour les services publics"*.

Les résultats de la seconde phase seront discutés et évalués collectivement à l'occasion d'une conférence finale.

Un élément de la stratégie *correspondant à cette phase* en particulier consistera à multiplier les possibilités de discuter et d'apporter des suggestions sur la forme définitive de l'instrument ou du cadre, pour aboutir à l'adoption du document provisoire à la conférence de mi-parcours. Cette décision devra avoir un profil suffisamment affirmé afin qu'il soit bien clair qu'il s'agira là de la position collective de la FSESP.

3. Phases et calendrier de la campagne

Le tableau qui suit donne un aperçu des principaux éléments de la campagne qui est proposée.

Il va sans dire que nous aimerions que tous les affiliés de la FSESP soient impliqués et qu'ils consacrent les ressources financières et humaines nécessaires au bon déroulement des deux phases de la campagne. Nous avons absolument besoin, au minimum, de plusieurs pays dans chaque collège électoral.

Il faut aussi que les affiliés trouvent d'autres organisations avec lesquelles ils pourront travailler sur ce thème au niveau national.

Le responsable de la campagne de la FSESP doit pouvoir disposer de suffisamment de temps et de ressources pour être en mesure d'appuyer les coordinateurs nationaux.

Le Comité exécutif est prié d'approuver la campagne.

Quoi	Qui	Quand	Financement
Approbation de la campagne dans ses grandes lignes	Comité exécutif	novembre 2005	n.d.
Désignation de coordinateurs de la campagne	Un coordinateur syndical par pays + un membre de la société civile si possible	décembre 2005	Affiliés nationaux pour les coordinateurs syndicaux
Mise au point de la 1 ^e phase du cadre – inventaire des services publics	Coordinateurs de campagne nationaux, en concertation avec la société civile	janvier 2006	Budget pour la réunion et pour la traduction du cadre
Adaptation du cadre, élaboration des plans d'action nationaux (méthodologie, calendrier, budget)	Coordinateurs de campagne nationaux + autres syndicats + société civile	janvier-mars 2006	La FSESP réunira, traduira et diffusera les modifications des cadres nationaux et des plans d'action
Production des premiers documents de campagne	Secrétariat FSESP	janvier-février 2006	FSESP OPM
LANCEMENT DE LA CAMPAGNE : doit coïncider avec la Conseil de la concurrence	Secrétariat de la FSESP en collaboration avec les affiliés autrichiens	20-21 avril 2005 (à confirmer)	FSESP OPM
Réalisation des inventaires nationaux	Coordinateurs nationaux + autres syndicats + société civile	de mars à décembre 2006	Budgets nationaux pour les inventaires
	Plus Comités permanents FSESP, collèges électoraux, Réunion de journalistes	mai/novembre	Le responsable de la campagne de la FSESP supervisera le processus et fournira une contribution à la demande
Évaluation des inventaires nationaux	Coordinateurs nationaux + syndicats + société civile	décembre 2006	Budget pour la conférence de la FSESP et pour la publication des

POINT 5.2 DE L'ORDRE DU JOUR

Campagne de la FSESP pour un cadre légal européen sur les services publics
"Créer une garantie européenne de qualité locale"

Quoi	Qui	Quand	Financement
			résultats
Mise sur pied de la 2 ^e phase de la campagne et identification des normes et thèmes européens clés en vue du cadre légal (ou d'un autre instrument)	Coordinateurs nationaux	janvier 2007	Budget FSESP pour réunion
Discussion sur le contenu du cadre légal européen	Coordinateurs nationaux + syndicats + société civile Comités permanents de la FSESP Discussion au sein des collèges électoraux de la FSESP	janvier-juin 2007 mai 2007	Ressources pour les débats nationaux Le responsable de la campagne de la FSESP supervisera le processus et fournira une contribution à la demande
Discussion et évaluation des résultats	Tous	juin 2007	Budget pour conférence FSESP plus publication