



INSTITUT LIBÉRAL

Un regard analytique sur les initiatives anti-business

Fabio Cappelletti¹ et Roy Gava²

Les initiatives populaires sont un outil permettant d'ouvrir le processus décisionnel aux demandes venant d'acteurs politiques minoritaires et donc de court-circuiter l'hégémonie historique de la droite modérée en Suisse. Dans le passé, cet instrument a été souvent utilisé, notamment sous l'impulsion de la gauche, pour mettre à l'agenda des propositions guère appréciées par les milieux économiques. Toutefois, ces milieux ont traditionnellement pu compter sur le peuple comme allié quasiment inconditionnel dans le rejet de ces initiatives. À titre d'illustration, depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale, il a fallu attendre les années 1980 et plus de quarante initiatives populaires pour qu'une initiative contrée par les milieux économiques soit acceptée.

Ce contexte idyllique pour les représentants de l'économie semble avoir cessé d'exister ces dernières années. D'une part, les commentateurs politiques nous informent d'une vague d'initiatives potentiellement néfastes pour le cadre légal et la compétitivité de l'économie (initiatives anti-business). Compte tenu des textes qui attendent d'être soumis devant le peuple (par exemple celui pour un impôt sur les successions), ce cycle de défis pour l'économie suisse ne semble pas sur le point de s'arrêter. D'autre part, même si l'échec de l'initiative Ecopop a été accueilli comme un véritable soulagement, plusieurs défaites récentes, en particulier les initiatives sur les rémunérations abusives et celle contre l'immigration de masse, ont fait couler beaucoup d'encre.

Une question mérite néanmoins d'être posée : ces dernières années les initiatives anti-business sont-elles réellement devenues plus fréquentes et plus souvent

¹ Assistant d'enseignement à l'Université de Genève.

² Maître-assistant à l'Université de Genève.

couronnées de succès que dans le passé, ou sommes-nous victimes d'un manque de recul historique ?

Pour répondre à cette interrogation, nous avons répertorié toutes les initiatives anti-business votées lors des trois dernières décennies. Pour identifier de manière objective ces initiatives, nous avons utilisé un indicateur à la fois simple et extrêmement informatif : les recommandations de vote des deux principales organisations faïtières des entreprises suisses : Economiesuisse et l'Union suisse des arts et métiers. Ces deux organisations ne formulent pas de recommandations de vote pour chaque initiative. Par conséquent, on peut estimer que, si les deux organisations considèrent nécessaire de recommander le rejet d'une initiative (et donc d'investir des ressources afin d'atteindre ce but), celle-ci représente une menace importante pour une majorité de leurs membres.

À partir de cette distinction, nous avons calculé le nombre d'initiatives anti-business et leur proportion dans le total des initiatives pour quatre périodes de deux législatures fédérales. Le graphique 1 illustre le résultat de cet exercice comptable. À la différence de ce qu'on pourrait penser, la période récente (2008-2014) n'a pas été la plus concernée par les initiatives anti-business, bien au contraire. En termes absolus, les périodes 1984-1992 et 2000-2008 affichent un nombre d'initiatives anti-business plus important que la période récente (respectivement 22 et 27 contre 16). En termes relatifs, la période récente est même la seule pour laquelle les initiatives anti-business ne constituent pas la majorité absolue des initiatives ! Il serait donc erroné d'affirmer que les milieux économiques ont dû faire face à une recrudescence de l'usage de l'instrument de l'initiative populaire contre leurs intérêts.

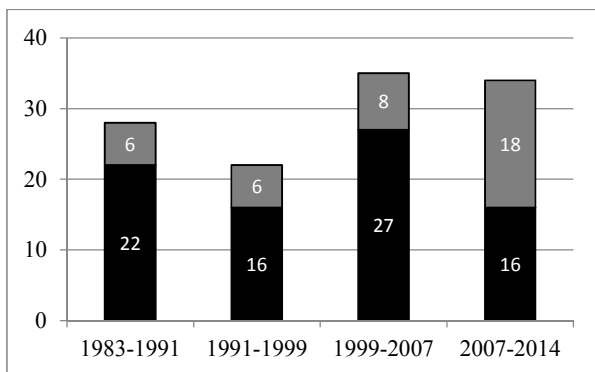
Les résultats de l'analyse de l'évolution temporelle du taux de succès des initiatives anti-business (graphique 2) sont moins réjouissants pour les représentants de l'économie. Dans les trois premières périodes analysées, on constate un large écart entre le succès des initiatives anti-business et le succès des autres initiatives, le succès des premières étant inférieur à celui des deuxièmes. Cela s'explique par le fait que, dans chacune des trois périodes, une seule initiative par catégorie a été acceptée et ceci malgré le nombre bien plus important d'initiatives anti-business votées. Si le nombre d'autres initiatives avait été égal au nombre des initiatives anti-business, on aurait pu s'attendre qu'au moins trois de ces initiatives soient acceptées par période, et non pas une seule.

Le constat est différent pour la période récente avec une forte augmentation du taux d'acceptation des initiatives anti-business. Ce taux est désormais très proche de celui des autres initiatives. Le rapprochement est surprenant compte tenu que le taux d'acceptation des autres initiatives touche son niveau le plus élevé dans la période récente. Les intérêts des milieux économiques ont donc bénéficié d'un traitement de faveur de la part du peuple aussi dans ces dernières décennies, mais celui-ci a pratiquement cessé d'exister dans la période récente. Une analyse scindée des deux

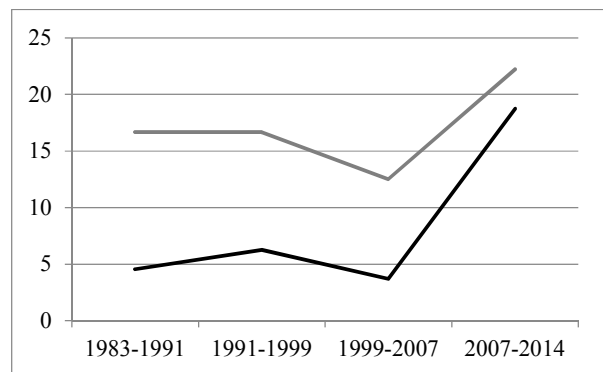
législatures de la période 2007-2014 permet d'affiner l'analyse en révélant que toutes les initiatives anti-business acceptées en cette dernière période l'ont été lors de la deuxième législature. Les échecs des représentants de l'économie lors des votations populaires sont donc un phénomène très récent.

Cette brève analyse a souligné que les succès récents de certaines initiatives anti-business ne dépendent pas d'une augmentation exponentielle de leur nombre, mais uniquement d'une diminution du filtre exercé par le peuple. Par conséquent, chercher à endiguer le phénomène des initiatives anti-business en réduisant l'accessibilité de l'instrument de l'initiative populaire (par exemple par une augmentation du nombre de signatures requises) signifie viser la mauvaise cible. Réduire le nombre d'initiatives n'est clairement pas garant d'un nombre plus exigu d'initiatives acceptées. Toute stratégie face aux initiatives anti-business devrait donc se concentrer sur la reconstruction de la confiance du peuple dans les représentants des milieux économiques. Une confiance ébranlée récemment par quelques excès perçus, par une conjoncture économique moins favorable et, surtout, par une capacité moindre à convaincre le peuple que ce qui est bon pour les entreprises est bon pour la Suisse.

Graphique 1. Nombre d'initiatives anti-business (noir) et autres initiatives (gris) par périodes de deux législatures (1983-2014).



Graphique 2. Taux de succès des initiatives anti-business (noir) et des autres initiatives (gris) par périodes de deux législatures (1983-2014)



Cette analyse a été publiée dans L'Agefi.