



INSTITUT LIBÉRAL

Au service de la liberté

Les limites du «service public»

JAN KREPELKA

La politique tend trop souvent à se servir du slogan du «service public» pour justifier la protection d'intérêts particuliers, au détriment de la liberté de choix des consommateurs.

Le « service public » sert de slogan pratique à bon nombre de politiciens, au point de devenir un mantra incontestable, alors qu'en réalité les services publics consistent en des monopoles étatiques qui servent surtout à maintenir des privilèges pour certains, au détriment de la grande majorité des consommateurs.

Les définitions habituelles du « service public » sont peu convaincantes : les services publics ne peuvent être définis que selon des critères politiques, qui reflètent tout au plus des préférences et des intérêts particuliers. La théorie des « biens publics » et celle des « monopoles naturels », quant à elles, parfois avancées en relation avec la nécessité pour l'État d'assurer certains services, ne justifient en rien le « service public ». Les « services publics » n'en remplissent guère les critères, et l'expérience montre amplement que la concurrence entre plusieurs entreprises, même dans des domaines réputés « publics », permet de baisser les prix.

Restaurer le libre choix du consommateur apparaît comme un impératif tant économique que moral, que ce soit dans le domaine de la culture, des médias, de la poste ou des infrastructures. Afin de mener à bien les libéralisations qui s'imposent, il convient de supprimer les privilèges indus, de déréglementer les secteurs dans lesquels la concurrence est interdite ou entravée, et enfin de privatiser les entreprises encore en mains étatiques.

Lire l'étude :

[Les limites du « service public »](#) (28 pages, PDF)

Septembre 2007

