

## Quand le service public ne travaille plus avec le service public

Suite à un appel d'offre passé en juillet 2013, France Télévisions a choisi de se séparer de Météo-France comme prestataire météorologique du groupe pour les prévisions nationales, afin de travailler avec Meteogroup, une société privée.

Ainsi, un service public a choisi ne plus travailler avec un autre service public.

Comment en est-on arrivé là ? Avec quelles conséquences pour les usagers de la météorologie, pour les salariés de ce secteur ? Quelles conséquences aussi en terme d'intérêt général ?

### Marchés publics et météorologie

Le cas de la perte de contrat entre Météo-France et France Télévisions, qui a été particulièrement médiatisé, n'est pas isolé.

Chaque année, de nombreux appels d'offres sont ainsi lancés par des collectivités publiques (Etat, collectivités territoriales...) concernant des prestations météorologiques. Dans le domaine des routes, par exemple, et notamment des services de viabilité hivernale (déneigement,...), Météo-France est en concurrence avec des sociétés privées de météorologie (Meteogroup, Meteconsult, Agate-France, etc.). Et dans un certain nombre de cas, ce sont ces sociétés privées qui remportent le marché (15% environ des Conseils Généraux et exploitants routiers).

Rappelons qu'il y a une vingtaine d'année, l'assistance à la viabilité hivernale aux DDE (avant le transfert aux Conseils Généraux) était gratuite, tout simplement parce qu'un service public utilisait un autre service public pour assurer ses missions ; Météo-France s'appuyant aussi sur les services publics pour ses propres besoins.

Lorsque le service public n'est pas retenu, trois raisons principales sont avancées : le prix (Météo-France serait considéré comme trop cher), la qualité supposée du service (et plus particulièrement la présentation des informations météorologiques), le manque de réactivité de Météo-France.

### Le service public météorologique, un coût ou un investissement ?

Météo-France facture des développements, des études, des bulletins de prévisions... à des collectivités publiques comme à des sociétés privées. Météo-France est en effet un Etablissement Public à caractère Administratif. C'est-à-dire qu'une partie de son budget est alimentée par des recettes propres, provenant en partie de la vente de prestations météorologiques.

Dans ce but, Météo-France a récemment clarifié ses comptes et dispose d'une comptabilité analytique qui lui permet de différencier ce qui relève de ses missions de service public de ce qui relève de son activité commerciale. Dans la mesure où l'établissement public a une activité commerciale, il doit respecter la règle de « la concurrence libre et non faussée », en d'autres termes, il ne doit pas vendre « à perte » afin de ne pas concurrencer de manière « déloyale » le secteur privé.

Météo-France facture donc depuis plus de vingt ans des bulletins météo à d'autres services publics. Cela est officiellement le fruit d'un souci de plus grande lisibilité des coûts, de rationalisation en terme de gestion publique... Pourtant cela peut conduire à des situations paradoxales :

- si une collectivité choisit de travailler avec Météo-France, l'argent versé à l'établissement public participera notamment aux investissements dans ce service public
- si une collectivité choisit de travailler avec une société privée, une partie de l'argent sera versée en dividendes aux propriétaires de cette société – au détriment de la part d'investissements dans le secteur de la météorologie.

### Quelle qualité de service ?

#### La maîtrise de l'information

En 1999, deux tempêtes ont balayé la France faisant de nombreux dégâts et victimes. Après coup, il est apparu que le système d'alerte météorologique n'avait pas été efficace et c'est donc à la suite de ces tempêtes qu'a été mise en place par Météo-France la carte de Vigilance, reprise désormais par tous les pays européens.

Cet exemple a permis de mettre en évidence le fait que la communication des prévisions météorologiques fait partie inté-

grante de l'activité de prévision. Or ces dernières années, on a pu constater une multiplication et une banalisation de l'information météorologique – principalement en ce qui concerne les prévisions. Pour l'utilisateur, le risque est maintenant de ne pouvoir exploiter ces sources d'informations nombreuses et non hiérarchisées.

C'est dans ce cadre que se situe le cas du contrat avec France Télévisions. Météo-France a pour mission d'assurer la sécurité des personnes et des biens. Via la carte de vigilance, les messages d'alertes météorologiques sont censés être diffusés par les médias français. A l'avenir, France 2 et France 3 se verront donc contraints de diffuser des cartes de vigilance toujours issues de Météo-France suivies des prévisions issues de Meteogroup. Le risque d'une information à deux vitesses, voire incohérente, est très grand.

Le service public aurait donc eu tout intérêt à continuer à travailler avec le service public.

De même, plusieurs cas de confusion chez les responsables de la sécurité civile ont été recensés ces dernières années : des sociétés privées avaient diffusé des cartes reprenant l'apparence de la carte de vigilance à des préfectures, mais dont les informations étaient différentes de celles de Météo-France, voire erronées, entretenant sciemment la confusion des 2 sources différentes.

En limitant les relations entre services publics à des rapports de type contractuels, le risque est de voir se développer un cloisonnement entre services, à l'opposé de ce que la population est en droit d'attendre de ses différents services publics.

En terme de réactivité, il est habituel d'entendre les mérites des entreprises privées et leurs équipes de quelques dizaines de personnes très adaptatives, en opposition au mastodonte étatique que serait Météo-France. En réalité, malgré la réorganisation en cours, Météo-France bénéficie à ce jour d'une répartition territoriale encore assez fine pour être proche des usagers et des services publics préfectoraux ou territoriaux, ce qui permet une bonne prise en compte des besoins locaux, notamment en situation de crise. En moins d'une heure, en général, Météo-France peut mettre un agent à disposition d'une cellule de crise en cas de forte neige ou de tempête, par exemple. Des prévisionnistes de Météo-France sont en activité 24h/24 pour surveiller l'atmosphère, et sont toujours prêts à réagir en cas de sollicitation imprévue. En cas d'accident sur une centrale nucléaire ou une usine classée Seveso, des bulletins peuvent être émis en quelques dizaines de minutes pour évaluer la dispersion du nuage polluant. Il est évident que seul un arrêt des fermetures de centres pourra permettre de maintenir cette réactivité dans les prochaines années.

Enfin, le service public, c'est l'assurance d'une continuité du service rendu, alors qu'une entreprise privée peut disparaître du jour au lendemain.

### **Une course au moins-disant social**

Dans une majorité des cas, le facteur déterminant dans le choix des postulants à ces marchés publics est le coût financier de la prestation.

Or si les différences de coûts proviennent en partie de l'organisation propre à chaque opérateur (public ou privé), une part importante est directement liée aux frais de personnel. Là où Météo-France est « obligée » de répercuter ses coûts réels d'expertise humaine dans tout le processus de la chaîne d'observation, de recherche et de prévision, le secteur privé, lui, s'appuie sur l'utilisation automatisée de sorties brutes de modèles numériques de prévision du temps disponibles gratuitement auprès de plusieurs états européens ou non.

En filigrane, on assiste donc à un processus de dumping social : lorsqu'on met en concurrence Météo-France et des sociétés privées de météorologie, on met également en concurrence les conditions de travail des salariés, leur expérience et leur niveau de rémunération...

En développant plusieurs filiales, avec le but avoué de remporter de nouveaux marchés, Météo-France joue en partie ce jeu du moins-disant social. La création de filiales, c'est aussi un moyen de contourner le Statut et les acquis sociaux des salariés fonctionnaires de Météo-France.

**Le SNM-CGT de Météo-France considère comme irresponsable, en terme de sécurité, de continuité de service, de niveau de service, d'égalité des citoyens et de péréquation nationale, d'obliger des services publics ou des collectivités à se tourner vers le moins disant en terme de prix.**

La position administrative de Météo-France et la position statutaire de son personnel assure la transparence et l'intégrité de l'information, protège des influences commerciales et politiques, et garantit une information impartiale et indépendante.

Pour réduire d'une part le risque de baisse de qualité à long terme du service public météorologique et d'autre part le risque de dumping social, la CGT-Météo considère que Météo-France doit être la référence en termes d'information météorologique. Et pour cela doit donc :

- ✚ nouer des liens avec les différents acteurs, publics comme privés, de la météorologie pour développer la responsabilité de chacun des acteurs et entretenir les échanges de connaissances ;
- ✚ améliorer la qualité de ses informations et leur présentation ;
- ✚ conserver une implantation suffisamment dense sur le territoire pour rester au plus près des besoins des usagers et des phénomènes météorologiques.

**Notre mission de service public répond à des besoins d'intérêt général qui s'inscrivent dans une perspective de progrès humain et scientifique, et non dans le cadre d'un marché financier mondialisé.**