



Zeynep Ersan Berdoz
45 ans, rédactrice
en chef de
«Bon à Savoir»

Peter Schneider/Keystone

Les faits

Avec d'autres magazines de défense des consommateurs, elle a lancé hier l'initiative «Pro Service Public» qui vise les CFF, La Poste et Swisscom.

Avec elle, un timbre finance La Poste

Les postes ressemblent à des papeteries, les gares à des supermarchés. Réaliser des bénéfices, est-ce la mission première des entreprises publiques? La question posée par Zeynep Ersan Berdoz résume le mécontentement des usagers confrontés à des guichets fermés ou des wagons encombrés, d'autant que les tarifs ne font qu'augmenter. «Assurer un service public, c'est une vocation ancrée dans la loi», rappelle la rédactrice en chef de *Bon à Savoir*. **Elle ne s'oppose pas aux bénéfices des entreprises de la Confédération, mais exige de les réinvestir dans le même secteur**, sans alimenter les caisses fédérales. Dans le cas contraire, «chaque client paie un impôt fédéral supplémentaire en achetant un simple timbre-poste». Quatre publications de consommateurs qui lancent une initiative populaire, c'est une première plutôt saine: les partis politiques ne sont pas les seuls à détenir une vérité. ●