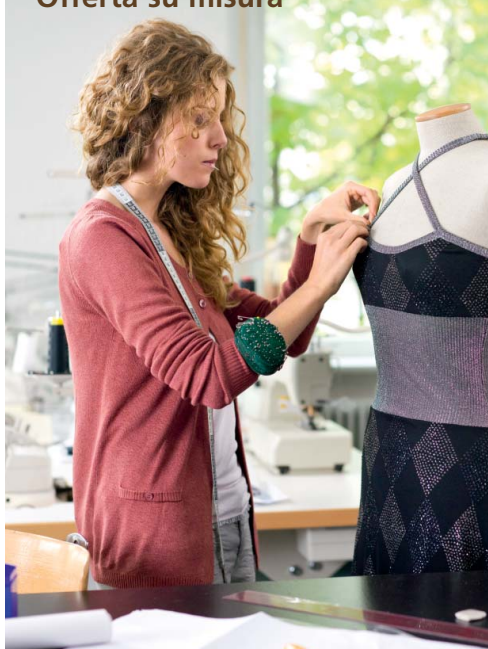


Accompagnati meglio



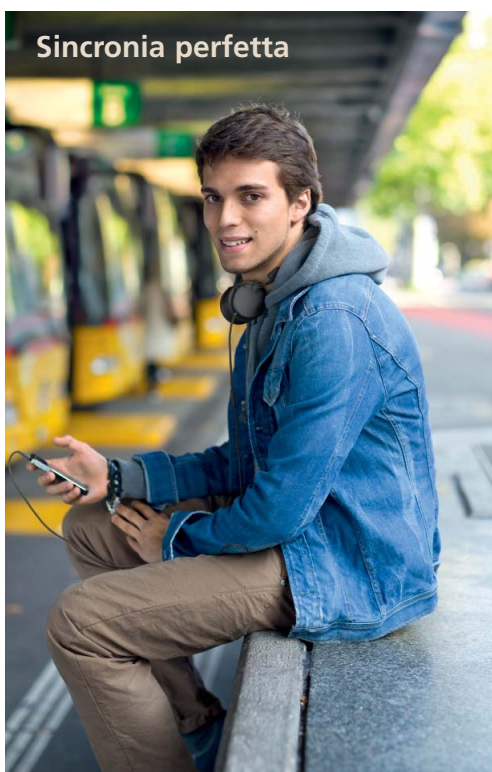
Offerta su misura



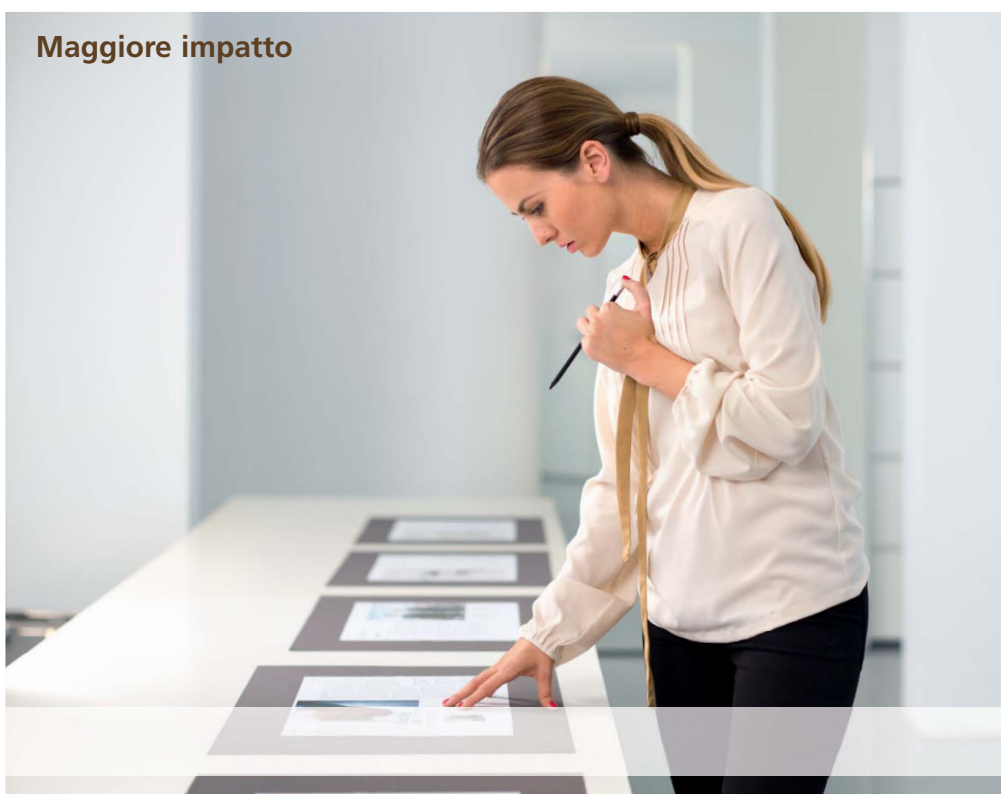
Servizio a 360 gradi



Sincronia perfetta



Maggiore impatto



Affidabilità internazionale



## Offerte di qualità per i nostri clienti







Relazione di bilancio 2011

**LA POSTA** 

# Muoviamo persone, merci, denaro e informazioni in modo affidabile, proficuo e sostenibile

## Gruppo

### Settori d'attività

-  **Mercato della comunicazione:** lettere, giornali, invii pubblicitari, soluzioni per l'informazione e gestione dei dati in Svizzera e all'estero 
-  **Mercato logistico:** pacchi, offerte espresso e soluzioni logistiche a livello nazionale e internazionale 
-  **Mercato finanziario retail:** pagamenti, risparmio, investimenti, previdenza e finanziamenti in Svizzera e nel traffico internazionale dei pagamenti
-  **Mercato dei trasporti pubblici di persone:** trasporti regionali, locali e d'agglomerato, gestione di sistemi in Svizzera e in alcuni casi anche all'estero

### Risultati del 2011

Indice		2011	Obiettivi strategici
Ricavi d'esercizio	mln di CHF	8'599	–
Utile del gruppo	mln di CHF	904	700–800
Capitale proprio	mln di CHF	4'879	–
Grado di autofinanziamento investimenti	%	100	–
 Lettere indirizzate	quantità in milioni	2'334	–
 Pacchi	quantità in milioni	107	–
 Media depositi clienti PostFinance	mld di CHF	88,1	–
 Viaggiatori AutoPostale (Svizzera)	milioni	124	–
Soddisfazione della clientela	indice (scala 0–100)	79	≥ 75
Organico	impieghi a tempo pieno	44'348	–
Impegno del personale	indice (scala 0–100)	83	> 80
Emissioni annue di CO <sub>2</sub> risparmiate	t CO <sub>2</sub> equivalente	3'115	–15'000*

\* entro fine 2013

### Organizzazione



\* membro della Direzione del gruppo

### Marchi



## Mercati e segmenti<sup>1</sup>

### ► Mercato della comunicazione

**PostMail** si occupa dell'accettazione, della spartizione e del recapito di lettere, giornali e invii pubblicitari per tutti i clienti della Svizzera e offre inoltre un ampio ventaglio di servizi elettronici.

Indice		2011
Ricavi d'esercizio	mln di CHF	2'575
Risultato d'esercizio	mln di CHF	210
Lettere indirizzate clienti commerciali	mln	1'969
Invii non indirizzati	mln	1'257
Giornali	mln	1'342
Organico	impieghi a tempo pieno	16'908

Riferimenti a PostMail nella Relazione di bilancio	pag.
Qualità del recapito	4
Indice della posta-lettere	5
Intervista a Ulrich Hurni   Lettere intelligenti	16
«MyNewspaper»   Swiss Post Box	19
Scooter elettrici	37
«Invio pro clima»	40

**Swiss Post International** gestisce le operazioni import/export della Svizzera e opera anche in altri 16 Paesi d'Europa, Nord America e Asia nel trasporto internazionale di lettere e merci di piccole dimensioni.

Indice		2011
Ricavi d'esercizio	mln di CHF	780
Risultato d'esercizio	mln di CHF	51
Lettere import/export	mln di invii	267
Pacchi import/export	mln di invii	4
Organico	impieghi a tempo pieno	1'204

Riferimenti a Swiss Post International nella Relazione di bilancio	pag.
Semplificazione dello sdoganamento	17
Holiday Infoshop   URLAUBSZEITung	20
goCommerce	21

**Swiss Post Solutions** elabora e gestisce processi commerciali basati su documenti e soluzioni di dialogo per i clienti commerciali e li assiste nel passaggio dalla comunicazione cartacea a quella elettronica.

Indice		2011
Ricavi d'esercizio	mln di CHF	549
in Svizzera	mln di CHF	204
all'estero	mln di CHF	345
Risultato d'esercizio	mln di CHF	11
Settori d'attività	numero Paesi	16
Organico	impieghi a tempo pieno	6'407

Riferimenti a Swiss Post Solutions nella Relazione di bilancio	pag.
Intervista a Frank Marthaler   ePost Product House	18
Post SuisseID	19
Soluzioni a 360 gradi per Deutsche Bahn	21
Cartella clinica elettronica   Censimento	32
Commercio elettronico	33

**Rete postale e vendita** offre prodotti, servizi e consulenze personalizzate a clienti privati e PMI ed è presente in tutta la Svizzera con circa 3600 punti di accesso (1851 uffici postali, 427 agenzie, 1226 servizi a domicilio e altre tipologie).

Indice		2011
Ricavi d'esercizio	mln di CHF	1'706
Risultato d'esercizio	mln di CHF	-151
Punti di accesso	quantità	3'607
Lettere clienti privati	mln	365
Pacchi clienti privati	mln	10
Versamenti	mln	189
Organico	impieghi a tempo pieno	6'827

Riferimenti a Swiss Post Solutions nella Relazione di bilancio	pag.
Tempi d'attesa brevi	5
Piano qualità 2011   L'ufficio postale più moderno della Svizzera	17
Intervista a Patrick Salamin   Nuove forme d'esercizio	30

### ► Mercato logistico

**PostLogistics** offre ai suoi clienti la possibilità di gestire autonomamente le proprie finanze con prodotti e servizi semplici, chiari e convenienti per i pagamenti, i risparmi, gli investimenti, la previdenza e i finanziamenti.

Indice		2011
Ricavi d'esercizio	mln di CHF	1'439
Risultato d'esercizio	mln di CHF	151
Pacchi clienti commerciali	mln	97
Invii espresso	mln	2,6
Organico	impieghi a tempo pieno	5'345

Riferimenti a PostLogistics nella Relazione di bilancio	pag.
Qualità del recapito	4
Indice della posta-pacchi	5
Coca-Cola   Recycling at home	20
SecureCube	21
Intervista a Dieter Bambauer	36
Eco-Drive	39
eShare	40

### ► Mercato finanziario retail

**PostFinance** offre ai clienti commerciali soluzioni logistiche standardizzate e su misura per la spedizione di pacchi, invii espresso e per corriere, trasporto di merci e logistica di magazzino.

Indice		2011
Ricavi d'esercizio	mln di CHF	2'451
Risultato d'esercizio	mln di CHF	591
Conti dei clienti	quantità	4'211'627
Afflusso di nuovi capitali	mln di CHF	8'185
Depositi dei clienti	mln di CHF	88,1
Organico	impieghi a tempo pieno	3'425

Riferimenti a PostFinance nella Relazione di bilancio	pag.
L'ufficio postale più moderno della Svizzera	17
PostFinance Mobile App	18
Pagamento mobile	19
Finanziamenti dell'amministrazione pubblica	32

### ► Mercato dei trasporti pubblici di persone

**AutoPostale** gestisce in Svizzera una rete di 812 linee AutoPostale con una lunghezza di 11'102 chilometri e 14'356 fermate. Da leader nei trasporti pubblici regionali di persone, l'azienda rafforza costantemente la sua presenza nelle città e negli agglomerati.

Indice		2011
Ricavi d'esercizio	mln di CHF	719
Risultato d'esercizio	mln di CHF	33
Passeggeri Svizzera	mln	124,3
Prestazione annuale	mln di km	104,3
Veicoli	quantità	2'145
Organico	impieghi a tempo pieno	2'067

Riferimenti ad AutoPostale nella Relazione di bilancio	pag.
Orari in tempo reale   Wi-Fi gratuita sugli autopostali	19
Il ruolo di AutoPostale nel trasporto pubblico	31
Intervista a Daniel Landolf	39
Eco-Drive   Autopostali a celle combustibili e ibridi	39
PubliBike	40

<sup>1</sup> La Posta Svizzera e la società francese La Poste intendono accorpate le loro attività internazionali nel settore postale in una joint venture che potrebbe diventare operativa nel corso del 2012, a patto che vengano concesse tutte le necessarie autorizzazioni da parte delle autorità di regolamentazione. Dal 1° gennaio 2012 i servizi di corriere, espresso, pacchi di SPI sono stati assegnati a PostLogistics e il settore delle lettere all'unità del gruppo PostMail.

# Muoviamo persone, merci, denaro e informazioni

La nostra vision, che può essere così sintetizzata, è vissuta dall'intera azienda e poggia sulla nostra attività principale. Un'attività che ci ha permesso di crescere e che intendiamo coltivare e potenziare ulteriormente.

La Posta Svizzera si trova di fronte a diverse sfide: i mercati, le tecnologie e la società sono interessati da continui e profondi cambiamenti.

Questa costante trasformazione è certamente accompagnata da alcuni rischi, ma al tempo stesso porta con sé anche delle opportunità che intendiamo cogliere. Su tutti i fronti: il **mercato della comunicazione**, il **mercato finanziario retail**, quello **logistico** e quello **dei trasporti pubblici di persone**.

## Indice

- 2 **Prefazione di Peter Hasler e Jürg Bucher**
- 4 **Offerte di qualità per i nostri clienti**  
Intervista a Jürg Bucher
- 10 **Buoni risultati in un contesto difficile**  
Risultato del gruppo  
Sviluppo  
Strategia  
Risultati per mercato/segmente  
Previsioni
- 16 **Qualità e innovazione per oggi e per domani**
- 24 **Un datore di lavoro interessante e responsabile**
- 30 **Per una Svizzera attiva ed efficiente**
- 36 **Tutela del clima al centro**
- 44 **Corporate Governance:  
gestione trasparente e responsabile**
- 54 **Ulteriori informazioni**
- 55 **Indici degli ultimi cinque anni**

La Relazione di bilancio 2011 è completata da un **Rapporto finanziario** (rapporto sulla situazione e chiusura annuale) a parte, da svariate **tabelle** e da un **indice GRI**. Per maggiori indicazioni su come richiedere tale documentazione si rinvia a pag. 54.



### Contenuti extra

Per le pagine contrassegnate con questo simbolo è possibile reperire informazioni aggiuntive in formato digitale dallo smartphone. Basta scaricare la **Post-App** gratuita (per apparecchi iPhone e Android) e fotografare un'intera pagina mediante l'opzione **«Augmented Reality»**. L'applicazione la riconosce e mostra contenuti extra come filmati o PDF.

Per tutti nella vita ci sono degli ambiti in cui si desidera **solo il meglio**. Al lavoro, in casa o in viaggio. Attraverso sei situazioni tipo vi mostriamo che cosa intendono i nostri **clienti** per **qualità**. Un'idea che concretizziamo giorno dopo giorno offrendo **prodotti e servizi eccellenti**.



### Maggiore impatto

**Le lettere** ricevono più attenzione e hanno quindi un impatto maggiore rispetto ai mezzi di comunicazione elettronici. → pag. **9**



### Accompagnati meglio

PostFinance è la prima scelta per i clienti che amministrano autonomamente le proprie **finanze**. → pag. **15**



### Offerta su misura

Potenziamo continuamente la nostra **rete** di punti di accesso e siamo sempre presenti laddove i nostri clienti hanno bisogno di noi. → pag. **23**



### Servizio a 360 gradi

Da numero uno della **logistica**, la Posta ha sempre l'offerta giusta per tutto: dalla spedizione più semplice alla soluzione più complessa. → pag. **29**



### Sincronia perfetta

Viaggiare in **autopostale** significa avere la certezza di arrivare sempre in orario senza mai perdere la coincidenza. → pag. **35**



### Affidabilità internazionale

Con gli **invii internazionali** colleghiamo Paesi e continenti. Con la stessa affidabilità mettiamo in relazione anche il **mondo fisico con quello digitale**. → pag. **43**



**Jürg Bucher**

Direttore generale, responsabile PostFinance



**Peter Hasler**

Presidente del Consiglio di amministrazione

«Puntiamo sulla **qualità** e sull' **innovazione**, con la convinzione che questa strategia risulterà vincente. Per i nostri clienti, per la Svizzera e per noi.»

La Posta Svizzera  
Viktoriastrasse 21  
3030 Berna

www.posta.ch

Alle lettrici e ai lettori della  
Relazione di bilancio della Posta

Data 15 marzo 2012

### Relazione di bilancio 2011

Gentili Signore, egregi Signori,

sicuramente anche voi quando ricevete una lettera la aprite subito, curiosi di conoscerne il contenuto. Nell'era digitale nessun altro mezzo di comunicazione è in grado di ricreare questo aspetto fortemente emotivo e questo contatto personale. Quando l'obiettivo è l'effetto, anche le aziende si affidano a questo strumento ormai collaudato, che da oggi è ancora più allettante: da fine settembre 2011, infatti, gli orari di levata per le buche delle lettere più frequentate sono stati notevolmente posticipati.

La posta elettronica, al contrario, è rapida e flessibile. Per archiviare o elaborare e-mail e allegati bastano pochi clic. Dato che i nostri clienti utilizzano mezzi di comunicazione sia fisici sia elettronici, offriamo loro un'ampia gamma di soluzioni per documenti e di dialogo al fine di collegare in modo ottimale questi due mondi. Con Post SuisseID, che permette di apporre una firma digitale, e IncaMail per l'invio sicuro e certificato di posta elettronica consentiamo loro di comunicare con sicurezza nell'universo dell'e-business.

Da leader della logistica offriamo un servizio a 360 gradi anche per le spedizioni, dalla più semplice alla più complessa, con consegne definite in modo specifico in base alle esigenze dei clienti. Con e-logistics permettiamo loro inoltre di avere una panoramica generale degli invii, di gestirne la spedizione, registrare i dati negli appositi sistemi, ottimizzare i tempi di percorrenza e, infine, beneficiare di maggiore trasparenza a prezzi inferiori.

Anche in ambito finanziario abbiamo molto da offrire: PostFinance è il numero uno per tutti coloro che desiderano amministrare autonomamente il proprio patrimonio. I nostri numerosi servizi elettronici rendono tutto questo ancora più facile: grazie alla nostra forza innovativa svolgiamo un ruolo di pionieri nel settore dei pagamenti tramite cellulare. Con la PostFinance Mobile App i nostri clienti possono effettuare la scansione delle fatture con la fotocamera dello smartphone e autorizzarne direttamente il pagamento in tutta comodità.

Sul fronte dei trasporti, infine, con l'accesso WLAN sugli autopostali fissiamo un nuovo standard per l'intero settore: quest'offerta gratuita risponde alle crescenti esigenze di informazione dei passeggeri che da oggi possono ricevere notizie in tempo reale durante il viaggio anche attraverso i monitor e l'applicazione AutoPostale per cellulare.

Puntiamo sulla qualità testata e sull'innovazione pratica, con la convinzione che questa strategia risulterà vincente. Per i nostri clienti, per la Svizzera e per noi.



**Peter Hasler**  
Presidente del Consiglio di amministrazione



**Jürg Bucher**  
Direttore generale

Intervista a Jürg Bucher

## «Possiamo riuscire a entusiasmare i nostri clienti solo con **offerte di qualità superiore.**»



Signor Bucher, che cosa significa per lei qualità?

Aprire la cassetta delle lettere alle cinque e mezza del mattino e trovarvi già tre giornali e mezz'ora più tardi ritirare il pane fresco appena sfornato. Fornire costantemente dei servizi di alto livello, giorno dopo giorno: questo per me vuol dire qualità.

Il 97,5% della posta A viene recapitata entro i termini stabiliti, valore che colloca la Posta Svizzera ai primi posti della classifica internazionale. Tuttavia è vostra intenzione incrementare ulteriormente la qualità dei servizi postali. Per quale motivo?

In un contesto caratterizzato da una concorrenza sempre più agguerrita possiamo avere successo solo se riusciamo a entusiasmare i nostri clienti con offerte di prima qualità. Per questo vogliamo rendere la nostra azienda ancor più vicina e a misura di cliente e offrire loro solo il meglio in termini di qualità di servizi e prodotti, semplicità di accesso all'offerta e livello di assistenza pre e post-vendita.

Che cosa intende la Posta per vicinanza al cliente, offerte di prim'ordine e assistenza eccellente?

Vicinanza significa innanzitutto conoscere intimamente i nostri clienti e le loro esigenze, essere facilmente reperibili sempre e ovunque, offrire un'assistenza competente e professionale. A tale scopo mettiamo a disposizione circa 3600 punti di accesso ai nostri prodotti e servizi e un Servizio clienti telefonico, a cui si aggiungono svariate possibilità di accesso online, sia da computer che da smartphone e tablet PC.

Indipendentemente dal canale che i nostri clienti scelgono per entrare in contatto con noi, la nostra offerta deve essere pienamente all'altezza delle loro aspettative e continuamente potenziata di conseguenza. Naturalmente dobbiamo garantire la qualità dei prodotti e dei servizi, che devono soddisfare anche

### Clienti soddisfatti

I clienti della Posta sono generalmente soddisfatti: l'indice di gradimento complessivo nei confronti dei servizi del gruppo emerso dal sondaggio del 2011 è pari a 79 punti su 100.

### Servizio affidabile

Il 97,5% delle lettere di posta A e il 99,3% di quelle di posta B è giunto a destinazione puntualmente. I risultati per i pacchi sono invece del 97,4% per PostPac Priority e del 97,7% per PostPac Economy.



## Tempi d'attesa brevi

Nel 2011 il 96% dei clienti svizzeri ha dovuto attendere al massimo sette minuti prima di essere servito allo sportello e circa il 99% non oltre dieci.

criteri ecologici. Il nostro servizio prevede, infine, l'assistenza al cliente anche dopo la vendita, l'evasione rapida delle richieste e il fatto di non sottovalutare i reclami, bensì di imparare dagli errori commessi. In poche parole, la capacità di crescere insieme alle esigenze dei clienti.

Che cosa fa concretamente la Posta per offrire ai suoi clienti «solo il meglio»?

In primo luogo dal 2011 abbiamo posticipato alle 17.00 l'orario d'inizio delle varie fasi di lavorazione per il 93% delle lettere imbucate, mentre prima ciò valeva solo per il 68%. Inoltre abbiamo portato da 148 a 469 il numero delle buche delle lettere per cui sono previsti orari di levata a partire dalle ore 19.00. Queste ultime sono ubicate in punti di forte passaggio, generalmente all'interno dei principali centri regionali e di circondario. Lo stesso discorso vale per la levata domenicale dalle 17.00 per 479 buche delle lettere. Per gennaio 2012 abbiamo aggiunto 360 nuovi punti di ritiro alla rete PickPost, che ora ne conta complessivamente 725, e abbiamo prolungato fino alle 16.00 l'orario di impostazione dei pacchi con recapito il giorno successivo in più di 200 uffici postali.

In questo modo la Posta ha reso più interessanti lettere e pacchi. Quali interventi sono stati attuati negli altri settori?

AutoPostale intende offrire su vasta scala l'accesso gratuito a internet e sta progressivamente attrezzando il suo parco veicoli in tal senso. Inoltre il numero di servizi finanziari accessibili da cellulare è in netto aumento e le aziende trovano da noi

## Prezzi convenienti

I clienti della Posta Svizzera beneficiano di servizi di qualità eccellente a prezzi estremamente convenienti: lo dimostrano gli indici della posta-lettere e della posta-pacchi attraverso un confronto internazionale. La Posta si colloca nelle prime posizioni anche in termini di qualità del recapito.

soluzioni utili per la gestione dei documenti. Non dobbiamo dimenticare infine che dal 2011 i nostri clienti possono contattare telefonicamente tutti gli uffici postali tramite il Servizio clienti componendo un unico numero. Scaricando un'apposita app per smartphone, i correntisti di PostFinance, infine, possono effettuare la scansione delle fatture con la fotocamera del cellulare e autorizzarne direttamente il pagamento.

Avete ricevuto dei feedback?

Le misure adottate finora hanno riscontrato generalmente un ampio consenso. I media hanno apprezzato gli sforzi compiuti su più fronti e anche l'autorità di regolazione postale nel suo rapporto di attività ha sottolineato positivamente il nostro operato e ha lodato la Posta per il suo impegno. Ma il vero banco di prova sono i clienti. E questi ultimi, come dimostrato da una serie di valutazioni indipendenti, sono molto soddisfatti di noi.

La qualità costa e ogni anno la Posta investe svariati milioni di franchi in più. Qual è la soglia oltre cui questo prezzo diventa insostenibile?

Sono i clienti a stabilire il valore dei nostri servizi, ma il prezzo è solo un aspetto della questione: vanno considerati anche l'offerta, che deve corrispondere alle esigenze dei clienti, e l'assistenza completa. È chiaro che sulla qualità non possiamo risparmiare. Solo se i clienti sono soddisfatti pagheranno il prezzo richiesto.

«È chiaro che sulla qualità non possiamo risparmiare.»

«I collaboratori sono il volto della Posta e sono determinanti per la buona reputazione della nostra azienda.»

Che ruolo giocano i collaboratori nella strategia di promozione dei servizi?

I collaboratori sono il volto della Posta e svolgono un ruolo determinante per la buona reputazione della nostra azienda. Indipendentemente dal fatto che si parli di vicinanza al cliente, qualità dei prodotti o assistenza, dietro a tutto quello che offriamo ci sono i nostri collaboratori, che analizzano le esigenze di chi sta di fronte a loro ponendole al centro del proprio operato.

La qualità presenta sempre anche una forte componente soggettiva. In che modo la Posta gestisce le diverse aspettative?

Da fornitore di servizi di massa ci troviamo di fronte a una grande sfida: i desideri dei clienti diventano sempre più specifici e personalizzati. Prendendo sul serio tutte le richieste, possiamo reagire in modo tempestivo a eventuali cambiamenti della domanda e sviluppare nuove offerte. Questo significa d'altro canto ritirare i servizi che non vengono più richiesti, cosa che viene percepita da alcuni come un taglio. In Svizzera le aspettative in termini di ampiezza dell'offerta e qualità sono molto elevate. Molti non si rendono nemmeno conto di quanti servizi effettivamente ricevono. Non bisogna dimenticare infine che abbiamo svolto egregiamente il nostro incarico di fornitura del servizio di base e che negli ultimi anni abbiamo lanciato numerosi nuovi prodotti e servizi.

## Collaboratori impegnati

I collaboratori della Posta lavorano con passione e zelo per la loro azienda e di conseguenza per i clienti. Nell'ultimo sondaggio l'impegno del personale si è assestato, ancora una volta, su un livello elevato di 83 punti su 100. Tale indice tiene conto di vari fattori, quali disponibilità, identificazione con l'azienda e fluttuazione del personale.

## Un impegno concreto per il clima



L'energia elettrica che la Posta utilizza per fornire i suoi servizi proviene al 100% da fonti rinnovabili. Nei prossimi anni verranno installati impianti fotovoltaici sulle superfici libere degli edifici d'esercizio. 150 veicoli ecologici vengono alimentati a biogas. A breve tutti i 7500 scooter utilizzati per il recapito funzioneranno con corrente elettrica rinnovabile prodotta nel Giura e circoleranno senza emettere rumori.

Per molti consumatori la qualità ecologica dei prodotti sta diventando un fattore d'acquisto sempre più rilevante. Che cosa offre loro la Posta da questo punto di vista?

Effettivamente il numero dei clienti attenti all'ecocompatibilità della nostra offerta è in aumento. Per noi la qualità presenta anche una componente sostenibile. Da azienda logistica svolgiamo un'attività che implica un considerevole consumo energetico e di conseguenza dobbiamo essere ancora più attenti a garantire una gestione parsimoniosa e oculata delle risorse. Attraverso un ampio programma di misure e investimenti intendiamo ridurre di 15'000 tonnellate le emissioni annue di CO<sub>2</sub> entro la fine del 2013. Con la formula «invio pro clima» offriamo inoltre ai clienti la possibilità di spedire la propria corrispondenza a impatto climatico zero. Dal 1° aprile 2012 saranno «clima neutrali» tutti gli invii di lettere all'interno della Svizzera: la Posta, infatti, compenserà interamente le emissioni di CO<sub>2</sub> generate dal trasporto delle lettere del servizio interno.

«Per noi la qualità presenta anche una componente sostenibile.»



Cosa farà la Posta in futuro per migliorare la qualità dei servizi?

Nei prossimi anni investiremo decine di milioni di franchi per offrire una qualità ancora maggiore e potenziare l'accesso ai nostri prodotti e servizi. Una strategia, questa, che porteremo avanti in tutti i mercati in cui operiamo e che ci consentirà di accrescere l'affidabilità nella lavorazione e nel recapito degli invii anche se, da un confronto internazionale, quest'ultima risulta essere già eccellente. Inoltre investiremo sempre più nelle tecnologie di ultima generazione, ad esempio per perfezionare la qualità del recapito delle lettere, e formiamo i nostri collaboratori.

—  
Quest'anno scadrà il suo mandato di direttore generale della Posta. La qualità resterà un tema chiave anche nel dopo Bucher?

La Posta è sinonimo di qualità. È questa la nostra opportunità sul mercato. Per questo perseguiamo da anni una strategia di leadership della qualità e credo che da questo punto di vista le cose non cambieranno.

«Nei prossimi anni investiremo decine di milioni di franchi per offrire una qualità ancora maggiore.»



---

Offerte di qualità

---

La difficoltà maggiore nel mio lavoro di grafica? Cercare continuamente degli espedienti per **catturare l'attenzione** dei destinatari. Un compito piuttosto arduo in tempi di costante bombardamento di informazioni, sollecitazioni e stimoli esterni.

**Le lettere** ricevono più attenzione e hanno un **impatto decisamente più forte** dei mezzi di comunicazione elettronici, sia nel caso della **pubblicità** che della **corrispondenza commerciale quotidiana**.

Nella lavorazione delle lettere della Posta Svizzera circa

19'000

collaboratrici e collaboratori assicurano, 24 ore su 24, che

15 mln

di invii arrivano nel posto giusto al momento giusto calamitando l'attenzione di milioni di clienti.

---

Gli studi lo confermano: più del 70% degli svizzeri desidera continuare a ricevere le fatture per posta anche in futuro.



[www.posta.ch/effetto](http://www.posta.ch/effetto)



# Buoni risultati in un contesto difficile

Nel 2011 le turbolenze sui mercati finanziari e la sopravvalutazione del franco svizzero hanno pesato sull'economia elvetica. Le esportazioni sono calate e la domanda finale interna ha attraversato una fase di stagnazione. In questo difficile contesto generale la Posta si è difesa bene.

## I TRAGUARDI RAGGIUNTI NEL 2011

904 mln

...  
di **utili del gruppo**: ancora una volta un buon risultato.

390 mln

...  
di **valore aggiunto aziendale**, perfettamente in linea con quanto richiesto dalla Confederazione.

965 mln

...  
di **cash flow**: anche nel 2011 un risultato positivo.

100%

...  
dei nostri **investimenti** per un totale di 429 milioni di franchi sono stati interamente autofinanziati.

### RISULTATO DEL GRUPPO

Nonostante le difficili condizioni economiche generali l'azienda è riuscita a mantenere il risultato d'esercizio e l'utile del gruppo, rispettivamente pari a 908 e 904 milioni di franchi, su un livello molto vicino a quello dell'anno precedente.

Nel 2011 i ricavi d'esercizio sono stati pari a 8599 milioni di franchi, ovvero inferiori dell'1,6% rispetto agli 8736 milioni del 2010. L'incremento dei ricavi da servizi finanziari non ha permesso di compensare interamente il calo del fatturato netto derivante da servizi logistici e beni commerciali.

I costi d'esercizio (7691 milioni di franchi) hanno registrato una diminuzione molto vicina a quella evidenziata dai ricavi nello stesso periodo. Questo taglio della spesa è stato dovuto principalmente ai minori costi d'esercizio e per il personale che sono stati tuttavia in parte compensati dall'aumento dei costi dei servizi finanziari.

Nel 2011 la Posta ha soddisfatto le aspettative finanziarie del Consiglio federale realizzando un valore aggiunto aziendale di 390 milioni di franchi, ovvero circa il 14% in meno rispetto all'anno precedente (452 milioni di franchi). Questo dato è da

ricondere al risultato d'esercizio rettificato più basso rispetto al 2010, alla crescita dei costi del capitale e all'aumento del capitale medio investito a causa delle maggiori esigenze di fondi propri da parte di PostFinance.

2 Prefazione  
4 Offerte di qualità per i nostri clienti  
10 Buoni risultati in un contesto difficile  
16 Qualità e innovazione per oggi e per domani

24 Un datore di lavoro interessante e responsabile  
30 Per una Svizzera attiva ed efficiente  
36 Tutela del clima al centro  
44 Corporate Governance

SVILUPPO

## Andamenti diversificati

I quattro mercati hanno reagito in modo diverso alle sfide del contesto economico.

Il **mercato della comunicazione** ha risentito del rallentamento della ripresa. Le operazioni nel settore delle lettere si sono mantenute su un buon livello e rispetto al 2010 il calo delle lettere indirizzate è stato lieve, mentre i giornali recapitati hanno subito una diminuzione vicina al 2%. La richiesta di servizi del traffico dei pagamenti allo sportello è nuovamente scesa, diversamente dal fatturato netto degli articoli di marca non postali che ha evidenziato uno sviluppo positivo. Rispetto allo scorso anno Swiss Post International ha subito un calo generalizzato dei volumi di lettere (import/export) e pacchi (import). La stagnazione dei ricavi di Swiss Post Solutions è dovuta in larga misura al trasferimento della divisione Direct Mail in una joint venture con la Österreichische Post.

L'inasprimento della concorrenza e la crescente pressione sui prezzi continuano a caratterizzare il **mercato logistico** nazionale e internazionale. I clienti sono molto sensibili ai prezzi e pretendono una qualità eccellente. A causa delle continue evoluzioni delle esigenze dei clienti i settori di attività dei servizi corrie-

re, espresso e pacchi si sovrappongono sempre di più con quelli della spedizione classica. I clienti del settore logistico desiderano potersi rivolgere a un solo interlocutore e avvalersi di soluzioni complete da un unico operatore. Rispetto al 2010 il volume dei pacchi è calato dell'1,4%.

Nel **mercato finanziario retail** PostFinance ha registrato un nuovo afflusso di capitali dei clienti. L'istituto finanziario continua a godere della fiducia di coloro che gestiscono le proprie finanze autonomamente e apprezzano la semplicità e la convenienza dell'offerta. Nel 2011 i loro depositi ammontavano in media a 88,1 miliardi di franchi, ovvero al 9,7% in più rispetto al 2010.

La crescita del **mercato dei trasporti pubblici di persone** continua, anche se – a causa del taglio delle risorse attuato dall'amministrazione pubblica in quanto committente dei servizi di trasporto – la pressione sui prezzi aumenterà. Lo sviluppo del sistema dei trasporti pubblici in Svizzera richiederà investimenti consistenti nei prossimi anni. Nel 2011 AutoPostale Svizzera SA ha trasportato complessivamente circa 124 milioni di passeggeri, quasi il 2,5% in più del 2010.



2334 mln di lettere indirizzate

sono state recapitate dalla Posta nel 2011, ovvero l'1,3% in meno del 2010.



88,1 mld di depositi clienti

sono stati affidati a PostFinance. Quasi il 10% in più dell'anno precedente.



107 mln di pacchi

sono stati impostati da privati e aziende. Un dato molto simile a quello del 2010.



124 mln di passeggeri

hanno viaggiato con AutoPostale nel 2011. E il mercato continua a crescere.

INTERVISTA

Thomas Egger,  
responsabile Finanze ad interim



Signor Egger, qual è la situazione finanziaria della Posta?

La Posta poggia su basi solide e gode di buona salute finanziaria. In tutti e quattro i mercati in cui opera offre un contributo positivo al valore aggiunto aziendale e anche nel 2011 è riuscita a raggiungere gli obiettivi finanziari fissati dalla proprietaria.

Quali sono le sfide che la Posta deve raccogliere in ambito finanziario?

La Posta deve perfezionare i risultati ottenuti nel mercato logistico e della comunicazione per ridurre la sua dipendenza dal mercato dei servizi finanziari. Con la subordinazione di PostFinance alla FINMA aumentano le esigenze in termini di entità del capitale proprio. Per questo anche in futuro l'azienda avrà bisogno di totalizzare utili cospicui. Solo in questo modo potrà continuare ad accrescere il capitale proprio, contribuire al finanziamento della Cassa pensioni, autofinanziare i propri investimenti e consegnare una quota dei dividendi alla Confederazione.

Le turbolenze sui mercati finanziari hanno lasciato il segno?

Grazie alla politica d'investimento prudente di PostFinance finora siamo riusciti a contenere le conseguenze. I rischi di cambio derivanti dalle fluttuazioni valutarie non hanno effettivamente una grande rilevanza per la nostra azienda, dato che costi e ricavi in valuta estera si bilanciano tra loro.

# Obiettivi strategici

Attraverso sei obiettivi strategici la Posta Svizzera fissa le priorità e stabilisce il metodo che intende seguire per affrontare le sfide dell'ambiente in cui opera e soddisfare quanto richiesto dalla Confederazione.

Creare valore aggiunto per

## LA PROPRIETARIA



### Finanze

...  
utile annuo di  
700–800 milioni di franchi



### Posizione di mercato

...  
leader in Svizzera



### Soddisfazione dei clienti

...  
almeno 75 punti  
(scala da 0 a 100)

## LA SVIZZERA



### Servizio di base

...  
rendiconto regolatorio



### Sostenibilità

...  
–15'000 tonnellate  
di emissioni annue di CO<sub>2</sub> entro fine 2013

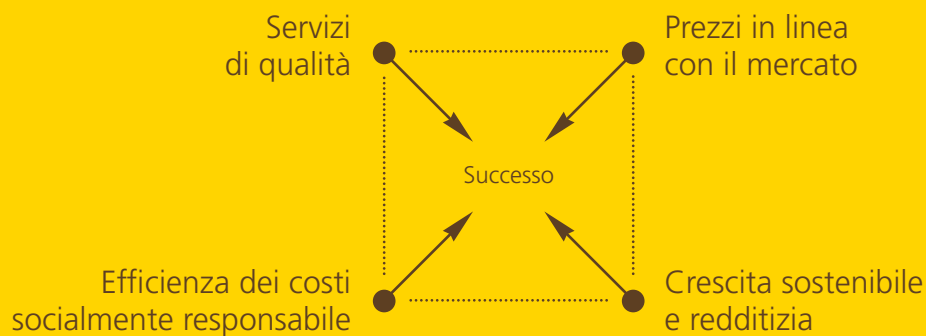


### Impegno del personale

...  
almeno 80 punti  
(scala da 0 a 100)

# Orientamenti strategici

La Posta Svizzera intende sfruttare in modo ottimale le condizioni quadro esistenti. Per raggiungere gli obiettivi strategici prefissati persegue quattro orientamenti.



→ Maggiori dettagli sulla strategia a pag. 7 del Rapporto finanziario.



**RISULTATI PER MERCATO / SEGMENTO**

## Buoni risultati in tutti e quattro i mercati

Nonostante il contesto poco favorevole la Posta ha ottenuto dei buoni risultati in tutti i mercati.

Nel **mercato della comunicazione** i ricavi d'esercizio sono calati di circa il 4% e il risultato di 26 milioni di franchi. Nonostante la lieve contrazione dei ricavi, il risultato d'esercizio di PostMail è cresciuto di quasi il 6%, soprattutto grazie agli incrementi della produttività nella lavorazione delle lettere. Swiss Post International ha migliorato il proprio risultato e i settori International, Mail e Courier, Express, Parcel hanno evidenziato uno sviluppo positivo. Swiss Post Solutions ha registrato una crescita organica al netto del cambio pari

al 7,2% e il risultato d'esercizio un aumento vicino al 57%. Rete postale e vendita ha riscontrato un calo dei versamenti e di lettere e pacchi.

Nel **mercato logistico** PostLogistics ha chiuso con un calo del 2,6% dei ricavi e un risultato d'esercizio leggermente più basso pari a 151 milioni di franchi. Questa flessione è stata determinata, oltre che dalla diminuzione del numero dei pacchi, dall'aumento dei costi del personale causato dai prepensionamenti e dai costi per il personale e previdenziali dei collaboratori rilevati dall'azienda. I costi per beni e servizi commerciali sono calati di 37 milioni rispetto al 2010 anche per via delle mo-

difiche, ininfluenti sul risultato, apportate al metodo di contabilizzazione.

Nel **mercato finanziario retail** il risultato d'esercizio di PostFinance è cresciuto del 3,5%. Le operazioni sugli interessi e i costi per commissioni e servizi hanno registrato un'evoluzione positiva, diversamente dai versamenti negli uffici postali. I ricavi d'esercizio sono saliti del 2,3% a 1473 milioni di franchi, mentre i costi d'esercizio sono cresciuti dell'1,5%. Il potenziamento della distribuzione ha fatto aumentare i costi per il personale.

Nel **mercato dei trasporti pubblici di persone** il risultato d'esercizio di AutoPostale ha registrato un incremento di quasi il 18%. Grazie all'ampliamento dell'offerta e agli adeguamenti tariffari introdotti con l'orario 2011, i ricavi d'esercizio sono cresciuti di 17 milioni di franchi, mentre i costi solo di 12.

**Gruppo** | Risultati per mercato e segmento

01.01 – 31.12.2011 e confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente  
 mln di CHF, %

	Ricavi d'esercizio		Risultato d'esercizio		Margine	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010
<b>Mercato della comunicazione</b>	4'826	5'017	121	147	2,5	2,9
PostMail	2'575	2'619	210	199	8,2	7,6
Swiss Post International	780	788	51	49	6,5	6,2
Swiss Post Solutions	549	665	11	7	2,0	1,1
Rete postale e vendita	1'706	1'769	-151	-108		
<b>Mercato logistico</b>						
PostLogistics	1'439	1'478	151	164	10,5	11,1
<b>Mercato finanziario retail</b>						
PostFinance	2'451	2'389	591	571		
<b>Mercato dei trasporti pubblici di persone</b>						
AutoPostale	719	702	33	28	4,6	4,0
<b>Altri</b>	945	968	12	20		
<b>Consolidamento</b>	-2'565	-2'642				
	<b>8'599</b>	<b>8'736</b>	<b>908</b>	<b>930</b>		

**PREVISIONI**

Le previsioni di crescita globali restano caute. Anche se l'introduzione del tasso di cambio minimo euro/franco ha ridato ossigeno all'export, il franco forte resta un freno. Al contrario il livello basso degli interessi e l'andamento del reddito reale potrebbero avere ripercussioni positive. Tali previsioni, unite all'inasprimento della

concorrenza, alla permanenza degli effetti dell'e-substitution, alle ottimizzazioni delle spedizioni dei clienti commerciali e al necessario ulteriore rafforzamento della base di capitale proprio, riconfermano la necessità per la Posta di portare avanti con coerenza la strategia definita.

→ Maggiori dettagli sull'andamento degli affari a pag. 14 del Rapporto finanziario.



---

Offerte di qualità

---

La nostra prima casa insieme è il nostro nido d'amore. Per questo ci occupiamo **personalmente** della **ristrutturazione**, tranne che per la cucina e il bagno che affidiamo a esperti del settore.

PostFinance è la prima scelta per i clienti che amministrano **autonomamente** le proprie finanze. I nostri prodotti e servizi per i **pagamenti**, i **risparmi**, gli investimenti, la previdenza e i finanziamenti sono semplici, chiari e convenienti.

Più di  
**2,5 mln**

di clienti privati utilizzano  
il **conto postale** e la  
**PostFinance Card**.

---

Attraverso gli uffici postali, le filiali PostFinance, i consulenti clienti commerciali, e-finance e il Servizio clienti assistiamo i nostri clienti 24 ore su 24 e su richiesta offriamo loro una consulenza personalizzata.

---

Trattiamo i nostri  
clienti

**alla pari.**

---

# Qualità e innovazione per oggi e per domani

Il mondo cambia: le soluzioni elettroniche modificano il nostro modo di vivere, lavorare e comunicare. La Posta si allinea a questa tendenza proponendo nuove soluzioni e, al tempo stesso, investe per rendere ancora più allettanti prodotti e servizi già collaudati. La lettera, infatti, resta il canale preferenziale per comunicare in modo efficace.

## INTERVISTA

Ulrich Hurni,  
responsabile PostMail



## POSTA-LETTERE

### È l'effetto che fa la differenza

La lettera gode di grande popolarità in Svizzera e per questo è e resta il core business della Posta. Abbiamo chiesto a Ulrich Hurni, responsabile PostMail, di parlarci della lettera, dei suoi punti di forza e del suo futuro.

Signor Hurni, gli studi\* dimostrano che nonostante la concorrenza dei mezzi di comunicazione elettronici la lettera continua a essere molto diffusa. Come si spiega questo dato?

La lettera convince per l'effetto che esercita e offre varie possibilità per coinvolgere i sensi del destinatario e solleticare la sua curiosità, attraverso il contenuto, il layout o il materiale. La lettera, inoltre, è un mezzo di comunicazione affidabile e attendibile: queste due qualità la rendono particolarmente amata da chi la riceve e spingono molti mittenti a utilizzarla.

Quali sono per la Posta le principali conclusioni tratte dagli studi?

I risultati degli studi dimostrano che la lettera cartacea continuerà a essere protagonista an-

che in un mondo sempre più digitale. E questi dati vengono confermati dalla realtà: nel 2011 la Posta ha recapitato oltre 2,3 miliardi di lettere indirizzate. Nell'ultimo anno, inoltre, il calo quantitativo registrato nel settore si è notevolmente attenuato. Per questo siamo convinti che la corrispondenza rimarrà un'attività di base e un pilastro fondamentale dell'azienda anche in futuro.

Che cosa fa la Posta perché la lettera rimanga un prodotto allettante negli anni a venire?

Investiamo nella qualità dei servizi e nel potenziamento delle tecnologie di lavorazione. Stiamo per esempio introducendo la spartizione in sequenze in tutta la Svizzera, il che significa che la corrispondenza viene smistata meccanicamente fino al livello delle cassette delle lettere. Più qualità ed efficienza fanno sì che il rapporto qualità/prezzo del prodotto rimanga interessante anche in futuro. Un altro punto a nostro vantaggio è il fatto di possedere solide conoscenze di marketing diretto che trasmettiamo ai clienti offrendo loro soluzioni ad hoc per gli invii pubblicitari.



Lettere  
intelligenti

LETTER ID

Identificazione e tracciabilità: grazie Letter ID le aziende possono sapere, in ogni momento e gratuitamente, dove si trova una determinata lettera di un invio in grandi quantità e pianificare meglio le fasi successive, come ad esempio i turni del servizio clienti.

Questo tratto distintivo dell'invio consente inoltre di gestire elettronicamente e con la massima flessibilità gli invii di ritorno.

## \*RISULTATI DI STUDI SELEZIONATI

**Il 68%**

degli svizzeri reputa seria un'azienda che spedisce la pubblicità per posta, mentre solo il 27% una che utilizza il canale della posta elettronica.

**Il 71%**

degli svizzeri, indipendentemente dalla fascia d'età, dichiara di voler continuare a ricevere le fatture per posta anche in futuro.



[www.posta.ch/effetto](http://www.posta.ch/effetto)



## SERVIZI

# Levata posticipata, flessibilità e sdoganamento meno caro

La Posta punta a rendere la lettera ancora più allettante attraverso una serie di investimenti mirati: nel 2011 il 93% dei circa 400 milioni di lettere è stato prelevato dalle buche non prima delle 17.00 e inoltre sono state introdotte 148 levate alle 19.00 (da lunedì a venerdì) e 222 la domenica alle 17.00. «In questo modo il nostro servizio viene notevolmente potenziato», afferma Heinz Brunner, responsabile del progetto Buche delle lettere di Rete postale e vendita. Per facilitare l'accesso alle buche oggi è possibile inoltre cercare quella più vicina su [www.posta.ch](http://www.posta.ch) o tramite Post-App. Grazie a personale appositamente formato e al monitoraggio elettronico si garantisce un'elevata affidabilità di lavorazione e recapito.

In oltre 200 uffici postali da oggi i clienti possono impostare i pacchi da recapitare il giorno

successivo fino alle ore 16.00. Nel 2011 il numero dei punti PickPost è salito a 365, il che permette ai clienti che di giorno sono fuori casa di ritirare gli invii dove fa loro più comodo, ad esempio in stazione o dal benzinai.

D'intesa con il Sorvegliante dei prezzi, dal 1° marzo 2012 la Posta semplificherà lo sdoganamento con un conseguente abbassamento delle tariffe soprattutto per l'importazione diretta di merci poco costose dai Paesi confinanti. Dal 1° ottobre 2011 vengono sdoganati gratis anche tutti gli invii importati da Swiss Post GLS e la cui imposta sul valore aggiunto e dazio all'importazione sono inferiori a 5 franchi.

## L'UFFICIO POSTALE PIÙ MODERNO DELLA SVIZZERA

# Ufficio postale integrato Horgen 1: tutti i servizi sotto un unico tetto

Spedire un regalo al nipotino che compie gli anni? Acquistare un nuovo cellulare? Stilare una pianificazione patrimoniale? A Horgen per fare tutte queste cose basta andare in posta una volta sola. Tutto questo perché il paese ospita l'ufficio postale più moderno della Svizzera.

### L'offerta completa che piace ai clienti

L'ufficio postale, ampio e luminoso, è uno dei fiori all'occhiello della Posta. I clienti possono vivere qui un'esperienza d'acquisto moderna: intorno alla zona d'attesa centrale dotata di comodi posti a sedere sono posizionati un

banco informazioni dove ricevere brevi delucidazioni sui servizi finanziari, quattro uffici per le consulenze di PostFinance, sei sportelli aperti e un PostShop con una ricca selezione di articoli di marca.

A completare l'offerta, che incontra il gradimento della clientela, un impianto di caselle postali, un Postomat e uno sportello speciale per i clienti commerciali.

Nel 2012 è prevista l'apertura di altri due uffici postali integrati a Martigny e Köniz, a cui ne seguiranno altri se il nuovo modello darà buoni risultati.

## Piano qualità 2011

### MISURE

Investimenti tecnologici

...

Semplificazione dello sdoganamento

...

Aumento punti PickPost

...

Prolungamento orari di accettazione e levata

...

Formazione del personale



## Ampio e luminoso

...

Nell'ufficio postale Horgen 1 sbrigare le commissioni diventa un piacere.

«Gli abitanti di Horgen sono entusiasti e notiamo con piacere che fanno anche un largo utilizzo dell'offerta di servizi finanziari di PostFinance.»

Roman Horber, responsabile ufficio postale Horgen 1

APP

## Le app della Posta: compagne di viaggio intelligenti

Pratiche, utili, aggiornate e rapide: le app della Posta hanno la risposta giusta a molte domande. Lo dimostrano i circa 250'000 clienti che le utilizzano.

### Post-App: dimmi dove

Volete sapere dove si trova l'ufficio postale più vicino, un Postomat o uno sportello per acquistare un biglietto per l'autopostale? Nessun problema se avete la Post-App: in pochi secondi l'applicazione vi darà tutte le indicazioni per arrivarci. L'ufficio postale è aperto fino alle 20.00? Gli invii espresso possono essere impostati anche di domenica? La Post-App vi fornirà queste e tante altre informazioni. Attraverso l'opzione di tracciamento degli invii potrete inoltre monitorare comodamente il percorso di lettere e pacchi e, grazie al listino prezzi integrato, conoscere i prezzi di spedizione aggiornati per la Svizzera e l'estero. «I clienti apprezzano la versatilità della Post-App. E gli oltre 246'000 download lo confermano», spiega Philipp Leuthold, responsabile progetto Media elettronici.



[www.posta.ch/mobile](http://www.posta.ch/mobile)



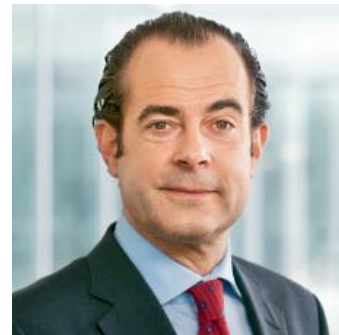
[www.postfinance.ch/app](http://www.postfinance.ch/app)

### PostFinance Mobile App: dimmi quanto

Fare un bonifico, controllare il saldo, ricaricare il cellulare o richiedere informazioni sulle quotazioni di 15 borse internazionali: sono 80'000 i clienti che effettuano tutte queste operazioni quando e dove lo desiderano grazie alla PostFinance Mobile App. «È lo sportello PostFinance più piccolo della Svizzera, entra comodamente in una tasca, ti segue ovunque ed è aperto 24 ore al giorno»: è così che Armin Brun, responsabile Mercato e distribuzione, descrive l'innovativo strumento. Gli utenti e-finance possono utilizzarlo addirittura per eseguire operazioni finanziarie come pagamenti di e-fatture. Con la PostFinance Mobile App, infine, si possono effettuare anche versamenti tramite polizza, che viene registrata e pagata grazie alla funzione Scan + Pay.

### INTERVISTA

Frank Marthaler,  
responsabile Swiss Post Solutions



#### Che ruolo gioca Swiss Post Solutions nella strategia della Posta?

I nostri clienti tendono sempre di più a prediligere la comunicazione elettronica. Per questo sviluppiamo per loro nuove offerte che mettono in collegamento il mondo fisico con quello digitale.

#### Può farci qualche esempio?

Le nostre soluzioni per documenti e di dialogo volte a rendere i processi commerciali più efficienti o ancora le offerte di ePost Product House, l'unità fondata nel 2011 che sviluppa prodotti elettronici non solo per la nostra azienda, ma anche per altre società postali di tutto il mondo.

#### Può indicarcene uno?

All'interno di ePost Product House abbiamo progettato la Swiss Post Box che viene commercializzata oggi da PostMail e che è stata venduta su licenza anche all'estero. Al momento stiamo lavorando ad altri progetti di sviluppo di prodotti.

### E-SERVICES

La Posta Svizzera punta a essere l'azienda più innovativa del settore e per le offerte elettroniche è già riuscita a raggiungere questo traguardo. Nel 2011, infatti, si è posizionata al 1° posto del «Postal e-services development

index», l'indice dell'Unione postale universale (UPU) che mette a confronto lo sviluppo digitale nelle categorie e-post, e-finance, e-commerce e e-government di 93 aziende postali.

«La Posta continua a crescere, anche grazie alla gestione delle innovazioni estesa a tutto il gruppo.»

Pierre-Yves Caboussat,  
responsabile Gestione innovazioni

### ePOST PRODUCT HOUSE

Nel 2011 la Posta ha accorpato le «e»-competenze dell'intero gruppo in ePost Product House con l'obiettivo, come spiega Beat Christen, responsabile della neonata unità, di «commercializzare e-prodotti nuovi e già esistenti in modo rapido, efficiente e professionale». L'offerta comprende l'identificazione elettronica sicura e la comunicazione pratica (Post SuisseID, IncaMail e Swiss Post Box).



## «Con «MyNewspaper» è il lettore a decidere cosa gli interessa.»

Roland Glauser,  
responsabile progetto «MyNewspaper»

### «MYNEWSPAPER»

## Il quotidiano su misura

Vi piacerebbe leggere la pagina sportiva di un quotidiano e le notizie di economia di un altro? Con «MyNewspaper» potete farlo: gli abbonati hanno a disposizione un ampio ventaglio di testate nazionali e internazionali da cui selezionano le rubriche in base alle proprie preferenze, componendo così un quotidiano davvero personalizzato che riceveranno il giorno successivo in formato elettronico o cartaceo.



[www.posta.ch/mynewspaper](http://www.posta.ch/mynewspaper)

### PAGAMENTO MOBILE

## «Apriti Sesamo»

Siete davanti a un distributore Selecta e avete voglia di una bibita o uno snack, ma siete a corto di contanti? Nessun problema se avete un conto postale: un SMS al 4455 con il numero del distributore agirà come un potente «Apriti Sesamo» presso più di 2200 apparecchi. Il distributore magicamente si sbloccherà consentendovi di procedere alla selezione del prodotto. Per usufruire del servizio basta effettuare la registrazione (una sola volta) a PostFinance Mobile.



[www.postfinance.ch/mobile](http://www.postfinance.ch/mobile)

### POST SuisseID

## Passaporto e penna virtuale

Post SuisseID, lo standard svizzero per l'identità e la firma digitale, offre ai clienti della Posta la possibilità di usufruire con semplicità di tecnologie di sicurezza all'avanguardia per il login sicuro e la firma digitale legalmente valida. L'innovativo servizio permette di velocizzare i processi aziendali elettronici e confermare l'autenticità dei documenti.



[www.postswissid.ch](http://www.postswissid.ch)



### SVIZZERA ORIENTALE

## Orari in tempo reale

Il mio autopostale oggi sarà in orario nonostante i lavori lungo la linea? La risposta per i passeggeri della Svizzera orientale arriva in pochi secondi, grazie all'applicazione orario in tempo reale di AutoPostale con cui i clienti possono richiedere informazioni su tutte le corse dal proprio cellulare. L'offerta verrà introdotta gradualmente in tutto il Paese.

### INTERNET

## Wi-Fi gratuita sugli autopostali

Navigare gratis anche in viaggio: per andare incontro a questa nuova esigenza dei passeggeri, nel 2011 AutoPostale ha avviato una sperimentazione nel Basso Vallese. Nell'arco di quattro mesi, a bordo di sei veicoli dotati di antenne Wi-Fi si sono registrati 1500 tra smartphone e tablet PC. Oggi l'azienda vuole offrire un servizio internet gratuito e capillare e da aprile 2012 attrezzerà i primi veicoli.

### SWISS POST BOX

## La cassetta delle lettere digitale

È l'alternativa elettronica sicura alla cassetta delle lettere tradizionale e consente ai clienti della Posta di accedere in ogni momento e da ogni luogo alla propria corrispondenza cartacea gestendola comodamente come un'e-mail. Dal 2011 la Swiss Post Box viene distribuita su licenza con il nome di «ePostbox» nei Paesi europei di lingua inglese.



[www.swisspostbox.com](http://www.swisspostbox.com)



## «Che cosa possiamo fare per voi?»

La Posta trasporta merci e prodotti da un luogo all'altro, ma non solo. Fa molto di più: realizza soluzioni davvero sorprendenti, flessibili e personalizzate, tagliate su misura per le esigenze e i processi dei suoi clienti.

### BEVANDE



#### Una frizzante collaborazione

Coca-Cola HBC Svizzera SA rifornisce più di 62'000 supermercati, edicole, cinema, stadi, ristoranti e bar di tutta la Svizzera. L'azienda mette a disposizione dei clienti 38'000 frigoriferi, 4600 distributori automatici e 4400 impianti di spillatura. Nel 2011 la Posta ha rilevato l'organizzazione del servizio assistenza di Coca-Cola e si occupa ora del montaggio, della manutenzione e della sostituzione di frigoriferi, distributori automatici e impianti alla spina.

### RECYCLING AT HOME



#### Caffè verde

Bere del buon caffè senza inquinare? Grazie al progetto Recycling at home nato dalla collaborazione tra Nespresso e Posta da oggi è possibile. Chi ordina cialde di caffè alla Nespresso riceve su richiesta un sacchetto per le capsule usate. All'ordinazione successiva gli verrà comunicato per SMS o e-mail quando dovrà riporre il sacchetto pieno nella cassetta di deposito. Qui verrà prelevato dal postino che lo consegnerà alla Nespresso, la quale si occuperà del riciclaggio. La reazione dei clienti è stata positiva. Nel 2012 il servizio verrà esteso a tutta la Svizzera.



[www.ecolaboration.com](http://www.ecolaboration.com)

### INFORMARE MEGLIO



#### In vacanza con la Posta

Informarsi è importante, anche quando si sta per partire. Su [www.holiday-infoshop.com](http://www.holiday-infoshop.com) i viaggiatori troveranno informazioni su varie destinazioni in Germania, Austria, Alto Adige e Svizzera. La Posta offre ai tour operator la possibilità di presentare gratis i propri cataloghi, assicurandosi in cambio la spedizione del materiale pubblicitario richiesto. Per gli alberghi la Posta produce l'URLAUBSZEITung che fornisce ai clienti prima della partenza informazioni su offerte alberghiere, attività ricreative e condizioni meteo. Per gli albergatori il vantaggio è notevole: gli ospiti informati spendono di più.



2	Prefazione
4	Offerte di qualità per i nostri clienti
10	Buoni risultati in un contesto difficile
16	Qualità e innovazione per oggi e per domani

24	Un datore di lavoro interessante e responsabile
30	Per una Svizzera attiva ed efficiente
36	Tutela del clima al centro
44	Corporate Governance

## SOLUZIONI GLOBALI

# Dalla BahnCard personale alla distinta di paga confidenziale

La Posta Svizzera fornisce alla Deutsche Bahn tutta una serie di prestazioni. Oltre alla registrazione e alla produzione della BahnCard, con ePostSelect e IncaMail la cliente dispone ora anche di una soluzione per la comunicazione confidenziale con i collaboratori.

Compiendo un importante passo verso l'avvenire elettronico, la Deutsche Bahn ha delegato alla Posta Svizzera la comunicazione fisica e digitale con il suo personale: da inizio 2012 la Posta riceve i dati sui conteggi delle spese di viaggio e delle remunerazioni e produce una stampa fisica completa. Dopo il roll-out fisico i collaboratori ricevono una comunicazione con le istruzioni per registrarsi in ePostSelect mediante un codice personale e ricevere in futuro i documenti personali in modo sicuro tramite IncaMail, in formato elettronico. Per i collaboratori l'adesione alla procedura è facoltativa.

Per il recapito viene utilizzata la comprovata tecnologia IncaMail, il servizio della Posta Svizzera facile da utilizzare per l'in-

vio sicuro e certificato di e-mail confidenziali. In questo modo la Deutsche Bahn si avvantaggia anche di una riduzione dei costi.

### Processi aziendali scorporati

Dal 2007 la Posta Svizzera evade per conto della Deutsche Bahn anche i processi inerenti alla BahnCard, tessera dietro la quale si cela il più importante programma di fidelizzazione della clientela delle ferrovie tedesche. La Posta Svizzera fornisce consulenza e coordina l'intero iter, dalla registrazione dei dati fino alla produzione e personalizzazione della BahnCard.

## SecureCube

«SecureCube è probabilmente la banca più piccola del mondo.»

Martin Zbinden,  
responsabile Marketing e vendite

Con SecureCube i clienti commerciali possono versare i propri incassi in contanti in tutta sicurezza e comodità. Il terminale di versamento intelligente è dotato di un lettore di banconote automatico in grado di elaborare diverse valute e riconoscere il denaro falso. I soldi versati vengono custoditi nella cassaforte integrata e accreditati con la valuta corrispondente sul conto indicato.

Il risparmio di tempo è notevole in particolare per le imprese con incassi in contanti da piccoli a medi, non solo perché il controllo delle entrate della giornata è molto più veloce, ma anche perché non è più necessario andare in banca o in posta a versarle. I rapporti, la vuotatura e la manutenzione degli apparecchi vengono eseguiti dalla società del gruppo SecurePost SA.



## goCOMMERCE

# Vendere non è mai stato così facile

Mettere in rete prodotti interessanti e guadagnare, il tutto con pochi clic. Anche le PMI oggi possono farlo, grazie a goCommerce, la soluzione shop online della Posta. I clienti scelgono il design del sito, senza preoccuparsi della programmazione, e sbrignano autonomamente gli ordini dal cockpit, mentre la Posta elabora i pagamenti con la soluzione di pagamento online PostFinance integrata e consegna la merce. «La nostra offerta completa è molto apprezzata», afferma Stefan Altorfer, manager prodotti goCommerce.

 [www.posta.ch/gocommerce](http://www.posta.ch/gocommerce)





---

## Offerte di qualità

---

I tempi e le persone **cambiano**, così come le mode. Che fare allora del vestito che ci piaceva tanto? Con ago e filo cerco di **adattarlo** sempre alle richieste delle mie clienti e sono felice quando le vedo tornare a casa con un sorriso.

Il comportamento e le abitudini dei clienti sono in continua evoluzione. È per questo che **sviluppiamo costantemente la nostra rete**, per essere sempre presenti dove c'è bisogno di noi: nei negozi di paese o direttamente a domicilio, ma anche nei nuovi agglomerati urbani e nei centri economici. Grazie alla Post-App, infine, i nostri clienti sanno dove trovarci anche quando sono in viaggio: **sempre dietro l'angolo**.

# Una rete ottimale per la Svizzera.

---

La nostra rete conta attualmente **3607** punti di accesso, tra cui **1851** uffici postali, **427** agenzie e **1226** servizi a domicilio.

Attraverso **43** filiali PostFinance, di cui **17** abilitate al traffico dei pagamenti, e **933** Postomat garantiamo ai nostri clienti un accesso rapido e capillare ai servizi finanziari.

In **725** punti PickPost (dato di gennaio 2012) offriamo la possibilità di ritirare lettere e pacchi anche ben oltre gli orari di apertura degli uffici postali. Inoltre mettiamo a disposizione più di **15'000** buche delle lettere in tutta la Svizzera.

Presso **48** sedi, infine, la Posta prende in consegna gli invii dei clienti commerciali, con un servizio interamente orientato alle loro esigenze specifiche.

# Un datore di lavoro interessante e responsabile

La Posta impiega più di 61'000 persone di 130 nazionalità in oltre 100 professioni. Ognuno con la sua storia, esperienza e progetto di vita. La Posta offre condizioni d'impiego progressiste e modelli di tempo di lavoro all'avanguardia e attribuisce particolare importanza alla formazione professionale, all'aggiornamento e alla promozione dei giovani.



## INTERVISTA

Yves-André Jeandupeux,  
responsabile Personale

**Signor Jeandupeux, quali sono secondo lei le sfide principali per i collaboratori?**

Il mondo è in continua evoluzione: il comportamento dei clienti cambia, la concorrenza incalza, la società diventa sempre più digitalizzata e invecchia progressivamente. Non possiamo certo restare fermi a guardare.

**Che cosa significa concretamente tutto questo per la politica del personale?**

Dobbiamo essere aperti ai cambiamenti. Per questo promuoviamo la cultura della performance e dell'innovazione, puntiamo sulla diversità e investiamo nella formazione e nella gestione della salute sul lungo periodo.

**Che cosa attende il personale nei prossimi anni?**

Ci sono due interventi importanti che toccheranno da vicino i collaboratori: le trattative con le parti sociali per il nuovo contratto collettivo e il consolidamento della nostra cassa pensioni.

## MUOVITI CON NOI

### Collaboratori forti per una Posta forte

Conciliare lavoro, famiglia, tempo libero e impegni extralavorativi sta diventando sempre più importante per molti collaboratori. Per questo la Posta offre loro condizioni d'impiego eque e interessanti.

#### Equilibrio tra vita privata e lavoro

Chi riesce a realizzare il proprio progetto di vita lavora meglio e di più. La nostra azienda promuove pertanto un giusto equilibrio tra vita professionale e vita privata e si affida a modelli di tempo di lavoro moderni: orario flessibile, tempo parziale (grado d'occupazione inferiore al 90%), orario di lavoro annuale, job sharing e telelavoro. Nel 2011 il 48% dell'organico complessivo della Svizzera ha lavorato part-time. L'11% dei quadri ha un grado d'occupazione a tempo parziale e il 25% degli uomini pari o inferiore al 90%.

#### Vivere la diversità

Alla Posta lavorano persone che provengono da più di 130 Paesi e che svolgono più di 100 mestieri diversi. Questa varietà tuttavia va

ben oltre la nazionalità: i gruppi di lavoro sono infatti composti da persone disabili, di diverse generazioni e con culture e stili di vita differenti. Questi team variegati riflettono la diversità e la poliedricità dell'utenza e ci permettono di creare un valore aggiunto per l'azienda e per i clienti abituandoci a comprendere meglio le loro esigenze.

#### CCL Posta: tutt'altro che nella media

Il 95% del personale del gruppo in Svizzera (circa 36'000 collaboratori) è impiegato ai sensi del CCL Posta e percepisce uno stipendio calcolato in base a funzione, esperienza e rendimento. Il CCL Posta garantisce assegni sociali superiori alla media, premi legati alle prestazioni e agevolazioni varie tra cui buoni del personale, abbonamento metà prezzo gratuito, condizioni speciali per l'abbonamento a Mobility® CarSharing, appartamenti di villeggiatura a prezzi convenienti e altre offerte esterne. I contratti di lavoro dei quadri e del personale altamente qualificato si basano in larga misura sul Codice delle obbligazioni. Le condizioni di lavoro alla Posta si orientano ai migliori standard applicati nel settore e nel Paese.

## → CIFRE E FATTI

### Impegno e disponibilità

Grande impegno da parte del personale: con **83** punti su 100 l'indice «Impegno» si è mantenuto sullo stesso livello del 2010.

### Percentuale di collaboratori part-time

Il **48%** dei collaboratori lavora a tempo parziale. Di questi il **24,5%** sono uomini.

### Percentuale di persone in formazione

**2000** giovani effettuano il tirocinio alla Posta.

### Percentuale di donne in posizioni dirigenziali

Il **23,2%** dei circa **5300** posti dirigenziali è assegnato a donne.

## INTERVISTE



Natalia Marcucci,  
responsabile settore di uffici postali Renens

### Equilibrio tra famiglia, lavoro e aggiornamento

Il part-time è un'ottima soluzione per Natalia Marcucci, dirigente con due figli.

#### Ricoprire una posizione dirigenziale lavorando part-time: come si conciliano le due cose?

Perfettamente. Lavoro all'80%, il che mi permette di definire in modo flessibile le mie priorità e di svolgere interamente il mio lavoro.

#### Come organizza il tempo per il lavoro e quello per la famiglia?

La Posta mi è venuta incontro concedendomi dal 2003 la possibilità di sperimentare diverse varianti: due pomeriggi liberi, due mattine libere e un mix tra le due soluzioni. Al momento il mercoledì non lavoro.

La Posta mi assiste anche nell'aggiornamento professionale: in passato ho seguito il modulo «Leadership» presso l'Associazione svizzera per la formazione gestionale SVF-ASFC e attualmente sto frequentando il modulo «Management». Quello che imparerò mi servirà di sicuro sia sul lavoro che in famiglia.



Thomas Gassmann,  
trainee

### Un'occasione d'oro che auguro a tutti

Nell'ambito del programma aziendale Trainee, Thomas Gassmann ha lavorato per sei mesi presso SPI-Singapore.

#### Subito dopo aver completato gli studi in economia è approdato alla Posta come trainee. Consiglierebbe lo stesso percorso ad altri?

La formazione è eccellente e soprattutto molto pratica. Presso Swiss Post Solutions ho avuto subito la possibilità di partecipare a un progetto di definizione e introduzione di un sistema di gestione ambientale basato su ISO 14001, acquisendo così esperienza nella gestione di progetti e nella consulenza ai clienti. È chiaro, serviva spirito d'iniziativa, come anche per il mio soggiorno a Singapore.

#### Com'è stato lavorare per SPI-Singapore?

Completamente diverso. Tutto è impostato in modo molto più familiare e si tende molto meno a separare vita privata e lavoro. Ho apprezzato molto il fatto di poter contribuire attivamente alla gestione del progetto con le mie idee ed esperienze: questo mi ha aiutato anche a preparare il terreno per il sistema di gestione.



Barbara Zwahlen,  
sost. team leader Recapito Ins

### Avere sempre qualcosa da imparare

Dopo aver seguito il programma ValiPoste, Barbara Zwahlen ora sta affinando le sue competenze gestionali.

#### Che cosa le piace di più del suo lavoro?

Il fatto di andare in giro, essere a contatto con i clienti e potermi organizzare autonomamente durante i giri di recapito. Nella posizione attuale ho ancora più responsabilità e i compiti sono più vari: questo è un altro aspetto che apprezzo molto.

#### Com'è stata l'esperienza ValiDist?

Ho ricevuto un bel contributo dalla Posta e ho potuto frequentare i corsi nelle ore di lavoro. In campo logistico ora sono molto più "ferrata" e grazie al diploma riconosciuto a livello federale sono più vendibile sul mercato del lavoro.

#### E adesso?

Mi è stato chiesto di ottenere la qualifica di team leader e naturalmente ho accettato, perché mi piace avere sempre qualcosa di nuovo da imparare.



FORMAZIONE E PERFEZIONAMENTO

## Alla Posta non si finisce mai di imparare

La Posta vuole accrescere la produttività e intensificare la propria spinta innovativa. Per questo promuove in modo mirato i giovani e stimola il personale a perfezionare costantemente le proprie conoscenze e competenze.

In un sondaggio condotto dall'azienda Multi-check nell'anno in esame 10'000 studenti hanno indicato la Posta come il datore di lavoro più interessante del Paese. Un dato soddisfacente, dato che l'azienda impiega circa 2000 persone in formazione. «Vogliamo formare giovani qualificati non solo per la Posta, ma anche per l'economia in generale», spiega Pierre Marville, responsabile Formazione professionale Posta. «In questo modo ci assumiamo un'importante responsabilità sociale». Anche se il maggior numero di posti di tirocinio offerti si concentra nei settori della logistica, del commercio al dettaglio, dell'informatica e delle professioni commerciali, l'azienda ricerca anche mediamatici, operatori in automatica, operatrici di edifici e infrastrutture o conducenti di autocarri. Tutte le formazioni sono riconosciute dall'Ufficio federale della formazione professionale e della tecnologia (UFFT).

Le persone in formazione lavorano «a rotazione» in varie unità e spesso anche in altre regioni linguistiche. La Posta gestisce anche otto uffici postali degli apprendisti, ovvero uf-

fici che vengono diretti da futuri impiegati del commercio al dettaglio al 2° e al 3° anno di tirocinio sotto la guida di collaboratori esperti. Nel 2011 i giovani che hanno concluso la formazione alla Posta sono stati 582, con risultati positivi nel 98,8% dei casi. Oltre a essere molto richiesta in azienda, questa qualifica offre ottime opportunità di inserimento nel mondo del lavoro. La quota di persone in formazione rispetto all'organico complessivo è pari al 5,1%.

### Un ampio ventaglio di corsi e seminari

Con la sua ricca offerta formativa che combina sempre più moduli didattici elettronici, lezioni frontali e strumenti tipici dei social network come chat, blog, wiki e podcast, la Posta mira a promuovere competenze gestionali, sociali, personali e metodologiche. Le unità del gruppo organizzano numerosi corsi e seminari specifici. La Posta sostiene coloro che desiderano seguire un perfezionamento offrendo un contributo finanziario o conteggiando le ore di lezione come tempo di lavoro.

«La Posta offre ogni anno circa **750 posti di tirocinio** in **dodici professioni**, il che porta una ventata d'aria fresca in azienda.»

La Posta stimola e promuove. In modo vario e professionale.

FORMAZIONE PROFESSIONALE

### Esperti in logistica

1400 collaboratori con formazione di monopolio della Posta possono ottenere un attestato federale di capacità pur continuando a lavorare.

### Un ponte tra scuola e lavoro

Il pretirocinio pratico in un centro lettere: un'ottima chance per chi non ha trovato un posto di tirocinio.

### Muovere i primi passi nel mondo del lavoro

La Posta offre ai neolaureati la possibilità di fare esperienza sul campo seguendo un programma Trainee.

### Più fondi per il perfezionamento

Nel 2011 la Posta ha investito 5 milioni di franchi in più per la qualifica di base, il perfezionamento o la formazione di recupero del personale.



2 Prefazione  
4 Offerte di qualità per i nostri clienti  
10 Buoni risultati in un contesto difficile  
16 Qualità e innovazione per oggi e per domani

24 Un datore di lavoro interessante e responsabile  
30 Per una Svizzera attiva ed efficiente  
36 Tutela del clima al centro  
44 Corporate Governance

## RESPONSABILITÀ SOCIALE

### La Posta offre prospettive

La Posta fa tutto il possibile per evitare licenziamenti per motivi economici e, in caso di riorganizzazioni, non abbandona i suoi collaboratori. «Cerchiamo sempre di trovare una buona soluzione per tutti insieme al diretto interessato», spiega René Heiz, responsabile del progetto Attuazione piano sociale. «Ciò significa che valutiamo insieme al collaboratore delle misure di riqualificazione professionale oppure lo assistiamo nella ricerca di un nuovo impiego attraverso il nostro Mercato del lavoro».

#### Piano sociale unitario

Dal 1° gennaio 2011 a tutte le ristrutturazioni si applica un piano sociale unitario che è parte integrante del CCL. Le trattative per la definizione di misure di accompagnamento vengono avviate solo qualora la riduzione dei posti di lavoro a seguito di modifiche dell'organizzazione aziendale interessa almeno 450 collaboratori e 250 posti di lavoro a tempo pieno. Il nuovo piano sociale contempla quattro possibilità: assistenza nella ricerca di impiego all'interno e all'esterno in caso di mantenimento temporaneo dell'occupazione presso la Posta, uscita anticipata accompagnata da misure di perfezionamento professionale, avvio di un'attività in proprio o servizio di assistenza da parte di un'agenzia di collocamento. «Il piano sociale promuove la collaborazione tra le

parti al fine di definire una soluzione il più possibile condivisa», precisa Heiz. In questo modo i collaboratori si rendono maggiormente conto delle proprie competenze, dei propri desideri, ma anche delle proprie responsabilità.

#### Pari opportunità per tutti

Assumersi le proprie responsabilità sociali per la Posta significa molto di più: da anni l'azienda cerca di offrire un impiego alle persone con capacità lavorativa ridotta. Attualmente per il gruppo in Svizzera lavorano circa 833 persone con una disabilità. Inoltre l'età del pensionamento viene adeguata in modo flessibile alle esigenze dei collaboratori, che possono scegliere di andare in pensione tra i 58 e i 67 anni o optare per modelli di pensionamento parziale.

#### Una mano nelle difficoltà

Non sempre in caso di malattia, incidente o evento analogo tutti i costi sono coperti. La Posta assiste i collaboratori e i pensionati con sovvenzioni e prestiti a tassi agevolati erogati dal Fondo del personale.

#### Assistenza nei cambiamenti professionali

Che opportunità ho sul mercato del lavoro interno ed esterno? Il Mercato del lavoro ricerca le possibili risposte insieme ai collaboratori nel corso di colloqui di bilancio e seminari.

#### Mai soli anche nei momenti di crisi

In caso di difficoltà finanziarie o personali, conflitti, problemi di dipendenza o mobbing, la Posta offre assistenza e aiuto concreto, in modo confidenziale, neutrale e gratuito.



«Grazie alle condizioni di lavoro esemplari che offre, la Posta continua a essere percepita come un datore di lavoro interessante.»

Rolf Simon,  
responsabile Gestione della salute

## GESTIONE DELLA SALUTE IN AZIENDA

### La Posta crea un ambiente di lavoro accogliente

«La Posta ha bisogno di collaboratori motivati, sani ed efficienti», afferma Rolf Simon, responsabile Gestione della salute. Un buon motivo per investire in modo sistematico nella gestione della salute in azienda. Una sfida che la Posta raccoglie con successo, come dimostra il «Friendly Work Space®», il marchio di qualità unico al mondo che connota le aziende con un «ambiente di lavoro sereno e vivibile». Sei unità del gruppo su sette hanno già ricevuto il prestigioso riconoscimento, mentre Swiss Post Solutions e le unità di gestione e servizi si stanno preparando per ottenerlo. Tutte hanno lo stesso obiettivo: tutelare la salute del proprio personale.

#### Prevenire malattie e infortuni

Per la prevenzione degli incidenti e delle patologie professionali la Posta ha sviluppato una serie di basi, condizioni generali e strumenti pratici validi per tutte le unità. I superiori seguono delle formazioni che li sensibilizzano sul loro ruolo di modelli per i collaboratori: devono infatti saper mostrare come evitare comportamenti scorretti e come assumere una maggiore responsabilità nei confronti della propria salute nella vita di tutti i giorni.







Prenotare i biglietti per il teatro, richiedere un servizio di sartoria o far consegnare 111 rose rosse in camera a mezzanotte: lavorando alla reception sono sempre al servizio dei nostri ospiti. Ognuno di loro è unico e ha delle **richieste specifiche**. Io faccio in modo che **tutto funzioni** alla perfezione e che il cliente non debba preoccuparsi di nulla.

Per tutto quello che è **logistica** i nostri **clienti** non **devono preoccuparsi di nulla**. L'offerta è tagliata su misura per le loro esigenze, l'evasione delle richieste viene eseguita con la massima precisione e la consegna al momento giusto nel posto giusto.

# 9

centri logistici all'avanguardia in tutta la Svizzera. Per essere sempre vicini al cliente.

Dalla spedizione più semplice a quella più complessa: la Posta è il numero uno per la logistica in Svizzera e offre un servizio a 360 gradi per gli invii urgenti e per corriere, i pacchi leggerissimi e i carichi di tonnellate, le soluzioni di stoccaggio personalizzate e le spedizioni oltre confine, il tutto gestito elettronicamente.

# Per una Svizzera attiva ed efficiente

La Svizzera e la Posta: da oltre 150 anni una coppia inseparabile, che cresce e cammina mano nella mano. Oggi come allora la Posta fornisce servizi utili all'economia e alla popolazione assumendosi sempre le proprie responsabilità sociali. Due impegni che manterrà anche in futuro.

## INTERVISTA

Patrick Salamin,  
responsabile Rete postale e vendita



## SERVIZIO DI BASE

### Una rete flessibile e ottimale

Rete postale e vendita è responsabile della rete degli uffici postali e della soddisfazione dei clienti al loro interno.

Signor Salamin, attraverso gli uffici postali la Posta offre un contributo significativo alla fornitura del servizio di base. Come percepisce questa vicinanza ai clienti?

Per la maggior parte dei cittadini svizzeri l'immagine della Posta coincide con quella del personale di recapito e dei collaboratori che lavorano all'interno degli uffici postali. Per questo le tematiche postali d'attualità vengono spesso discusse allo sportello. La gente si sente colpita soprattutto in caso di modifiche alla rete degli uffici postali. La questione è tanto politica quanto emotiva. Spesso si dimentica però che il servizio di base viene garantito. Almeno il 90% degli svizzeri deve poter raggiungere con i mezzi pubblici una struttura postale nell'arco di 20 minuti, requisito che non può venire meno anche in caso di sviluppo della rete.

La rete degli uffici postali è in costante evoluzione. Per quale motivo?

Le abitudini dei clienti sono molto cambiate, così come le possibilità tecnologiche, entrambe con conseguenze dirette sul nostro core business. Allo sportello elaboriamo circa il 43,2% di pacchi, il 58,7% di lettere e il 26,6 di pagamenti e versamenti in meno rispetto al 2000. Un'ottimizzazione della rete era quindi indispensabile. Vogliamo offrire i nostri servizi laddove c'è una maggiore richiesta e nella forma più adeguata alle rispettive circostanze. Per questo abbiamo sviluppato diversi formati.

Intravede una fine nello sviluppo della rete?

No, lo sviluppo della rete è diventato un compito permanente. Inoltre, non dimentichiamolo: è giusto e normale che il servizio di base costi denaro. Il problema è che questo costo è molto elevato. Anche per questo ottimizziamo la rete degli uffici postali. Il numero dei punti di accesso resta costante, il formato può cambiare. Adempiamo al nostro incarico di fornitura del servizio di base e siamo decisamente più efficienti e orientati al cliente di prima. Ed è questo quello che conta.

## → NUOVE FORME D'ESERCIZIO

### Ufficio postale con nuova immagine

L'ufficio postale è ubicato all'interno di un grande negozio, ad esempio un centro commerciale, o viene gestito come filiale indipendente in un punto centrale di forte passaggio. I clienti vengono serviti da personale della Posta e possono effettuare versamenti senza contanti, impostare lettere e pacchi e sbrigare operazioni postali importanti.

### Punti clienti commerciali serviti e self-service

Per il punto clienti commerciali servito, la Posta prende in affitto da terzi degli spazi in

zone industriali o artigianali. L'infrastruttura e gli orari d'apertura sono concepiti per rispondere alle esigenze dei clienti commerciali. La variante self-service è un locale a sé stante o separato a cui i clienti hanno un accesso esclusivo. In entrambe le tipologie di servizio i clienti commerciali possono impostare lettere e pacchi.

### Agenzia postale «servita»

Su incarico della Posta un partner offre tutti i servizi postali principali, versamenti senza contanti inclusi, e serve i clienti all'interno del suo negozio a un bancone separato.

MOBILITÀ

## Una rete pulsante

AutoPostale offre soluzioni di mobilità efficienti e ben strutturate. Su scala nazionale, giorno dopo giorno.



### Sei volte e mezzo la circonferenza della Terra

Lunga più di 10'000 km e molto ramificata, quasi come il sistema circolatorio umano: queste due delle caratteristiche della rete AutoPostale, a cui si aggiunge la grande efficienza e una lunghezza pari al doppio della rete ferroviaria elvetica. Oltre 2100 veicoli AutoPostale coprono infatti quasi il 40% della rete dei trasporti pubblici della Svizzera percorrendo ogni anno circa 100 milioni di km. In altre parole, fanno ogni giorno sei volte e mezzo il giro della Terra. AutoPostale offre un contributo significativo alla gestione delle esigenze di mobilità in crescente aumento della popolazione. «Per questo il nostro servizio è più richiesto che mai», spiega Daniel Landolf, responsabile AutoPostale. Gli oltre 3300 collaboratori dell'azienda e dei circa 200 imprenditori di AutoPostale – imprese radicate a livello locale che forniscono servizi di trasporto su incarico di AutoPostale Svizzera SA – traspor-

tano ogni anno più di 120 milioni di passeggeri. Oltre a collegare le aree rurali e urbane e consentire l'accesso alle principali arterie dei trasporti pubblici, l'azienda gestisce numerose linee negli agglomerati e nei centri ad alta concentrazione urbana e industriale. AutoPostale è molto attenta alla tutela dell'ambiente e promuove lo sviluppo di tecnologie rispettose del clima (cfr. pag. 39).

### Una posizione di vantaggio

In Svizzera, AutoPostale è leader nel trasporto pubblico su bus non solo per quanto riguarda i servizi di trasporto veri e propri. L'azienda gode di un netto vantaggio rispetto alla concorrenza anche nelle funzioni di gestione dei sistemi come il conteggio dei passeggeri, il controllo dei titoli di viaggio e gli incassi, l'implementazione dei sistemi informativi per passeggeri o la fornitura globale di sistemi di vendita. AutoPostale offre questi servizi anche a terzi.

«Grazie ad AutoPostale il servizio di trasporto pubblico svizzero è capillare.»

Daniel Landolf,  
responsabile AutoPostale

Per il trasporto pubblico in Svizzera **AutoPostale** gioca un ruolo chiave.

I NUMERI

3381

...  
**collaboratori** (conducenti degli imprenditori di AutoPostale compresi).

2145

...  
**veicoli** di AutoPostale trasportano ogni anno...

124

...  
**milioni** di passeggeri.

11'102

...  
**chilometri** è la lunghezza complessiva della rete di AutoPostale.

104

...  
**milioni di chilometri** sono stati percorsi da AutoPostale nel 2011.



#### E-TOILE

## Via libera alla cartella clinica elettronica

eHealth Suisse ha promosso a pieni voti e-toile, la cartella clinica elettronica della Posta e del Cantone di Ginevra.

Il progetto e-toile è stato avviato a titolo sperimentale nel febbraio 2011 in quattro Comuni del Cantone di Ginevra. La cartella clinica elettronica è stata elaborata dalla Posta Svizzera in collaborazione con il Cantone romando per mettere in collegamento il paziente con gli operatori del settore attraverso una piattaforma sicura che consente a medici, ospedali, farmacie e laboratori da lui selezionati di accedere ai suoi dati sanitari. In questo modo il paziente ha la certezza che in caso di necessità chi di dovere abbia a disposizione tutte le informazioni necessarie sul suo conto.

#### Apripista per eHealth

eHealth Suisse, l'organo di coordinamento della Confederazione e dei Cantoni, ha sottoposto e-toile all'esame di un ufficio indipendente. Il progetto ha ottenuto ottimi risultati da tutti i punti di vista ed è stato addirittura insignito del riconoscimento più alto, l'etichetta «Interregionale». Nel rapporto finale il progetto è stato definito «precursore dell'ulteriore sviluppo della strategia eHealth Svizzera» e «potenzialmente in grado di diventare una soluzione esemplare».

Per accedere in modo rapido e sicuro alla cartella clinica elettronica i pazienti possono utilizzare la tessera d'assicurato, SuisseID o la «Carte Patient» elaborata dalla Posta per progetti sperimentali.

Sulla scia di Ginevra altri Cantoni sono interessati ad avviare sperimentazioni con la Posta.

#### CENSIMENTO

Su incarico dei Cantoni e dei Comuni, dal 2007 la Posta ha contattato per iscritto decine di migliaia di amministrazioni e proprietari immobiliari. Scopo di tale operazione è il censimento che dal 2010 viene eseguito annualmente sulla base dei registri ufficiali. La Posta ha confrontato i dati raccolti con quelli dei registri e ha assegnato un numero agli abitanti e alle abitazioni. Per completare i dati circa 2000 collaboratori hanno perlustrato 97'000 edifici con 711'410 abitazioni. Complessivamente sono stati rilevati 1,144 milioni di abitazioni e 2,548 milioni di persone.

#### AMMINISTRAZIONE PUBBLICA



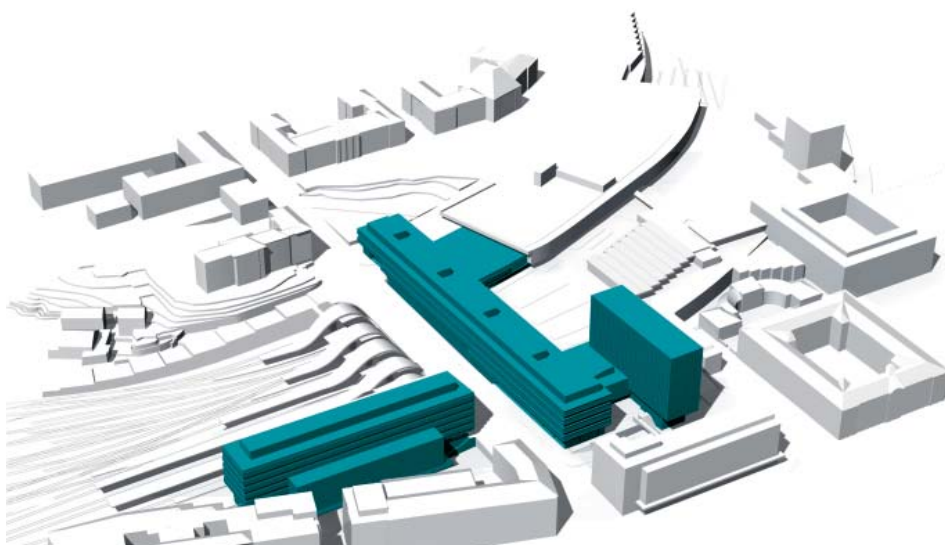
PostFinance finanzia le città e i Comuni svizzeri e si afferma come numero uno indiscusso in questo mercato. I Comuni elvetici che possiedono il label «Città dell'energia» o che lo otterranno entro il 2015 e che richiedono a PostFinance un finanziamento pluriennale beneficiano di un bonus energetico pari allo 0,02% dell'importo richiesto per anno di durata del finanziamento. A fine 2011 erano stati erogati così più di 550'000 franchi.

«Con la cartella clinica elettronica la strategia eHealth in Svizzera fa un altro passo avanti.»

Renato Gunc,  
responsabile eMarkets Swiss Post Solutions

2 Prefazione  
 4 Offerte di qualità per i nostri clienti  
 10 Buoni risultati in un contesto difficile  
 16 Qualità e innovazione per oggi e per domani

24 Un datore di lavoro interessante e responsabile  
 30 Per una Svizzera attiva ed efficiente  
 36 Tutela del clima al centro  
 44 Corporate Governance



**IMMOBILI**

## La Posta cambia il volto delle città svizzere

In tutte le principali città della Svizzera, tra cui Zurigo, Berna, Losanna, Ginevra, Winterthur e Frauenfeld, gli ex centri lettere vengono convertiti in immobili di prestigio attraverso interventi di riqualificazione volti a migliorare l'assetto urbano e ad animare il centro città. Da un lato la Posta cede i propri centri di produzione destinandoli a nuovi usi, dall'altro si trasforma sempre più in committente di grandi progetti.

Entro il 2015 al posto della Schanzenpost di Berna sorgerà il PostParc, un nuovo complesso urbano collocato in prossimità dell'uscita ovest della stazione, che ospiterà uffici, studi medici e legali, sale conferenze, riunioni e di-

dattiche, oltre che negozi e ristoranti. E naturalmente un ufficio postale, una filiale PostFinance e la stazione AutoPostale per i clienti della Posta.

### Nuove sedi principali a Berna

Il nuovo quartier generale della Posta, il cui cantiere partirà nel 2012, sorgerà a Wankdorf City. Entro il 2013 PostFinance avrà a disposizione un palazzo a 13 piani proprio accanto alla PostFinance Arena che sarà in grado di ospitare 870 collaboratori. Gli investimenti stanziati per i due progetti ammontano a circa 424 milioni di franchi.

**COMMERCIO ELETTRONICO**

## Post SuisselD velocizza l'e-business

Il commercio elettronico cela un enorme potenziale. «Permetterebbe di semplificare e velocizzare un gran numero di transazioni, il tutto a vantaggio dell'economia svizzera», spiega la Consigliera federale Doris Leuthard. Requisito essenziale del passaggio al commercio elettronico è lo standard nazionale per l'identificazione e la firma digitale creato dalla Segreteria di Stato dell'economia (SECO) e battezzato SuisselD.

Il prodotto Post SuisselD si basa su questo standard e funge sia da carta d'identità digitale che da penna elettronica. Chi ne è in possesso può identificarsi su internet e sottoscri-

vere documenti in formato PDF apponendo una firma legalmente valida.

Post Suisse ID dà continuo slancio al commercio elettronico in campo economico e amministrativo. Oltre alla firma di documenti il prodotto consente infatti di accedere all'intranet aziendale dall'esterno, di visualizzare il proprio conto fiscale personale, di richiedere l'estratto online del casellario giudiziale e, da pochissimo, di collegarsi senza problemi alla piattaforma di gioco online Swisslos. «La domanda di questo prodotto è in continua crescita», afferma Urs Fischer, Head of Business Area Identity, Security, E-Mail di Swiss Post Solutions.

## Il nostro impegno

**INIZIATIVE**

### Incentivi ai giovani imprenditori

PostFinance sostiene lo STARTUPS.CH AWARD e regala ai tre migliori giovani imprenditori un conto commerciale con 5000 franchi.

### Campagna Gesù Bambino

Per la felicità dei piccoli: nel 2011 hanno scritto una lettera a Gesù Bambino 16'077 bambini. Ognuno di loro ha ricevuto una risposta con un piccolo regalo.

### 2 x Natale

Grazie alla campagna patrocinata dalla Croce Rossa anche le persone bisognose in Svizzera e le istituzioni sociali dell'Europa dell'Est ricevono un regalo di Natale. La Posta inoltra circa 75'000 pacchi gratis.

### Catena della Solidarietà

Nelle campagne di donazioni 2011 la Posta non ha addebitato spese per il traffico dei pagamenti rinunciando a circa CHF 200'000 di introiti.

### Pro Patria e Pro Juventute

Pro Patria e Pro Juventute realizzano e vendono i propri francobolli con il sostegno della Posta, che devolve i supplementi al rispettivo ente.





---

Offerte di qualità

---

Da professionista IT so che nella programmazione le **interfacce** sono molto importanti. Tutte le componenti devono essere **sincronizzate** tra loro in modo da assicurare un'interazione perfetta. Altrettanto importante è però consentire agli utenti di ottenere **sempre** le **informazioni** giuste al momento giusto in una forma comprensibile.

AutoPostale trasporta ogni giorno centinaia di migliaia di passeggeri a livello regionale, locale e di agglomerato. Ai nostri clienti offriamo un parco veicoli **efficiente** ed **ecologico**, collegamenti sicuri e **puntuali**, **rispetto delle coincidenze** e **informazioni in tempo reale** sugli spostamenti.

Con la

## app di AutoPostale

da giugno 2012 sarà possibile consultare gli orari in tempo reale dal cellulare.

---

## Le informazioni per i passeggeri

sui monitor indicano le coincidenze rendendo ancora più semplice e confortevole il viaggio.

---

AutoPostale è inconfondibile: chi vede un autobus giallo pensa subito all'autopostale. Il colore è un tratto distintivo dell'azienda, proprio come la sua storia unica e il suo personale. Chi viaggia in autopostale non viaggia né in prima né in seconda, bensì in **classe gialla!** Una grande promessa che i nostri collaboratori mantengono ogni giorno con impegno e passione.

# Tutela del clima al centro

Assumere le proprie responsabilità sociali, economiche ed ecologiche: la Posta offre un esempio tangibile di quello che intende per agire sostenibile. Per la salvaguardia dell'ambiente l'azienda punta soprattutto sulla tutela del clima.

## INTERVISTA

Dieter Bambauer,  
responsabile PostLogistics



OBIETTIVO GENERALE  
STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ:  
**-15'000t**  
...  
di emissioni annue di CO<sub>2</sub> entro  
il 2013

### SEI ORIENTAMENTI STRATEGICI

Aumentare  
l'efficienza energetica

...

Investire nelle tecnologie  
all'avanguardia

...

Aumentare la percentuale  
di fonti energetiche  
rinnovabili

...

Offrire prodotti ecologici

...

Migliorare le  
competenze

...

Impegnarsi per il clima a  
livello globale

## STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ 2011–2013

### «Sempre in prima linea per l'ecologia»

Entro il 2013 la Posta punta a ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub> di 15'000 tonnellate all'anno, il che andrà a tutto vantaggio sia del gruppo che dell'ambiente. Di questo Dieter Bambauer è certo.

Signor Bambauer, che importanza riveste la tutela del clima per la Posta?

La Posta offre un contributo fattivo affinché la Svizzera raggiunga gli obiettivi fissati dal protocollo di Kyoto. La salvaguardia del clima è una delle nostre priorità strategiche. La nostra azienda opera in settori di attività che comportano un considerevole consumo energetico; questo vale in particolare per il mercato logistico, della comunicazione e dei trasporti pubblici di persone. La voce che incide maggiormente è la mobilità: per la Posta circolano ogni giorno 16'000 veicoli che generano circa due terzi delle emissioni di CO<sub>2</sub> del gruppo. Anche i nostri edifici presentano un potenziale di risparmio enorme: ogni anno consumano 6,5 milioni di litri di olio combustibile. I numeri dimostrano il motivo per cui abbiamo ancorato il nostro impegno ecologico globale al valore chiave «sostenibile» della vision aziendale.

Qual è il suo giudizio sul bilancio ecologico intermedio della Posta?

Abbiamo già raggiunto importanti traguardi e svolgiamo un ruolo di apripista in campo ambientale, promuovendo ad esempio il risanamento energetico degli edifici, i trasporti ferroviari tra i centri lettere e i centri pacchi, l'utilizzo di veicoli ecologici e le spedizioni a zero emissioni di CO<sub>2</sub>. Dal 2008 utilizziamo esclusivamente energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili.

In che modo la Posta si impegna a favore della tutela del clima?

Restando sempre in prima linea sul fronte dell'ecologia. Con la nostra strategia di sostenibilità puntiamo a una riduzione annua delle emissioni di CO<sub>2</sub> di 15'000 tonnellate entro fine 2013. Si tratta di un obiettivo ambizioso. Inoltre il poco tempo a disposizione ci impone un'azione rapida.

Che vantaggio ne avrà la Posta?

Considerando il continuo aumento dei prezzi energetici ridurremo notevolmente le spese per carburante e riscaldamento. Fondamentale però è offrire ai clienti prodotti e servizi ecologici convincenti, rafforzando così la nostra presenza in questo mercato in forte crescita. Una cosa è certa: una tutela efficace del clima contribuisce al successo del gruppo sul lungo periodo.



[www.posta.ch/clima](http://www.posta.ch/clima)



## «PRO CLIMA: SIAMO PASSATI AI FATTI»

La tutela del clima costituisce la priorità della strategia di sostenibilità 2011–2013. La Posta dà un volto a tutte le misure da adottare in questo campo e le raggruppa sotto un minimo comune denominatore: il contrasegno «pro clima: siamo passati ai fatti».

Alcune di esse sono descritte nelle pagine che seguono.





2	Prefazione
4	Offerte di qualità per i nostri clienti
10	Buoni risultati in un contesto difficile
16	Qualità e innovazione per oggi e per domani

24	Un datore di lavoro interessante e responsabile
30	Per una Svizzera attiva ed efficiente
36	Tutela del clima al centro
44	Corporate Governance



#### SCOOTER ELETTRICI

## La Posta arriva senza far rumore

La Posta utilizza con successo 2500 scooter elettrici nel recapito. Un primato europeo di cui l'azienda però non si accontenta.

«I nuovi scooter elettrici della Posta ci hanno letteralmente elettrizzato», afferma entusiasta Renato Ercolani, responsabile parco veicoli PostMail. Le esperienze raccolte finora dimostrano che questi mezzi ecologici e silenziosi non danno vantaggi solo per l'ambiente, ma anche per l'economia. Per questo l'azienda sta incrementando notevolmente gli acquisti ed entro fine 2012 possiederà ben 4000 veicoli elettrici a due e tre ruote. In questo modo la maggior parte dei circa 7500 mezzi del parco scooter della Posta sarà alimentata a corrente elettrica. Da qui a fine 2016 si procederà inoltre alla graduale sostituzione degli ultimi scooter a benzina. Gli oltre 1500 scooter elettrici e 1000 motofurgoni elettrici della Posta costituiscono già oggi il parco veicoli più ecologico d'Europa e consentono un risparmio di 1500 tonnellate di emissioni di CO<sub>2</sub> all'anno.

### Potenti, ecologici e a basso consumo

I punti a favore degli scooter elettrici sono molteplici: non emettono gas di scarico né CO<sub>2</sub>, sono silenziosi e consumano energia solo quando sono in moto. «Per il recapito delle lettere presentano quindi enormi vantaggi rispetto agli scooter tradizionali con motore a combustione interna», spiega Ercolani. Da uno studio è emerso che gli scooter elettrici sono più ecologici di quelli a benzina sotto tutti i punti di vista. Per la Posta però è fondamentale anche la potenza dei veicoli. Gli scooter elettrici più moderni si rivelano efficienti e sicuri tanto nel traffico dei quartieri cittadini, caratterizzato da costanti arresti e ripartenze, quanto sulle tratte chilometriche delle zone rurali e sui ripidi sentieri di montagna.

A seconda della zona la Posta utilizza modelli a due o a tre ruote. Quest'ultimo tipo presenta altri punti di forza: carico utile triplicato, maggiore sicurezza di guida e freno di stazionamento che entra in funzione automaticamente a ogni sosta.

«I nostri scooter elettrici a due e tre ruote non sono solo ecologici, silenziosi e potenti, ma anche sicuri da guidare.»

Michaela Knup,  
collaboratrice recapito di Oberhasli (ZH)

#### UNA TESTIMONIANZA CONCRETA

Michaela Knup,  
collaboratrice recapito di  
Oberhasli (ZH)

**Signora Knup, da quando usa lo scooter elettrico le sembra che l'aria sia più pulita?**

Sì, soprattutto quando prendo le lettere dalle cassette e dalle borse. Prima quando mi avvicinavo al tubo di scappamento avvertivo un forte odore di gas di scarico. Gli scooter elettrici non sono solo puliti, ma anche silenziosi. Per questo alcuni cani tuttora non sanno se devono abbaiare o meno quando arrivo.

**Lei che guida moto da cross e da enduro come giudica la potenza degli scooter elettrici?**

Gli scooter e i motofurgoni sono entrambi molto potenti e si difendono egregiamente anche sulle tratte più ripide. Anche la ripresa non è niente male.

**Quali sono secondo lei gli altri vantaggi dei motofurgoni?**

Sicuramente la capacità di carico enorme: nell'apposito scomparto sul retro posso caricare fino a 90 kg di merce. Non dovendo fare lo stesso viaggio due volte risparmio anche molto tempo. Utilissimo è anche il freno di stazionamento automatico che evita di dover mettere e togliere il cavalletto ogni volta che ci si ferma.

## Energia pulita per l'ambiente

La Posta punta su quattro fonti d'energia alternativa: l'acqua, il sole, il vento e il biogas. Questo impegno ambientale è parte integrante della strategia di sostenibilità per il triennio 2011–2013.

«Esploriamo nuove vie e contribuiamo alla varietà del mix energetico.»

Brigitt Hausammann,  
esperta di sostenibilità



Il mix energetico "pulito" della Posta è composto dalle fonti d'energia rinnovabili acqua e vento, a cui si aggiungono ora anche il fotovoltaico e la biomassa.

Dal 2008 la Posta soddisfa al 100% il suo fabbisogno di corrente **con energia idroelettrica ed eolica rinnovabile**. Dal 1997 acquista ogni anno un quantitativo di energia eolica pari a quello prodotto da una turbina della principale centrale eolica della Svizzera situata sul Monte Crosin nel Giura. La Posta utilizza l'energia ottenuta dalla centrale (attualmente pari a 600 megawattora) per vari scopi, tra cui il funzionamento del suo parco veicoli elettrico (cfr. pag. 37).

Molti edifici postali di grandi dimensioni sono particolarmente adatti alla produzione di **energia solare**. Oltre **20** impianti fotovoltaici dovrebbero produrre in futuro 6000 megawattora di corrente all'anno, coprendo così all'incirca il 3% del fabbisogno complessivo

della Posta. La progettazione di un impianto fotovoltaico grande quasi come due campi da calcio presso il Centro lettere Zurigo-Mülligen è quasi ultimata. Progetti analoghi sono previsti anche per gli altri centri lettere, per i centri pacchi e per la futura sede principale di Wankdorf presso Berna. Gli investimenti preventivati per tali interventi ammontano a 39 milioni di franchi.

I 150 veicoli a gas sono stati alimentati con **biogas** ecologico prodotto a livello locale. Nel 2011 la Posta ha risparmiato così 672 tonnellate di CO<sub>2</sub>. «Si tratta di un passo importante verso l'impiego di veicoli ancora più ecologici», afferma David Lengyel, responsabile Gestione ambientale PostLogistics. A Mägenwil la Posta gestisce dall'aprile 2011 un proprio distributore di metano e biogas dove possono rifornirsi direttamente 53 veicoli senza doversi recare presso stazioni di servizio più lontane. La Posta risparmia così 1000 chilometri al mese.

ORIENTAMENTO  
STRATEGICO

Aumentare la  
percentuale di  
fonti energetiche  
rinnovabili

MISURE CHIAVE  
2011 – 2016

100%

...  
di energia rinnovabile  
generata da acqua e vento.

2500

...  
scooter elettrici **alimentati**  
con energia **eolica**. 7500 entro  
il 2016.

100%

...  
di tutti i **veicoli a gas** utilizzati  
nel recapito saranno alimentati a  
**biogas**.

12'000

...  
m<sup>2</sup> è lo spazio destinato al primo  
degli oltre **20** impianti fotovoltaici  
**pianificati**.

2 Prefazione  
4 Offerte di qualità per i nostri clienti  
10 Buoni risultati in un contesto difficile  
16 Qualità e innovazione per oggi e per domani

24 Un datore di lavoro interessante e responsabile  
30 Per una Svizzera attiva ed efficiente  
36 Tutela del clima al centro  
44 Corporate Governance



#### ECO-DRIVE

## Guidare risparmiando

Accelerare rapidamente e guidare in modo prudente e costante: questi sono due principi chiave dello stile di guida ecologico Eco-Drive che riduce il consumo di carburante fino al 5% e rappresenta di conseguenza una misura ecologica molto importante per la Posta. «Eco-Drive, inoltre, è molto più interessante di quanto molte persone credano. La velocità media è superiore rispetto a quella dello stile di guida tradizionale», precisa David Lengyel, responsabile Gestione ambientale Post-Logistics.

Tutti i conducenti di PostLogistics verranno formati da trainer Eco-Drive specializzati entro fine 2012. Anche tutti i conducenti AutoPostale seguiranno questo corso «on the job» lungo le tratte percorse abitualmente. Utilizzando questo stile di guida più ecologico anche quando sono al volante della loro auto privata, i collaboratori della Posta contribuiscono a ridurre ulteriormente le emissioni di CO<sub>2</sub>.

#### EDIFICI POSTALI ENERGETICAMENTE EFFICIENTI

## Una ristrutturazione, tanti risparmi

Risparmiare molta energia senza penalizzare il comfort: un obiettivo che è già stato raggiunto negli edifici della Posta attraverso interventi di ristrutturazione e sugli impianti che hanno permesso di incrementare l'efficienza energetica degli stabili, riducendo così in modo sostenibile i costi legati al riscaldamento, al condizionamento, all'approvvigionamento idrico ed elettrico e di conseguenza le emissioni di CO<sub>2</sub>. Con il progetto energo la Posta monitora e ottimizza costantemente gli impianti presenti



#### TECNOLOGIE DI ULTIMA GENERAZIONE

## Idrogeno e ibrido diesel

«Nell'utilizzo della trazione a celle combustibili per il trasporto pubblico siamo i pionieri in Svizzera», spiega Nikolettta Seraidou, responsabile del progetto relativo alle nuove tecnologie per veicoli. Nei dintorni di Brugg (AG) AutoPostale utilizza cinque **autopostali a celle combustibili** in grado di trasformare l'idrogeno in energia elettrica emettendo esclusivamente vapore acqueo. Il Fondo lotterie del Cantone di Argovia, l'Ufficio federale dell'energia, l'UE e il Fondo per l'innovazione della Posta sostengono la sperimentazione che durerà cinque anni. In questo arco di tempo la Posta intende tagliare almeno 2000 tonnellate di emissioni di CO<sub>2</sub>. Sempre a Brugg è presente inoltre la prima stazione di rifornimento di idrogeno per autobus della Svizzera, progettata insieme all'istituto Paul Scherrer.

AutoPostale gestisce inoltre altri dieci **autopostali ibridi** (motore elettrico e diesel) che consumano quasi il 30% di carburante in meno rispetto agli analoghi modelli solo a diesel.

all'interno dei grandi edifici; nel 2011 l'attenzione si è concentrata su otto stabili di grandi dimensioni. Gli 0,75 milioni di franchi così risparmiati hanno superato di quasi otto volte i costi. «Siamo stupiti dell'eccellente redditività del progetto», spiega Markus Bernath, responsabile Energia e ambiente Inrapost SA. Nell'ambito del progetto EON è stata controllata finora l'efficienza energetica di 600 edifici e attraverso le conseguenti migliorie si sono risparmiati altri 150'000 franchi di costi energetici. Gli apparecchi e gli impianti del Servizio tecnico della Posta soddisfano i requisiti della classe di efficienza energetica A, mentre le nuove costruzioni, in linea di massima, almeno lo standard Minergie®.



#### INTERVISTA

Daniel Landolf,  
responsabile AutoPostale

**Signor Landolf, che ruolo gioca AutoPostale nel raggiungimento dell'obiettivo di riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> della Posta?**

Un ruolo centrale. I nostri 2500 autopostali consumano ogni anno circa 45 milioni di litri di diesel, circa due terzi del consumo di carburante della Posta.

**La competenza ambientale costituisce un criterio per l'assegnazione delle linee?**

Certo. In primo piano ci sono però sempre i costi, in quanto l'operato sostenibile deve avere un tornaconto anche economico.

**Cosa offrono le nuove tecnologie ai clienti?**

La sensazione positiva di viaggiare sui veicoli di un'azienda consapevole delle proprie responsabilità sociali. Oltre a essere più silenziose e a consumare meno delle soluzioni solo a diesel, le tecnologie di trazione moderne come l'ibrido o le celle combustibili sono molto confortevoli e costituiscono un primo passo verso la riduzione della dipendenza dai combustibili fossili.

«La competenza ambientale è un criterio importante nell'assegnazione delle linee.»

Daniel Landolf,  
responsabile AutoPostale



## eSHARE

## Mobilità intelligente

Il car sharing ci aiuta a preservare le nostre risorse. Ancora di più se con l'eShare i veicoli condivisi sono elettrici.

Anteprima svizzera di successo: con eShare la Posta offre la prima formula di car sharing con veicoli elettrici. A Ittigen (BE), Basilea e Spreitenbach (AG) i clienti commerciali e privati più attenti all'ambiente possono noleggiare vetture elettriche presso nove stazioni 24 ore su 24. «Abbiamo iniziato a ottobre 2010 e a un anno di distanza i conducenti che hanno aderito al progetto sono 200», afferma soddisfatto Andreas Haruksteiner, responsabile Sviluppo mobilità Mobility Solutions SA. Presso la sede principale di Berna i collaboratori della Posta utilizzano i veicoli eShare per i viaggi di servizio.

In tutte e tre le sedi pilota la Posta può contare sull'appoggio di solidi partner: la BKW FMB Energie AG e il Comune di Ittigen, il Cantone Basilea-Città, il Comune di Riehen e le Industriellen Werke Basel a Basilea e, infine, le centrali elettriche del Cantone di Zurigo e il centro commerciale Shoppi Tivoli.

«Con eShare raccogliamo esperienze che ci aiutano a perfezionare la tecnologia del car sharing nel settore della mobilità elettrica.»

Andreas Haruksteiner, responsabile Mobilità sostenibile Mobility Solutions SA



## PUBLIBIKE

## Win-win-win

Dopo una corsa in treno o in autopostale, proseguire comodamente in bici o e-bike: grazie all'impegno giallo anche l'ultimo tratto della catena dei trasporti si colora di verde.

Bici e bici elettriche come parte integrante della rete dei trasporti pubblici? Da oggi è possibile grazie al noleggio fai da te. Oltre ad andare per la maggiore in molte metropoli oltre confine, la soluzione ecologica per il traffico locale denominata «bike sharing» completa l'offerta di trasporto pubblico ed è particolarmente adatta alla realtà svizzera. AutoPostale si è resa conto di queste potenzialità e ha concretizzato l'idea dell'ultimo miglio verde della catena dei trasporti con la sua offerta di noleggio fai da te PubliBike, realizzata insieme alle FFS e all'azienda di noleggio Rent a Bike. Dopo una brillante sperimentazione a Lucerna, nel 2011 sono state inaugurate le prime due stazioni a Lucerna e Briga.

Gli aspetti positivi del servizio sono numerosi: la bici permette ai clienti di arrivare a destinazione rapidamente e senza fare code; inoltre, non emettendo né rumori né gas di scarico, fa felici anche gli abitanti e l'ambiente. «PubliBike è quindi un vantaggio per tutti», sottolinea Lorenz Lehmann, responsabile Sviluppo e soluzioni mobilità AutoPostale. Con le città interessate verrà costruita ora una rete nazionale di stazioni bike sharing.



## «INVIO PRO CLIMA»

## Piccolo contributo, grande effetto

Spedire lettere, pacchi e collette senza inquinare l'aria che respiriamo pagando un supplemento di pochi centesimi. «Sono sempre di più le aziende, le istituzioni e i privati che scelgono di dare una mano all'ambiente scegliendo l'offerta «Invio pro clima» della Posta», spiega Marc Amstutz, responsabile progetto «pro clima». Nell'anno in esame sono state compensate circa 9500 tonnellate di CO<sub>2</sub> prodotte dallo smistamento e dal trasporto di 66,7 milioni di invii «pro clima». Attraverso una votazione online l'opinione pubblica decide i progetti di tutela del clima da sostenere ogni anno. La Posta destina interamente i supplementi «pro clima» del 2011 al progetto internazionale di tutela del clima Gold Standard «Progetto eolico a Çatalca, Turchia» e per la prima volta anche a un progetto di compensazione svizzero «Energia pulita da biomassa».



Tutte le lettere, i pacchi e le merci inviati con questo servizio a impatto climatico zero sono contrassegnati con l'etichetta «Invio pro clima».

2 Prefazione  
 4 Offerte di qualità per i nostri clienti  
 10 Buoni risultati in un contesto difficile  
 16 Qualità e innovazione per oggi e per domani

24 Un datore di lavoro interessante e responsabile  
 30 Per una Svizzera attiva ed efficiente  
 36 Tutela del clima al centro  
 44 Corporate Governance

**I NOSTRI RISULTATI**

## Sulla strada giusta

La Posta intende perseguire la strategia di sostenibilità 2011–2013 in modo coerente e sistematico nell'attività quotidiana. Per quanto riguarda l'obiettivo di ridurre di 15'000 tonnellate l'anno le emissioni di CO<sub>2</sub> entro il 2013, finora ha risparmiato ogni anno 3115 tonnellate attraverso varie misure, di cui alcune presentate di seguito. La pianificazione dell'attuazione di altri interventi è quasi ultimata. «Per raggiungere l'obiettivo ambizioso che ci siamo prefissati ci serve l'impegno di tutti», afferma Nathalie Hürlimann, responsabile progetto Sostenibilità. La Posta inoltre destina interamente i capitali derivanti dalla redistribuzione della tassa federale sul CO<sub>2</sub> ad altre misure di contenimento delle emissioni riducendo così le emissioni aziendali di CO<sub>2</sub> di almeno altre 1700 tonnellate l'anno.

Dal 2008 la Posta ha migliorato il suo bilancio energetico del 4,1% e quello del CO<sub>2</sub> del 4,4%, riducendo le emissioni di CO<sub>2</sub> non solo in termini assoluti, bensì anche relativi (per collaboratore e per risultato d'esercizio). Il bilancio energetico e del CO<sub>2</sub> comprende tutte le attività svolte in Svizzera e all'estero e contempla quindi anche il consumo di carburante per il trasporto di merci e persone, l'energia (elettrica e termica) richiesta per lo svolgimento dell'attività aziendale, i materiali di consumo (carta, acqua, rifiuti, refrigeranti), i viaggi di lavoro e gli spostamenti dei collaboratori da e verso il luogo di lavoro. Il bilancio dei gas serra della Posta è stato certificato da PwC nel febbraio 2012.

Se nei tre mercati della comunicazione, logistico e finanziario retail le emissioni di CO<sub>2</sub> della Posta sono in costante calo, sul fronte dei trasporti pubblici di persone, nonostante le efficaci misure anti CO<sub>2</sub> adottate da Auto-Postale, accade il contrario per via della forte crescita dell'azienda.

**PREVISIONI**

La Posta raccoglie la sfida e si impegna a ridurre le emissioni annue di CO<sub>2</sub> di 15'000 tonnellate entro il 2013.

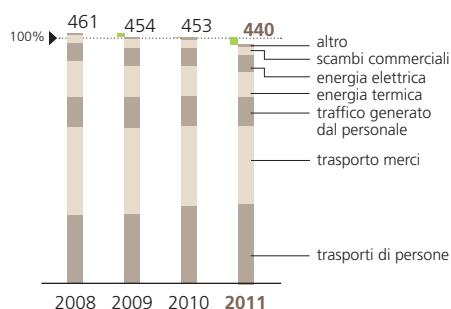
A tale scopo porta avanti le misure esistenti e ne implementa delle nuove, come ad esempio la sostituzione dell'impianto di riscaldamento a gas con una pompa di calore in programma nel centro di calcolo di PostFinance Engehalde.

La Posta persegue con coerenza i punti principali della sua strategia di sostenibilità, giorno dopo giorno, e così facendo si prepara per il futuro. In questo modo sarà anche in grado di gestire molto meglio le oscillazioni future dei prezzi energetici.

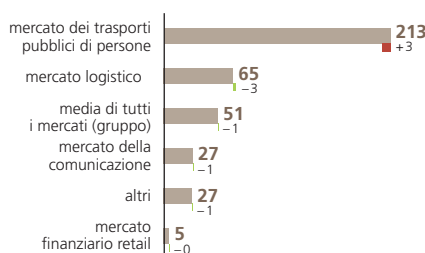
Anche il mondo politico e l'opinione pubblica si aspettano che la Posta, in quanto azienda legata alla Confederazione, si ponga obiettivi in linea con le politiche energetiche e climatiche adottate in Svizzera e a livello internazionale. Un impegno, questo, che la Posta porta avanti responsabilmente anche a medio e lungo termine, sottolineando così la sua volontà di essere un'azienda economicamente efficiente e al tempo stesso consapevole delle proprie responsabilità sociali.

### Gruppo | Emissioni dirette e indirette di gas serra

**Per processo**  
 Dal 2008 al 2011\*  
 2010 = 100%, 1000 t CO<sub>2</sub> equivalente



**Per mercato**  
 2011 e confronto con l'anno precedente  
 t CO<sub>2</sub> equivalente per mln di CHF di ricavi d'esercizio



\* Ricalcolo 2008 – 2009 in seguito alle modifiche metodologiche e qualitative della contabilità ambientale (cfr. par. successivo).

**→ CONTABILITÀ AMBIENTALE**

L'1% circa delle emissioni di CO<sub>2</sub> della Svizzera proviene dalla Posta. Ispirato allo slogan «You can only manage what you measure» l'azienda ha voluto conoscere la quantità di gas serra generata dalla sua attività. Ed è riuscita a farlo grazie alla contabilità aziendale che registra il consumo complessivo di energia e risorse e indica quindi i possibili risparmi. Attraverso questi dati sono stati fissati degli obiettivi e definite delle misure ad hoc che riguardano gli ambiti in cui è possibile

effettuare i maggiori tagli. La Posta ha perfezionato la propria contabilità aziendale e di conseguenza la qualità dei dati e ha stilato il rendiconto della sostenibilità attenendosi agli standard internazionali del settore (Greenhouse Gas Protocol, linee guida della Global Reporting Initiative), ottenendo così un'impronta ecologica completa che le permette di conoscere il suo bilancio ambientale e, in base a questo, pianificare gli interventi successivi.

«La Posta porterà avanti con coerenza la strategia di sostenibilità avviata.»

Ronny Kaufmann,  
 responsabile Affari pubblici  
 e responsabilità societaria



---

## Offerte di qualità

---

«A me non succederà mai», ho sempre pensato. E improvvisamente invece mi ritrovo senza soldi, senza passaporto e per giunta con un aereo in partenza poche ore più tardi. Per fortuna l'Ambasciata svizzera è intervenuta **con tempestività e affidabilità**.

La Posta offre ai suoi clienti **il meglio della qualità svizzera in tutto il mondo**. Tanto per la spedizione di lettere e merci oltre confine quanto per le soluzioni per documenti e di dialogo che collegano la realtà fisica con quella digitale.

Circa

8000

collaboratori  
lavorano in più di

20 Paesi

in Europa, Asia e USA  
per i nostri clienti internazionali.

---

Le aziende che scelgono la spedizione cartacea beneficiano di un **accesso efficace ai mercati in crescita**. I commercianti a distanza, gli editori, gli istituti finanziari e gli operatori turistici, invece, di **soluzioni di spedizione specifiche del settore** per un successo su scala globale.

Alle aziende che operano a livello internazionale la Posta offre **soluzioni di Business Process Outsourcing integrate**, per gestire in modo efficiente e professionale i documenti, le informazioni e le relazioni con i clienti.



# Corporate Governance: gestione trasparente e responsabile

Da anni la Posta Svizzera agisce nel rispetto del Swiss Code of Best Practice for Corporate Governance di economiesuisse e nella stesura della sua Relazione di bilancio si attiene a quanto sancito dalla Direttiva concernente le informazioni sulla Corporate Governance di Swiss Exchange SWX.

---

## Struttura del gruppo e degli azionisti

### Forma giuridica e proprietà

La Posta Svizzera è un ente autonomo di diritto pubblico interamente di proprietà della Confederazione. L'organigramma riportato sulla parte interna della copertina mostra le unità organizzative del gruppo, mentre il paragrafo «Perimetro di consolidamento» a pag. 94 del Rapporto finanziario le varie partecipazioni.

### Supervisione della Confederazione

La Confederazione stabilisce gli obiettivi strategici che la Posta è tenuta a osservare e ne controlla il rispetto attraverso la Relazione di bilancio annuale e i rapporti sul personale (Legge sul personale federale e Ordinanza sulla retribuzione dei quadri). Per maggiori informazioni si rinvia al par. «Politica dell'informazione» a pag. 53.

---

## Allestimento dei conti del servizio universale

In base alla direttiva all'attenzione della Posta Svizzera concernente l'esposizione dei costi del servizio universale e la prova del rispetto del divieto di sovvenzionamento trasversale dell'autorità di regolazione, la Posta è tenuta a presentare un resoconto dettagliato dei costi, ricavi e risultati del servizio universale e dei servizi liberi, nonché dei costi della rete capillare di uffici postali. L'autorità di regolazione ha incaricato la società KPMG AG di verificare ogni anno l'osservanza di tali disposizioni da parte della Posta. Anche nel 2011 si è riusciti a fronteggiare i costi del servizio universale, che ammontavano a circa

3,6 miliardi di franchi, attraverso i ricavi dei servizi di monopolio e dei servizi non riservati.

Nell'anno in esame il contributo all'infrastruttura ha sfiorato i 187 milioni di franchi, contro i 198 milioni dell'anno precedente. Tale contributo comprende i costi strutturali per l'accettazione e la vendita al di fuori della rete di uffici postali considerata ottimale (ovvero necessaria all'esercizio). Questo dato puramente contabile non ha alcuna ripercussione sul risultato finanziario della Posta, mentre incide sui risultati per segmento di PostMail e Rete postale e vendita.

---

## Struttura del capitale

Nel 1998 la Confederazione ha messo a disposizione della Posta un capitale di dotazione non fruttifero di 1,3 miliardi di franchi. A partire dal 2004 la Posta versa ogni anno svariate centinaia di milioni del proprio utile alla cassa pensioni (2011: 100 milioni di franchi) e versa un'altra

quota di utili alla Confederazione (2011: 200 milioni di franchi). La restante quota viene trattenuta dall'azienda e destinata al consolidamento del capitale proprio. Il giorno di riferimento quest'ultimo ammontava a 4879 milioni di franchi (anno precedente: 4224 milioni).



---

## Consiglio di amministrazione

---

### Composizione

Il Consiglio di amministrazione della Posta Svizzera viene nominato dal Consiglio federale per un periodo di quattro anni. Il giorno di riferimento, ovvero il 31 dicembre 2011, era composto da nove membri. In base alla Legge sull'organizzazione delle poste, tale organo deve svolgere una funzione di guida, oltre che di controllo e sorveglianza, nelle questioni strategiche.

Nessuno dei membri del CdA intrattiene relazioni d'affari con la Posta o con le sue società, né ha rivestito cariche esecutive per la casa madre Posta o per le società legate al gruppo negli ultimi tre anni. In base alla legislazione postale il personale ha il diritto di essere adeguatamente rappresentato all'interno del Consiglio di amministrazione. Nel 2011 questa funzione è stata svolta da Susanne Blank e Michel Gobet.

Nell'anno in esame non ci sono stati cambiamenti nella composizione del Consiglio di amministrazione.

---

#### Peter Hasler

---



---

#### Presidente del Consiglio di amministrazione

---

1946, CH, nel CdA dal 2010,  
Dr. iur.

##### Commissioni

- Organizzazione, nomina e remunerazione
- Audit & Risk
- Investimenti, fusioni, acquisizioni e alleanze
- PostFinance

##### Percorso professionale

- Giurista e assistente del presidente del CdA della società Flug- und Fahrzeugwerken Altenrhein AG (FFA)
- Segretario dell'Associazione padronale svizzera dell'industria metalmeccanica (ASM)

- Direttore dell'ASM
- Direttore dell'Unione svizzera degli imprenditori
- Vicepresidente dell'Istituto nazionale svizzero di assicurazione contro gli infortuni (Suva)
- Membro di diverse Commissioni federali

##### Incarichi principali

- Consiglio ospedaliero della clinica universitaria di Zurigo (presidente)
- Reka, Cassa svizzera di viaggio (presidente della cooperativa)
- SIZ SA, Schweizerisches Informatikzertifikat (vicepresidente del CdA)

---

#### Dominique Freymond

---



---

#### Membro del CdA, vicepresidente

---

1954, CH, nel CdA dal 2002,  
lic. sc. nat.

##### Commissioni

- Organizzazione, nomina e remunerazione (presidente)

##### Percorso professionale

- IBM Svizzera e IBM Europa (mansioni di vendita, marketing e management)
- Unisys Svizzera e Austria (membro della direzione, responsabile del servizio clienti)
- Cantone di Vaud (cancelliere)
- Unisys Central Europe (vicepresidente e Country Manager Svizzera)

- Gruppo TKS-Teknosoft SA (CEO)
- management & advisory services, mas ltd (comproprietario, partner)

##### Incarichi principali

- Corti AG (membro del CdA)
- mas ltd e mas investments ltd (membro del CdA)
- SolvAxis SA (presidente del CdA)
- STERCI SA (membro del CdA)
- Institut Suisse des administrateurs, ISADE (vicepresidente)

**Andreas Schlöpfer****Membro del CdA, vicepresidente**

1947, CH, nel CdA dal 2009,  
lic. oec. HSG

**Commissioni**

- Investimenti, fusioni, acquisizioni e alleanze (presidente)

**Percorso professionale**

- International Trade Centre UNCTAD / GATT (consulente di marketing)
- Nestlé (direttore generale in Francia, Russia, Thailandia / Indocina, Zimbabwe e Global Business Head / Senior Vice President per l'alimentazione infantile)

**Incarichi principali**

- Nessuno

**Nicola Thibaudeau****Membro del CdA**

1960, CH/CA, nel CdA dal 2006,  
dipl. ing. mecc. al Politecnico di Montréal

**Commissioni**

- PostFinance

**Percorso professionale**

- IBM Canada (collaboratrice scientifica)
- Cicorel SA (responsabile business)
- Mecanex SA (titolare, CEO)
- Consulente indipendente
- MPS Micro Precision Systems SA (CEO, delegata del CdA)

**Incarichi principali**

- CSS Assicurazione malattie SA (membro del CdA)
- Fondazione del personale di CSS (membro)
- MPS Micro Precision Systems SA (CEO, delegata del CdA)
- MPS Décolletage SA, Court (presidente del CdA)
- SLS-TT AG, Paul Scherrer Institut Würenlingen (membro)

**Susanne Blank****Membro del CdA, rappresentante del personale**

1972, CH, nel CdA dal 2008,  
lic. rer. pol.

**Commissioni**

- Audit & Risk

**Percorso professionale**

- Ufficio federale di statistica (Revisione dell'indice nazionale dei prezzi al consumo)
- Travail Suisse, organizzazione mantello dei lavoratori (responsabile politica economica e membro della direzione)

**Incarichi principali**

- Istituto nazionale svizzero di assicurazione contro gli infortuni Suva (membro del CdA)
- Commissione tripartita della Confederazione in materia di libera circolazione delle persone (membro)
- Commissione di sorveglianza per il fondo di compensazione dell'assicurazione contro la disoccupazione (membro)
- Commissione della statistica federale (membro)

**Marco Durrer****Membro del CdA**

1952, CH, nel CdA dal 2009,  
Dr. ès sc. pol. (relazioni internazionali),  
MALD, The Fletcher School, Tufts University, USA

**Commissioni**

- PostFinance (presidente)

**Percorso professionale**

- Credito svizzero Losanna / New York / Zurigo (assistente di Josef Ackermann / Investment Banking)
- Deutsche Bank (Suisse) SA, Ginevra (responsabile Sales and Trading)

- Lombard, Odier, Darier, Hentsch & Cie. Ginevra / Zurigo (Group Management, responsabile filiale di Zurigo)
- Valiant Privatbank AG, Berna (CEO e membro della direzione del gruppo Valiant Holding AG)
- Consulente finanziario indipendente

**Incarichi principali**

- Picard Angst Asset Management AG (vicepresidente del CdA)
- Piguet Galland & Cie SA (membro del CdA)
- DGM Immobilien AG (presidente del CdA)

**Adriano P. Vassalli****Membro del CdA**

1954, CH, nel CdA dal 2010,  
esperto contabile con dipl. fed.

**Commissioni**

- Audit & Risk (presidente)
- PostFinance

**Percorso professionale**

- Revisuisse SA (revisore e consulente aziendale a Berna e fondatore della filiale di Lugano)
- Arthur Andersen (fondatore e direttore delle filiali di Lugano e Berna, partner internazionale)
- Studio di consulenza e di revisione (fondatore e titolare)

**Incarichi principali**

- ATTEST audit & consulting SA (presidente del CdA)
- Cassa pensioni dei dipendenti dello Stato del Cantone Ticino (membro del comitato)
- Croce Rossa Svizzera, Sezione del Luganese (presidente)
- Fondazione Elsa Vassalli-Comizzoli (presidente della fondazione)

2	Prefazione
4	Offerte di qualità per i nostri clienti
10	Buoni risultati in un contesto difficile
16	Qualità e innovazione per oggi e per domani

24	Un datore di lavoro interessante e responsabile
30	Per una Svizzera attiva ed efficiente
36	Tutela del clima al centro
44	Corporate Governance

### Philippe Milliet



#### Membro del CdA

1963, CH, nel CdA dal 2010, diploma in farmacia dell'Università di Losanna, MBA, Ecole des HEC dell'Università di Losanna

##### Commissioni

– Investimenti, fusioni, acquisizioni e alleanze

##### Percorso professionale

- Galenica Holding SA (analista / programmatore e assistente del presidente della direzione generale)
- Pharmatic SA (analista / programmatore e responsabile di progetto)
- McKinsey (associate, engagement manager)

- Galenica AG (responsabile centri di distribuzione, responsabile operazioni e CEO Galexis SA)
- Unicable (CEO)
- Galenica AG (responsabile direzione generale Santé, membro della direzione generale del gruppo)
- Bobst Group (Member of Group Executive Committee, Head of Business Unit Sheet-Fed)

##### Incarichi principali

– Nessuno

### Michel Gobet



#### Membro del CdA, rappresentante del personale

1954, CH, nel CdA dal 2010, lic. phil. hist.

##### Commissioni

- Investimenti, fusioni, acquisizioni e alleanze
- Organizzazione, nomina e remunerazione

##### Percorso professionale

- Servizio archeologico cantonale di Friburgo (direttore di cantiere)
- Unione PTT (segretario centrale e sost. segretario generale)
- Sindacato della Comunicazione (segretario centrale)

##### Incarichi principali

- Swisscom (Svizzera) SA (membro del CdA)
- UNI Global Union (tesoriere, Member of World Executive Committee, Member of European ICTS Steering Committee)

### Kerstin Büchel



#### Segretaria generale

1970, CH/DE/SE, nel CdA dal 2009, lic. rer. pol.

##### Percorso professionale

- UBS SA Svizzera, Basilea e Zurigo nonché UBS SA Italia, Roma (Junior Key People, Product Management, consulenza clienti, eventi, Business Development e Marketing strategico Assets & Liability Management, International Client Reporting)
- Valiant Privatbank AG (responsabile sviluppo del mercato e Sales Services)

##### Incarichi principali

– Nessuno

### Ruolo e funzionamento del Consiglio di amministrazione

Il Consiglio di amministrazione approva i principi della politica aziendale, la strategia del gruppo con la pianificazione finanziaria, il sistema dei prezzi all'attenzione del DATEC, gli standard di allestimento dei conti, il budget, il rapporto di attività all'attenzione della proprietaria e dell'autorità di regolazione nonché i grandi progetti strategici. Tale organo nomina altresì i membri della Direzione del gruppo, approva i contratti collettivi di lavoro e i salari dei membri della Direzione del gruppo. Nell'esercizio in esame il CdA si è riunito dodici volte.

Alle riunioni del CdA prendono parte il direttore generale e il responsabile Finanze con voto consultivo.

Il Consiglio di amministrazione si costituisce in modo autonomo. Il segretario generale viene nominato dal Presidente. Per tutti i membri vige il limite d'età di 70 anni e un periodo massimo di attività di dodici anni. Sono state istituite inoltre quattro commissioni permanenti del Consiglio di amministrazione con funzione consultiva e di preparazione delle decisioni in cui il Presidente del Consiglio di amministrazione interviene d'ufficio. Il Consiglio di amministrazione può inoltre costituire in ogni momento

commissioni non permanenti o gruppi di lavoro per affrontare singole questioni. I membri del CdA della Posta Svizzera non fanno parte dei CdA di altre aziende e viceversa.

Il Presidente del Consiglio di amministrazione dirige le riunioni di questo organo e lo rappresenta verso l'esterno. Esso esercita la funzione di sorvegliante supremo della Direzione del gruppo, fa proposte per la scelta dei membri della Direzione e cura lo scambio di informazioni con la proprietaria e il direttore generale. Inoltre approva il programma di revisione annuale della Revisione interna.

#### Commissione Audit & Risk

Oltre ad assistere il Consiglio di amministrazione in attività principalmente di controllo della contabilità, del Rapporto finanziario e della gestione del rischio, la commissione Audit & Risk, composta da tre membri, si occupa della creazione e dello sviluppo di apposite strutture di sorveglianza interne e assicura il rispetto delle disposizioni legali. A intervalli regolari valuta la gestione del rischio della Posta e il rispetto degli accordi di tesoreria stipulati con l'Amministrazione federale delle finanze. La commissione verifica le istruzioni e raccomandazioni degli uffici di revisione interni ed esterni prima di sottoporre eventuali richieste al Consiglio di amministrazione. Nell'esercizio in esame sono state organizzate sei sedute alle quali hanno preso parte il direttore generale, il responsabile Finanze e la responsabile Revisione interna.

#### Commissione Organizzazione, nomina e remunerazione

Nell'esercizio 2011 la commissione Organizzazione, nomina e remunerazione si è riunita sei volte. Oltre ad assistere e consigliare il CdA nella nomina e revoca dei membri della Direzione del gruppo e nella definizione dei salari, tale organo fornisce delle indicazioni per la definizione del mandato di negoziazione per le trattative salariali annuali con le associazioni del personale.

#### Commissione Investimenti, fusioni, acquisizioni e alleanze

La commissione Investimenti, fusioni, acquisizioni e alleanze si occupa della strategia M&A e delle singole alleanze strategiche. Tale organo identifica e verifica le opportunità di partecipazioni, fusioni, acquisizioni, investimenti e alleanze e inoltre partecipa alla fondazione, liquidazione e vendita di società del gruppo, società associate e partecipazioni. Nell'esercizio 2011 la commissione si è riunita cinque volte.

#### Commissione PostFinance

La commissione PostFinance si occupa della governance delle attività d'investimento di PostFinance, ne monitora i rischi operativi e segue la realizzazione del progetto di trasformazione in PostFinance SA. Nel 2011 ha organizzato cinque riunioni.

Tutte le mansioni non espressamente riservate al Consiglio di amministrazione sono di competenza della Direzione del gruppo. I compiti e le responsabilità dei membri del Consiglio di amministrazione, del Presidente e della Direzione del gruppo si basano sulle disposizioni della Legge sull'organizzazione delle poste e sul regolamento organizzativo emanato dal CdA.

### Strumenti d'informazione e controlling

#### Rapporti

Il Consiglio di amministrazione riceve dei rapporti mensili che fotografano la situazione del gruppo e delle singole unità operative confrontandola con quella dell'anno precedente e che contengono, oltre alle informazioni finanziarie, indici, budget e previsioni relativi ai vari mercati, al personale e all'innovazione.

Il Consiglio di amministrazione riceve inoltre trimestralmente dei rapporti sulle finanze e sul controlling dei progetti e viene informato dalla commissione Audit & Risk circa il rispetto del budget, della pianificazione finanziaria strategica e delle disposizioni in materia di strategia del Consiglio federale. Inoltre riceve i verbali delle sedute della Direzione del gruppo, i rapporti trimestrali della Gestione del rischio (cfr. pag. 87 del Rapporto finanziario), della Tesoreria, della Comunicazione e della Revisione interna. All'inizio di ogni seduta del Consiglio di amministrazione il direttore generale e il responsabile Finanze riferiscono sulla situazione attuale dell'azienda.

#### Sistema di controllo interno per i processi finanziari

La Posta dispone di un sistema di controllo interno (SCI) che individua tempestivamente, valuta ed elabora con controlli ad hoc i processi finanziari rilevanti nonché i relativi rischi a livello di contabilità e allestimento dei conti. Il Consiglio di amministrazione e la Direzione del gruppo ricevono, una volta all'anno, un rapporto sugli sviluppi dell'SCI.

2	Prefazione
4	Offerte di qualità per i nostri clienti
10	Buoni risultati in un contesto difficile
16	Qualità e innovazione per oggi e per domani

24	Un datore di lavoro interessante e responsabile
30	Per una Svizzera attiva ed efficiente
36	Tutela del clima al centro
44	Corporate Governance

#### Revisione interna

La Revisione interna rende conto regolarmente dell'attività svolta alla commissione Audit & Risk e, una volta all'anno, al Consiglio di amministrazione. Il Presidente del CdA e l'ufficio di revisione esterno ricevono tutti i rapporti stilati. La Revisione interna si attiene agli standard internazionali e in particolare ai principi relativi a all'integrità, obiettività, riservatezza, competenza specifica e assicurazione qualità. Questa unità è subordinata al Presidente del Consiglio

di amministrazione ed è quindi indipendente dalla Direzione del gruppo, investita di una responsabilità a livello operativo.

#### Subordinazione diretta in qualità di intermediario finanziario

Con la subordinazione alla FINMA dal 1° dicembre 2011 la Posta viene sottoposta, per l'importante settore della lotta contro il riciclaggio di denaro, a una sorveglianza in linea con il settore.

## Direzione del gruppo

### Composizione

La Direzione del gruppo è composta dal direttore generale e da altri otto membri, tutti nominati dal Consiglio di amministrazione e responsabili della gestione operativa dell'unità

organizzativa loro assegnata. Il direttore generale rappresenta la Direzione del gruppo di fronte al Consiglio di amministrazione. Non esiste alcun contratto di gestione con società o persone fisiche al di fuori del gruppo.

#### Jürg Bucher



#### Direttore generale, responsabile PostFinance

1947, CH, membro della Direzione dal 2003, lic. rer. pol., economista politico e aziendale

#### Percorso professionale

- Economia e amministrazione (giornalista, collaboratore scientifico)
- PTT (sostituto direttore finanze, responsabile controlling, responsabile sviluppo aziendale)
- La Posta Svizzera (PostFinance: sostituto responsabile, responsabile Marketing, responsabile PostFinance, direttore generale Posta)

#### Incarichi principali

- innoBE SA (membro del CdA)
- Bern Arena Stadion AG (membro del CdA)

#### Ulrich Hurni



#### Responsabile PostMail, sostituto del direttore generale

1958, CH, membro della Direzione dal 2009, impiegato di commercio e segretario d'esercizio alla Posta, EMBA all'Università di Zurigo

#### Percorso professionale

- La Posta Svizzera (PostFinance: Sviluppo sistemi IT, Telecom: controller settore e progetti, Swiss Post International: direttore, PostMail: sost. responsabile, responsabile)

#### Incarichi principali

- Nessuno

---

**Jean-Pierre Streich**


---




---

**Responsabile Swiss Post International**


---

1946, CH, membro della Direzione dal 1999,  
lic. oec. HSG, economista aziendale

**Incarichi principali**

– Nessuno

**Percorso professionale**

- Migros (responsabile sviluppo software industria Migros, responsabile finanze e IT della fabbrica di conserve Bischofszell SA, responsabile informatica comunità Migros)
- Mövenpick AG (membro della direzione del gruppo, responsabile marketing e comunicazione, risorse umane, informatica e ambiente)
- La Posta Svizzera (responsabile Sviluppo del gruppo / IT / Strategia internazionale, responsabile Swiss Post International)

---

**Daniel Landolf**


---




---

**Responsabile AutoPostale**


---

1959, CH, membro della Direzione dal 2001,  
Bachelor of Science (B.Sc.), economista aziendale

**Incarichi principali**

- Reka, Cassa svizzera di viaggio (membro dell'amministrazione)
- Unione dei trasporti pubblici (membro del comitato)
- Litra Servizio d'informazione per i trasporti pubblici (membro del comitato)
- Sensetalbahn AG (vicepresidente del CdA)
- Mobility Solutions SA (membro del CdA)

**Percorso professionale**

- Credit Suisse AG (operazioni in divise, traffico internazionale dei pagamenti)
- Direzione generale PTT (settore economia aziendale, settore marketing centrale/strategie e analisi)
- La Posta Svizzera (aggiunto alla direzione servizi automobilistici, responsabile Business Development AutoPostale, sostituto direttore AutoPostale, direttore AutoPostale responsabile AutoPostale / AutoPostale Svizzera SA)

---

**Yves-André Jeandupeux**


---




---

**Responsabile Personale**


---

1958, CH, membro della Direzione dal 2005,  
lic. Sc. soc. et pol., psicologia ment., Università di Losanna

- SKYGUIDE (responsabile del personale)
- La Posta Svizzera (responsabile Personale)

**Percorso professionale**

- Consulenza professionale del Cantone del Giura (consulente professionale)
- GastroSuisse, Losanna (responsabile dell'ufficio della Svizzera romanda)
- Posalux SA, azienda per la fabbricazione di macchine utensili (responsabile del personale)
- Cantone di Neuchâtel (responsabile del personale)
- CC&T SA, società di consulenza aziendale (partner associato, responsabile per la gestione delle competenze)

**Incarichi principali**

- Cassa pensioni Posta (presidente del Consiglio di fondazione)
- Pensimo Management AG (membro del CdA)

---

**Frank Marthaler**


---




---

**Responsabile Swiss Post Solutions**


---

1964, CH, membro della Direzione dal 2007,  
lic. oec. HSG, economista aziendale

**Incarichi principali**

– Nessuno

**Percorso professionale**

- IBM (Sales Executive, Key Account Manager)
- EDS (direttore vendite e marketing)
- La Posta Svizzera (responsabile Gestione della clientela strategica, responsabile Clienti strategici e soluzioni)

---

**Patrick Salamin**


---




---

**Responsabile Rete postale e vendita**


---

1958, CH/IRL, membro della Direzione dal 2007,  
lic. oec. HSG, lic. sc. pol., economista aziendale e politologo

**Incarichi principali**

– Nessuno

**Percorso professionale**

- Colgate-Palmolive SA (Senior Product Manager)
- Cartier Suisse SA (direttore marketing)
- Zweifel Pomy-Chips AG (responsabile esportazioni)
- Cruspi SA (direttore generale)
- La Posta Svizzera (responsabile Marketing e vendite Rete degli uffici postali, responsabile Rete postale e vendita)

2	Prefazione	24	Un datore di lavoro interessante e responsabile
4	Offerte di qualità per i nostri clienti	30	Per una Svizzera attiva ed efficiente
10	Buoni risultati in un contesto difficile	36	Tutela del clima al centro
16	Qualità e innovazione per oggi e per domani	44	Corporate Governance

---

### Markus Zenhäusern

---



---

### Responsabile Finanze, sostituto del direttore generale

---

1962, CH, membro della Direzione dal 2008 al 31 ottobre 2011, lic. oec. HSG, Dr. rer. pol. Università di Friburgo

#### Percorso professionale

- Gruppo Coopers & Lybrand (revisione contabile e consulente aziendale)
- Hero (responsabile controlling gruppo)
- Habasit (Chief Financial Officer e membro della direzione del gruppo)
- Ciba (Regional Finance Director East Asia)
- Sika AG (Chief Financial Officer e membro della direzione del gruppo)
- La Posta Svizzera (responsabile Finanze)

#### Incarichi principali

- Schaffner Holding AG (membro del CdA)
- Liechtensteinische Post AG (membro del CdA)

---

### Thomas Egger

---



---

### Responsabile Finanze ad interim

---

1969, CH, membro della Direzione dall'1.11.2011, economista aziendale SUP, Rochester-Bern Executive MBA Università di Berna/Rochester New York

#### Percorso professionale

- Società di Banca Svizzera (consulenza clienti)
- SBC Warburg Dillon Read (auditor)
- UBS SA (responsabile Management Support, responsabile Business Controlling Clientela individuale Svizzera, responsabile Business Controlling Private Banking Svizzera)
- Valora Management AG (sost. responsabile Finanze, responsabile Controlling di gruppo e Treasury)

- La Posta Svizzera (sost. responsabile Finanze, responsabile Conto del gruppo, controlling e strategia del gruppo, responsabile Finanze ad interim)

#### Incarichi principali

- Nessuno

---

### Dieter Bambauer

---



---

### Responsabile PostLogistics

---

1958, CH/DE, membro della Direzione dal 2009, Dr. oec. WWU, JLU

#### Percorso professionale

- DWP (consulenza aziendale, consulenza logistica)
- AGRAVIS (responsabile dell'unità Logistica)
- MD Papier (membro della direzione, Logistica, IT)
- Kühne + Nagel Management SA (membro della direzione)
- Deutsche Bahn AG (EVP Freight Logistics)
- Schenker Svizzera SA (CEO)
- Hangartner AG (CEO)
- La Posta Svizzera (responsabile PostLogistics)

#### Incarichi principali

- Membro del comitato direttivo della cattedra di gestione logistica dell'Università di San Gallo (HSG)

---

### Cambiamenti nell'anno in esame

All'inizio di novembre 2011 Markus Zenhäusern è stato sostituito per motivi di salute da Thomas Egger che ha assunto il ruolo di responsabile Finanze ad interim.

---

## Indennizzi

---

### Politica

Le indennità per i membri della Direzione del gruppo devono essere fissate dal Consiglio di amministrazione tenendo conto del rischio imprenditoriale, delle dimensioni dell'azienda, dei salari in uso nel settore e delle regole per la remunerazione dei quadri superiori della Confederazione.

### Procedura di retribuzione

La retribuzione dei membri della Direzione del gruppo è composta da un salario di base fisso e da una percentuale legata al rendimento che ammonta al massimo al 40% del salario di base annuo lordo (50% per il direttore generale) e si basa sulla media del rendimento degli ultimi due anni. Quest'ultima viene calcolata in base al risultato del gruppo (40%), dell'unità organizzativa (40%) e al rendimento individuale (20%). I membri della Direzione del gruppo hanno diritto inoltre a un abbonamento generale di 1ª classe, a un veicolo aziendale, a un telefono cellulare, a un forfait mensile per le spese e alle stesse agevolazioni di tutti gli altri collaboratori. I premi delle loro assicurazioni di rischio vengono pagati dalla Posta. Per prestazioni di particolare rilevanza possono essere accordati premi di rendimento individuali.

Nell'anno in esame né ai membri della Direzione del gruppo né a quelli del Consiglio di amministrazione né a persone a loro vicine sono stati erogati altri onorari, accrediti, garanzie, anticipi, crediti, prestiti o prestazioni in natura. Sia il salario di base sia il bonus di rendimento dei membri della Direzione del gruppo sono assicurati come segue: fino a un massimale consentito di 334'080 franchi presso la Cassa pensioni Posta (primato dei contributi), il reddito eccedente presso un'assicurazione per i quadri (primato dei contributi). I premi per la previdenza di vecchiaia vengono pagati in parti uguali dal datore di lavoro e dal lavoratore. I contratti di lavoro si basano sulle disposizioni del Codice delle obbli-

gazioni. Né con i membri della Direzione del gruppo né con quelli del Consiglio di amministrazione sussiste alcun accordo relativo a eventuali indennità di buonuscita. Il termine di preavviso per i membri della Direzione del gruppo è di dodici mesi.

### Ammontare degli indennizzi

#### Membri del CdA

Il Consiglio federale fissa l'ammontare delle indennità erogate al Consiglio di amministrazione. Nell'anno in esame, i suoi membri (Presidente compreso) hanno ricevuto un compenso globale, prestazioni accessorie e altre prestazioni incluse, pari a 1'120'300 franchi (onorari, prestazioni accessorie e altre prestazioni). Nel 2011 le prestazioni accessorie e le altre prestazioni per un totale di 335'300 franchi sono state incluse nella retribuzione complessiva. Nell'anno in esame gli onorari percepiti dal Presidente del CdA hanno raggiunto complessivamente i 225'000 franchi, mentre le prestazioni accessorie e le altre prestazioni hanno toccato i 27'650 franchi.

#### Direzione del gruppo

Nell'anno in esame la retribuzione complessiva dei nove membri della Direzione del gruppo, prestazioni accessorie comprese, è stata di 4'964'384 franchi (salari di base, prestazioni accessorie, bonus di rendimento e indennità di buonuscita). Come per il CdA le prestazioni accessorie per un totale di 379'950 franchi sono state incluse nel compenso globale. Il bonus di rendimento versato ai membri del CdA nel 2012 e calcolato sulla base degli obiettivi raggiunti nel 2011 è stato pari a 1'189'434 franchi. Il direttore generale ha percepito uno stipendio di base complessivo di 550'000 franchi, più un bonus di rendimento di 236'720 franchi. In considerazione delle sue prestazioni individuali ha ricevuto per il 2011 un premio di rendimento pari a 75'000 franchi.



2	Prefazione
4	Offerte di qualità per i nostri clienti
10	Buoni risultati in un contesto difficile
16	Qualità e innovazione per oggi e per domani

24	Un datore di lavoro interessante e responsabile
30	Per una Svizzera attiva ed efficiente
36	Tutela del clima al centro
44	Corporate Governance

---

## Ufficio di revisione

Su incarico del Consiglio federale la società KPMG AG svolge dal 1998 la duplice funzione di ufficio di revisione per la casa madre e di revisore del gruppo. La società è presieduta dal

revisore capo Orlando Lanfranchi in carica da due anni. Nell'anno in esame la Posta ha versato a KPMG AG complessivamente 2,428 milioni di franchi per gli onorari di revisione e consulenza.

---

## Politica dell'informazione

Oltre al rendiconto sullo stato di attuazione degli obiettivi strategici e ai rapporti sul personale (cfr. pag. 44) l'autorità di regolazione della Confederazione riceve un rapporto annuale. La Posta sottopone inoltre alla Confederazione, in

veste di proprietaria, la propria Relazione di bilancio per l'approvazione. I rappresentanti della Confederazione e gli organi della Posta si riuniscono periodicamente per discutere delle questioni contingenti.

## Ulteriori informazioni

### Contenuti extra



Per le pagine contrassegnate con questo simbolo è possibile reperire informazioni aggiuntive in formato digitale dallo smartphone. Basta scaricare la Post-App gratuita (per apparecchi iPhone e Android) e fotografare l'intera pagina mediante l'opzione «Augmented Reality». L'applicazione la riconosce e mostra contenuti extra come filmati o PDF.

### Documenti integrativi

Oltre alla Relazione di bilancio, il rendiconto 2011 comprende i seguenti documenti:

- Rapporto finanziario 2011 (rapporto sulla situazione finanziaria e chiusura annuale)
- tabelle (set completo di indici)
- indice GRI (indicazioni dei contenuti in base alle direttive della Global Reporting Initiative)

Questi documenti possono essere scaricati in formato elettronico dal sito [www.posta.ch/relazionebilancio](http://www.posta.ch/relazionebilancio). La Relazione di bilancio è disponibile anche in versione cartacea.

### Ordinazione della Relazione di bilancio e del Rapporto finanziario in versione cartacea

Ulteriori versioni cartacee della Relazione di bilancio e del Rapporto finanziario possono essere ordinate in internet dal sito [www.posta.ch/ordinazione-relazionebilancio](http://www.posta.ch/ordinazione-relazionebilancio). I collaboratori della Posta possono ordinarne ulteriori esemplari tramite i canali ordinari per l'ordinazione di stampati.

## Colophon

### Editrice e ufficio di contatto

La Posta Svizzera  
Comunicazione  
Viktoriastrasse 21  
Casella postale  
3030 Berna  
Svizzera

Telefono: +41 58 338 11 11  
Contatto per i media: +41 58 338 13 07  
[www.posta.ch](http://www.posta.ch)

### Concezione e gestione progetto

Corinne Santschi, Comunicazione Posta, Berna  
Dr. Andreas Sturm, phorbis Communications AG, Basilea

### Testo

Finanze Posta, Berna  
Marcel Suter, Sandra Schindler e Dominik Rothenbühler,  
Klarkom GmbH, Berna

### Diagrammi

Finanze Posta, Berna  
Dr. Andreas Sturm, phorbis Communications AG, Basilea  
Diagrammi basati sulle regole di allestimento del prof.  
Rolf Hichert.

### Foto

Marc Wetli, Zurigo, e varie fonti

### Layout e composizione

Walter Stähli e Franck Schirmer,  
phorbis Communications AG, Basilea

### Revisione e traduzioni

Servizio linguistico della Posta, Berna

### Tipografia

Neidhart + Schön AG, Zurigo, Svizzera

Numero ISSN 1661-9501



No. 01-12-637264 – [www.myclimate.org](http://www.myclimate.org)  
© myclimate – The Climate Protection Partnership



**MISTO**  
Carta da fonti gestite  
in maniera responsabile  
**FSC® C005019**

La presente Relazione di bilancio  
è stata prodotta a impatto climatico zero.

## Indici degli ultimi cinque anni

		2011	2010	2009	2008	2007
<b>Risultato</b>						
Ricavi d'esercizio	mln di CHF	8'599	8'736	8'558	8'980	8'712
conseguiti sul libero mercato	% dei ricavi d'esercizio	84,0	83,2	80,8	79,6	78,3
conseguiti all'estero	% dei ricavi d'esercizio	12,7	13,9	16,3	17,9	20,0
Risultato d'esercizio	mln di CHF	908	930	721	812	866
conseguito all'estero	% dei ricavi d'esercizio	5,7	2,6	4,9	4,0	7,0
Utile del gruppo	mln di CHF	904	910	728	825	909
Capitale proprio	mln di CHF	4'879	4'224	3'534	2'857	2'470
<b>Creazione di valore</b>						
Valore aggiunto dell'azienda	mln di CHF	390	452	272	416	559
Creazione di valore aggiunto	mln di CHF	5'187	5'268	4'983	4'875	4'925
per i collaboratori	mln di CHF	4'026	4'076	4'032	3'873	3'851
per gli investitori	mln di CHF	14	20	14	22	20
per l'amministrazione pubblica	mln di CHF	13	12	9	10	13
per la proprietaria	mln di CHF	200	200	200	170	300
per l'azienda	mln di CHF	934	960	728	800	741
<b>Impieghi</b>						
Organico (senza personale in formazione)	unità di personale	44'348	45'129	44'803	44'178	43'447
all'estero	%	15,0	16,1	15,6	14,2	12,7
Personale in formazione	persone	1'942	1'824	1'690	1'571	1'473
Impieghi in Svizzera	collaboratori della Posta ogni 100 lavoratori	1,31	1,34	1,33	1,30	1,29
Impieghi nelle regioni periferiche	persone	20'418	20'603	20'776	21'319	21'069
Tasso di fluttuazione (partenze volontarie)	in % dell'organico medio	3,9	3,5	3,1	5,3	4,7
Licenziamenti per ragioni economiche	persone	95	116	99	97	110
<b>Rapporti d'impiego, salari e indennità</b>						
Assunzione in base al CCL Posta	unità di personale in %	64,3	65,4	66,5	71,2	74,1
Salario minimo CCL Posta	CHF all'anno	44'823	44'379	44'071	42'746	41'826
Salario medio collaboratori	CHF all'anno	81'293	81'082	80'361	78'141	77'160
Retribuzione media dei membri della Direzione del gruppo	CHF all'anno	504'986	495'590	491'200	492'781	487'611
Forbice salariale*	fattore	6,2	6,1	6,1	6,3	6,3
<b>Gestione della salute</b>						
Infortuni professionali	numero ogni 100 unità di personale	6,9	7,5	6,5	6,3	5,5
Giorni di assenza dovuti a malattia e infortunio	giorni per collaboratore	10,8	10,5	10,4	10,7	11,0
<b>Diversità</b>						
Uomini	% di persone	52,3	52,1	51,5	51,5	51,1
Donne	% di persone	47,7	47,9	48,5	48,5	48,9
Nazioni rappresentate	numero	140	133	117	121	119
Donne nel Consiglio di amministrazione	%	22,2	22,2	25,0	20,0	22,2
Donne nella Direzione del gruppo	%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Donne nei quadri superiori	%	7,6	8,2	8,7	7,7	9,3
Donne nei quadri inferiori e medi	%	22,1	21,5	20,5	20,2	–
<b>Demografia</b>						
Età media del personale	anni	44,4	44,2	43,4	43,2	42,9
<b>Consumo di risorse</b>						
Consumo energetico	GJ	3'131'103	3'224'440	3'158'211	3'265'716	–
consumo diretto di energia (margine 1)	GJ	2'561'346	2'593'125	2'520'381	2'579'871	–
quota	% da fonti rinnovabili	0,91	0,47	0,47	0,40	–
consumo indiretto di energia (margine 2–3)	GJ	569'757	631'315	637'830	685'845	–
quota	% da fonti rinnovabili	94	93	96	92	–
<b>Impatto climatico (margine 1–3)</b>						
Impatto climatico	equivalente a t CO <sub>2</sub>	440'391	453'360	453'502	460'783	–
Intensità di CO <sub>2</sub> della creazione di valore	equiv. t CO <sub>2</sub> per mln CHF di creazione di valore	84,9	86,1	91,0	94,5	–
Intensità di CO <sub>2</sub> degli impieghi	equiv. t CO <sub>2</sub> per impiego a tempo pieno	9,5	9,6	9,7	10,1	–

\* fattore = retribuzione media dei membri della Direzione del gruppo rispetto al salario medio dei collaboratori

Le spiegazioni degli indici e il set completo degli stessi sono disponibili nelle tabelle relative alla Relazione di bilancio scaricabili dal sito [www.posta.ch/relazionedi bilancio](http://www.posta.ch/relazionedi bilancio).

La Posta Svizzera  
Viktoriastrasse 21  
Casella postale  
3030 Berna  
Svizzera

Telefono +41 58 338 11 11

[www.posta.ch](http://www.posta.ch)

**LA POSTA** 