

QUANDO, DOVE E COME PREFERISCO RAPPORTO DI GESTIONE 2016



LA POSTA 

Attività commerciale

Mercato della comunicazione: lettere, giornali, merci di piccole dimensioni, invii pubblicitari, soluzioni per l'esternalizzazione di processi commerciali e servizi innovativi nella gestione dei documenti in Svizzera e all'estero

Mercato logistico: invio di pacchi, offerte espresso e SameDay, e-commerce e soluzioni logistiche a livello nazionale e transfrontaliero

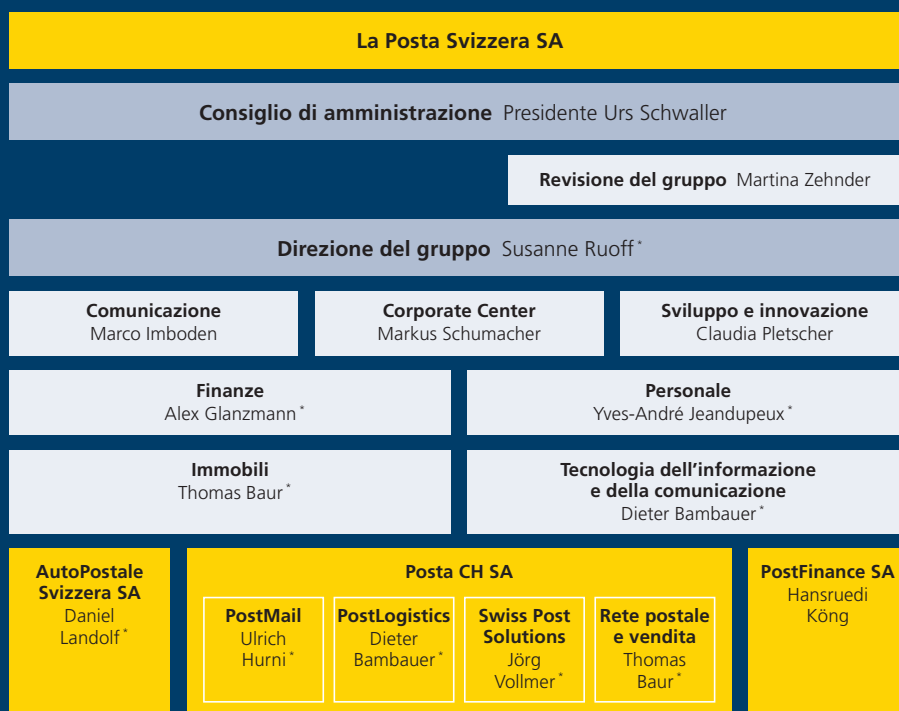
Mercato dei servizi finanziari: pagamenti, risparmio, investimenti, previdenza e finanziamenti in Svizzera e traffico internazionale dei pagamenti

Mercato dei trasporti di persone: trasporti regionali, urbani e d'agglomerato, servizi di sistema nonché soluzioni di mobilità in Svizzera e selettivamente anche all'estero

Risultati del 2016

Indice		2016	Obiettivi strategici
Ricavi d'esercizio	mln di CHF	8'188	–
Risultato d'esercizio (EBIT)	mln di CHF	704	700–900
Utile del gruppo	mln di CHF	558	–
Capitale proprio	mln di CHF	4'881	–
Grado di autofinanziamento degli investimenti	percentuale	100	100
Lettere indirizzate	quantità in mln	2'089	–
Pacchi	quantità in mln	122	–
Ø patrimoni dei clienti PostFinance	mld di CHF	119	–
Viaggiatori AutoPostale (Svizzera)	quantità in mln	152	–
Soddisfazione dei clienti	indice (scala 0–100)	80	≥ 78
Organico	impieghi a tempo pieno	43'485	–
Impegno del personale	indice (scala 0–100)	82	> 80
Incremento dell'efficienza di CO ₂ dal 2010	percentuale	16	10 ¹

¹ Valore target 2016

Organigramma
al 31.12.2016

* Membro della Direzione del gruppo

Mercati e segmenti

Mercato della comunicazione

PostMail offre ai clienti privati e commerciali prodotti di alta qualità e soluzioni individuali per lettere, giornali, merci di piccole dimensioni e invii pubblicitari, dall'accettazione al recapito. Servizi digitali completano l'offerta.

Indice		2016
Ricavi d'esercizio	mln di CHF	2'906
Risultato d'esercizio	mln di CHF	317
Lettere indirizzate	mln	2'089
Invii non indirizzati	mln	1'915
Giornali	mln	1'149
Organico	impieghi a tempo pieno	16'241

Swiss Post Solutions è un operatore leader nella fornitura di soluzioni per l'esternalizzazione di processi commerciali e servizi innovativi nella gestione dei documenti.

Ricavi d'esercizio	mln di CHF	558
Risultato d'esercizio	mln di CHF	20
Settore d'attività	numero paesi	16
Organico	impieghi a tempo pieno	6'803

Rete postale e vendita offre la rete di prestazioni postali più fitta d'Europa e inoltre, disponendo di numerosi punti di accesso, assicura un rapporto ancor più continuo e diretto con i clienti nella quotidianità. Alle PMI mette a disposizione consulenti specializzati e un'ampia gamma di prestazioni e punti clienti commerciali.

Ricavi d'esercizio	mln di CHF	1'196
Risultato d'esercizio	mln di CHF	-193
Versamenti	mln	165
Organico	impieghi a tempo pieno	6'006

Mercato logistico

PostLogistics propone soluzioni logistiche per l'invio transfrontaliero di pacchi e un ampio ventaglio di offerte corriere, espresso e SameDay. Inoltre si occupa della logistica dei trasporti e di magazzino e offre ai clienti privati prestazioni che consentono di ricevere i pacchi in tutta semplicità. A completare l'offerta, un ricco portafoglio di prestazioni e-commerce.

Indice		2016
Ricavi d'esercizio	mln di CHF	1'572
Risultato d'esercizio	mln di CHF	117
Pacchi	mln	122
Invii espresso	mln	2
Organico	impieghi a tempo pieno	5'151

Mercato dei servizi finanziari

PostFinance è il partner ideale per tutti coloro che gestiscono autonomamente le proprie finanze: che si tratti di pagamenti, risparmio, investimenti, previdenza o finanziamenti, l'azienda offre ai suoi clienti prodotti semplici e intuitivi a condizioni eque.

Indice		2016
Ricavi d'esercizio	mln di CHF	2'155
Risultato d'esercizio	mln di CHF	542
Conti dei clienti	quantità in mln	4,85
Afflusso di nuovi fondi	mln di CHF	4'479
Ø patrimoni dei clienti	mld di CHF	119
Organico	impieghi a tempo pieno	3'614

Mercato dei trasporti di persone

AutoPostale è l'azienda leader nel trasporto pubblico su strada in Svizzera. Con i suoi veicoli moderni trasporta ogni anno milioni di viaggiatori. Nel traffico regionale viaggiatori, l'azienda di trasporto su strada è sempre più presente nelle città e negli agglomerati.

Indice		2016
Ricavi d'esercizio	mln di CHF	923
Risultato d'esercizio	mln di CHF	36
Passeggeri Svizzera	mln	152
Prestazione annua Svizzera	mln di km	153
Veicoli	numero	2'242
Organico	impieghi a tempo pieno	3'210

LA POSTA – SEMPLICITÀ E SISTEMA

Collegiamo realtà fisica e digitale e creiamo nuovi standard di riferimento con i nostri prodotti e le nostre soluzioni integrate. In questo modo semplifichiamo le operazioni dei nostri clienti in un ambito complesso e li aiutiamo ad avere più tempo a disposizione.



8188 mln

di franchi sono i **ricavi d'esercizio**, leggermente inferiori rispetto all'anno precedente.



558 mln

di franchi è l'importo a cui ammonta l'**utile del gruppo**, in calo rispetto all'anno precedente.



80 punti

La **soddisfazione della clientela** si mantiene a livelli elevati.



16%

di **aumento dell'efficienza di CO₂** che la Posta ha raggiunto nel 2016 rispetto al 2010.



61'265

collaboratori compongono l'**organico**, leggermente in calo rispetto all'anno precedente.



82 punti

L'indice relativo all'**impegno del personale** testimonia la motivazione e la disponibilità dei collaboratori.



14 La rete postale del futuro

Al fine di offrire una rete adatta a tutti, la Posta sviluppa nuovi punti di accesso e aumenta la flessibilità delle prestazioni di servizio.



23 Gestione individuale degli invii

Con «I miei invii» i clienti decidono dove e quando farsi recapitare i pacchi dalla Posta.



35

Pagare in mobilità con TWINT

TWINT permette di pagare, inviare e ricevere denaro, registrare carte clienti, utilizzare coupon e schede di raccolta punti ed eseguire donazioni.



39 Fornitore globale di servizi di mobilità

AutoPostale porta avanti lo sviluppo di servizi di sistema ampliando così la gamma di prodotti lungo la catena della mobilità.

Indice

Prefazione 2

Sempre e ovunque 5

Intervista

a Urs Schwaller
e Susanne Ruoff 6

Strategia 9

Punti di accesso 13

Sviluppo aziendale 17

Gruppo 18

Mercato della comunicazione
e mercato logistico 22

Mercato dei servizi finanziari 34

Mercato dei trasporti di persone 38

Sostenibilità e impegno 43

Collaboratori 49

Corporate Governance 53

Cifre 61

Il presente Rapporto di gestione è completato da un **Rapporto finanziario** (relazione annuale, Corporate Governance e chiusura annuale) a parte, da **cifre complete relative al Rapporto di gestione** e da un **rapporto GRI**. Informazioni per richiedere tali documenti sono disponibili a pag. 60.



” —
 La Posta è sinonimo
 di un servizio di base
 di alta qualità.

Gentili Signore, egregi Signori,

la Posta ha assicurato anche nello scorso anno d'esercizio un servizio di base di alta qualità. Per continuare a farlo anche in futuro sta al passo coi tempi. Le condizioni quadro cambiano molto rapidamente. I nostri clienti eseguono sempre più spesso le operazioni postali in qualsiasi momento e indipendentemente dal luogo in cui si trovano: dopo il lavoro, in treno o in vacanza, lontano da casa. Noi teniamo conto di questa crescente esigenza di mobilità e flessibilità. Avere un rapporto continuo e diretto con il cliente è il nostro obiettivo principe e per questo intendiamo offrire sempre il servizio richiesto al posto giusto,

I nostri clienti, dai giovani agli anziani, da chi fa largo uso del canale online a chi è più avvezzo ai canali di comunicazione tradizionali, si aspettano che le nostre soluzioni siano pratiche, semplici e veloci e che funzionino senza interruzioni. I clienti auspicano trasparenza e grande facilità d'impiego, soprattutto per quei servizi che collegano la realtà fisica con quella digitale. In un contesto che sta diventando sempre più complesso intendiamo semplificare la vita dei nostri clienti attraverso soluzioni innovative e ben ponderate. Non ci prefiggiamo di sfruttare tutte le possibilità messe a disposizione dalla tecnologia, ma solo quelle che creano un valore aggiunto per le persone che vivono nel nostro paese. Questa è la nostra vision e la forza che ci spinge a continuare a sviluppare e ampliare le nostre offerte e la rete postale.

L'anno che ci lasciamo alle spalle è stato caratterizzato da sfide strutturali di ampia portata. Con un utile del gruppo di 558 milioni di franchi e un risultato d'esercizio (EBIT) di 704 milioni, la Posta ha conseguito un risultato inferiore rispetto al 2015.

Benché l'attività legata a lettere, giornali e invii pubblicitari si sia confermata anche nel 2016 una delle colonne portanti della Posta, i prodotti postali classici vengono sempre più sostituiti dai clienti con offerte digitali e questo ha ripercussioni sempre più pesanti sull'attività di base e sulla rete postale. Entro il 2020 la Posta punta pertanto a creare una rete di filiali all'avanguardia, con un'ampia offerta di punti di accesso fisici e digitali. Nel settore logistico, nonostante il commercio online sia in piena espansione le condizioni di mercato sono tutt'altro che semplici, anche e soprattutto a causa del crescente numero di nuovi

concorrenti – anche esterni al settore – che premono sul mercato. La trasformazione digitale in atto nel settore bancario e il persistere dei tassi d'interesse negativi pongono PostFinance di fronte a sfide sempre più numerose. Per di più, a causa del divieto di concedere crediti, per PostFinance non è affatto semplice riuscire a investire in modo redditizio i depositi dei clienti in questa situazione caratterizzata da tassi d'interesse negativi.

Ne consegue che il contesto in cui la Posta opera è e rimane difficile in tutti i mercati. L'azienda ha pertanto bisogno di condizioni quadro adeguate per poter continuare anche in futuro a finanziare autonomamente un servizio postale di base di qualità elevata.

A nome del Consiglio di amministrazione e della Direzione del gruppo porgiamo un sentito ringraziamento a tutto il personale e ai membri dei quadri per il buon risultato operativo raggiunto. Apprezziamo molto il loro impegno. I nostri collaboratori sono ancora sempre la chiave del successo della Posta. Ringraziamo i nostri clienti per la fiducia accordataci, con la promessa di continuare a servirli garantendo l'elevata qualità che da sempre ci contraddistingue e a convincerli con nuovi servizi e soluzioni.



Urs Schwaller
Presidente del Consiglio
di amministrazione



Susanne Ruoff
Direttrice generale

” —
Vogliamo offrire sempre
il servizio richiesto al posto
giusto.

” —

La riorganizzazione
della rete rappresenta
una grande opportunità
per una Posta vicina
alla clientela ed
economicamente sana.

Urs Schwaller
Presidente del Consiglio di amministrazione

SEMPRE E OVUNQUE:
QUANDO, DOVE
E COME PREFERISCO



Opuscolo arricchito
con contenuti digitali


LA POSTA 

Care lettrici e cari lettori,

quali sono le esigenze postali dei clienti di oggi? Quali sono le loro abitudini? Che aspettative hanno nei nostri confronti? Cerchiamo di trovare risposte a queste domande attraverso un dialogo attivo con loro e con i nostri partner, così da poter sviluppare la rete postale e fare in modo che tutti possano avvalersene in modo vantaggioso – sempre e ovunque.

Oggi la presenza fisica capillare della Posta è integrata e ampliata da svariati punti di accesso alle prestazioni postali, come gli sportelli automatici My Post 24, i punti di ritiro e di impostazione presso le stazioni di servizio o le stazioni ferroviarie e una serie di app innovative. Attraverso offerte sempre più personalizzate veniamo incontro alle mutate richieste e abitudini dei nostri clienti: oggi, ad esempio, le lettere raccomandate e i pacchi possono essere ritirati o recapitati sette giorni su sette, mentre gli invii di ritorno vengono presi in consegna dal fattorino dei pacchi direttamente a domicilio o a un altro indirizzo. I nostri servizi consentono di svolgere operazioni finanziarie in viaggio e in qualsiasi momento al PC o tramite la PostFinance App e di effettuare pagamenti senza contanti con lo smartphone grazie a TWINT, il portafoglio digitale. AutoPostale, dal canto suo, offre ormai soluzioni che coprono l'intera catena della mobilità, dall'autopostale alle PubliBike, passando per il car sharing. Siamo convinti che questo mix di servizi tradizionali e innovativi, di soluzioni online e contatto personale sarà la chiave del successo anche in futuro.

Continuare a fornire alla popolazione svizzera un servizio postale di base di elevata qualità resta per noi fonte di orgoglio, pur volendo tener conto anche delle mutate esigenze della clientela. Per questa ragione provvederemo affinché anche in futuro siano disponibili numerosi punti di accesso fisici, siano essi filiali gestite autonomamente o filiali in partenariato (agenzie postali). Attraverso il modello di agenzia, sosteniamo inoltre in modo mirato l'infrastruttura delle aree rurali, offrendo ad esempio una seconda attività – e fonte di reddito – a un piccolo negozio di alimentari. Uffici postali, agenzie, servizi a domicilio, punti di servizio come i punti di impostazione e di ritiro o i punti clienti commerciali: oggi si contano circa 3800 differenti punti di accesso, che diventeranno oltre 4000 in futuro. In tale contesto, soluzioni classiche e innovative devono integrarsi a vicenda per offrire un servizio di base che sia non solo ottimale per ogni tipo di esigenza, per tutte le regioni e generazioni, nell'abituale elevata qualità e affidabilità e con un'infrastruttura economicamente sostenibile nel medio e lungo termine, ma anche più fruibile di quanto non sia mai stato.



Susanne Ruoff
Direttrice generale



” —

Le soluzioni della Posta sono pratiche e comode e si inseriscono alla perfezione nella mia quotidianità lavorativa.

→ Pag. 8

Quando, dove e come preferisco



” —

Online, mobili, versatili, digitali: le soluzioni della Posta si addicono al mio stile di vita.

→ Pag. 12



” —

Immettere la destinazione, comprare il biglietto e partire – in modo semplice e rapido tramite app.

→ Pag. 16

Il presente opuscolo è stato **arricchito con contenuti digitali**. Per visualizzarli è necessario scansionare con la **Post-App** l'immagine di volta in volta contrassegnata.



I contenuti digitali di approfondimento sono identificati tramite questo simbolo.



Avviare la Post-App e selezionare la voce «Scansionare codici/immagini».



Scansionare l'immagine al di sopra del simbolo.



Visionare il contenuto multimediale.

Sempre e ovunque: la Posta costruisce la rete del futuro

Nuove aspettative

Le persone conducono uno stile di vita sempre più mobile, nel lavoro e nel tempo libero. Lo nota anche la Posta: la richiesta di servizi postali elettronici e disponibili 24 ore su 24 è infatti in aumento. La Posta risponde a questa tendenza ampliando la rete postale esistente.

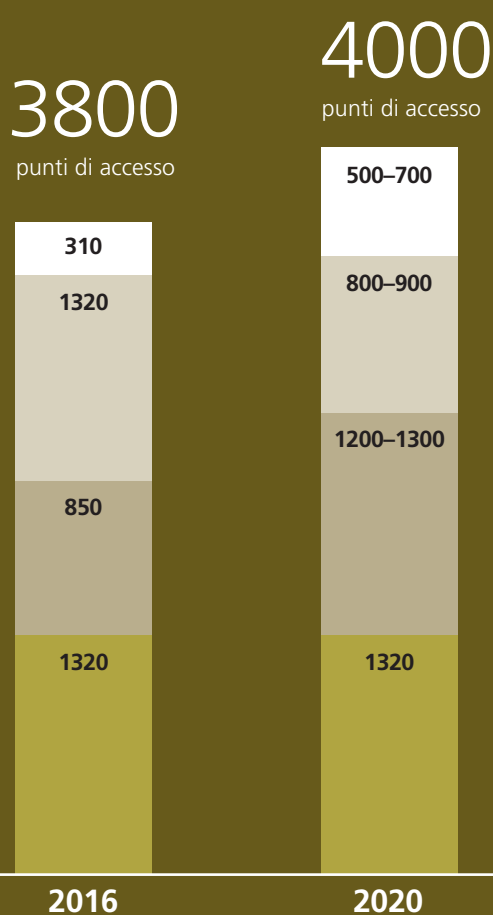
Rete capillare

La Posta è presente in modo capillare su tutto il territorio nazionale. Alla fine del 2016 gestiva circa 1320 uffici postali, 850 agenzie postali, 1320 servizi a domicilio e 310 punti di servizio complementari, come i punti di impostazione e di ritiro o gli sportelli automatici My Post 24. A livello europeo la Posta vanta così la più fitta rete di accesso ai servizi postali.

Ogni giorno un milione di clienti entra in contatto con la Posta.

Entro il 2020 la Posta amplierà la rete, portando a circa 4000 il numero di punti di accesso.

Lo sviluppo della rete postale



Da 3800 a 4000

La Posta aumenterà i punti di accesso alla sua rete, portandoli dai 3800 della fine del 2016 ad almeno 4000 entro la fine del 2020. Al contempo punterà ancora di più sull'efficace modello delle agenzie postali con i loro orari di apertura prolungati e convertirà un numero sempre maggiore di uffici postali. In questo modo potrà mantenere una rete capillare di filiali nel lungo termine e allo stesso tempo rafforzare l'infrastruttura regionale.

- Punti di impostazione e di ritiro, sportelli automatici My Post 24 e punti clienti commerciali
- Uffici postali tradizionali
- Agenzie postali
- Servizio a domicilio

In loco, in rete o in viaggio: semplicemente vicina

La Posta è al servizio dei propri clienti sempre e ovunque grazie a una molteplicità di prestazioni e punti di accesso ed è disponibile 24 ore su 24.

Punti di accesso

Servizi postali



Filiali

Nelle filiali gestite autonomamente (uffici postali), durante gli usuali orari di apertura, è possibile disporre di tutti i servizi postali: impostare lettere e pacchi, ritirare invii, acquistare francobolli ed effettuare versamenti in contanti o con la PostFinance Card.



Filiali in partenariato

Nelle filiali in partenariato (agenzie postali) è possibile combinare le operazioni postali con gli acquisti quotidiani: impostare lettere e pacchi, ritirare invii e acquistare francobolli, prelevare denaro contante con la PostFinance Card. È possibile effettuare versamenti senza contanti con la PostFinance Card e la carta Maestro. Queste filiali sono gestite in collaborazione con partner della Posta, per lo più commercianti al dettaglio.



Servizio a domicilio

Soprattutto nelle aree rurali, le principali operazioni postali possono essere effettuate direttamente sulla propria porta di casa. Durante il loro giro, gli addetti al recapito prendono in consegna lettere e pacchi, oltre a vendere francobolli. Su prenotazione è possibile effettuare versamenti e prelevare denaro contante.



Cassette delle lettere

Con il servizio pick@home la Posta prende in consegna gli invii di ritorno a domicilio o in ufficio. Il servizio di presa in consegna può essere ordinato comodamente online.



Punti di imposita- zione e di ritiro

Chi è spesso fuori casa può ritirare i suoi pacchi dove desidera, scegliendo tra tutte le filiali e tra numerosi punti di impostazione e di ritiro presso stazioni ferroviarie e stazioni di servizio.



Sportelli auto- matici My Post 24

24

Agli sportelli automatici My Post 24 è possibile ritirare e spedire pacchi e lettere raccomandate 24 ore su 24.



Buche delle lettere

24

Sono circa 15'000 i punti in tutta la Svizzera in cui è possibile impostare invii preaffrancati in qualsiasi momento. Non si ha un francobollo a portata di mano? Sullo smartphone è possibile caricare un francobollo SMS 24 ore su 24.



Portale della Posta

24

Sul sito web della Posta è possibile disporre di tutta una serie di servizi. Una volta effettuato il login è possibile ad esempio gestire gli invii, predisporre procure singole o comunicare un cambiamento d'indirizzo. Grazie alla Post-App si possono utilizzare i servizi preferiti anche sul cellulare.



Servizio clienti

Il servizio clienti è a disposizione per rispondere a qualsiasi domanda riguardante le prestazioni della Posta, telefonicamente e per e-mail.



Punti clienti commerciali

I clienti commerciali hanno la possibilità di impostare i propri invii presso una serie di punti creati appositamente per loro. Presso tutti i centri lettere e pacchi dispongono di punti di accettazione con collegamento diretto alla lavorazione degli invii.






Punti di accesso

Servizi finanziari

	Filiali PostFinance		Chi desidera usufruire di una consulenza finanziaria personalizzata può rivolgersi ai nostri specialisti, a disposizione in 43 filiali e 57 luoghi di consulenza esterni per qualsiasi domanda in merito a pagamenti, risparmio, investimenti, previdenza e finanziamenti.
	Postomat		La PostFinance Card consente di prelevare franchi o euro e di utilizzare altri servizi legati al conto postale presso tutti i Postomat della Svizzera.
	E-finance		Tramite il sito web o l'app, e-finance consente di gestire da qualsiasi luogo in modo semplice e comodo i propri conti ed effettuare pagamenti semplicemente premendo un tasto.
	E-trading		Tramite computer, tablet o smartphone: e-trading offre la possibilità di gestire autonomamente i propri titoli ovunque e in qualsiasi momento.
	PostFinance App		Controllare il saldo e i movimenti del conto, trasferire denaro, ricaricare il credito prepaid o scansionare e autorizzare fatture: con la PostFinance App è possibile accedere al proprio conto sempre e ovunque.
	TWINT		TWINT consente di pagare gli acquisti tramite lo smartphone, in modo rapido, comodo e senza contanti. Basta installare l'app e pagare.

Punti di accesso

Servizi di mobilità

	App di AutoPostale		Informarsi sugli orari da porta a porta, acquistare online biglietti di differenti comunità, ricevere in tempo reale segnalazioni aggiornate di guasti o deviazioni: l'app di AutoPostale offre numerose funzioni di grande praticità.
	Fermate di AutoPostale		Che si viva in campagna o nell'agglomerato, grazie alle 11'773 fermate gestite, AutoPostale trasporta tutti in modo sicuro e puntuale in città e poi di nuovo a casa.
	Stazioni PubliBike		Viaggiare con i mezzi pubblici e percorrere in bicicletta l'ultima tappa verso la destinazione. Sempre in più città e comuni è possibile noleggiare 24 ore su 24 biciclette tradizionali ed elettriche presso numerose stazioni.



**Spedire e ricevere in tutta semplicità –
quando, dove e come preferisco**

”

Le soluzioni della Posta sono pratiche e comode e si inseriscono alla perfezione nella mia quotidianità lavorativa.

Fabio Segat
Giurista

Cosa mi piace

La Posta mi offre 24 ore su 24 soluzioni pratiche e comode che mi semplificano la vita. Il servizio SMS mi informa ad esempio su quando arriverà la raccomandata con il mio nuovo passaporto, in più posso farmi recapitare un pacco anche la sera o direttamente alla mia stazione ferroviaria.

Cosa mi auguro

Sarebbe fantastico poter gestire la ricezione di pacchi e raccomandate con un anticipo ancora minore. Inoltre mi piacerebbe essere informato più rapidamente sui nuovi servizi introdotti.

Siete voi a decidere dove, quando e come ricevere o spedire il vostro invio.

Non siete a casa quando passa il fattorino? Desiderate ritirare il vostro pacco lungo il tragitto per andare al lavoro? Oppure combinare il salto in posta con un giro di acquisti in città? Le persone conducono uno stile di vita sempre più mobile, nel lavoro e nel tempo libero. Ecco perché la Posta ha tutta l'intenzione di essere presente al momento giusto e con i servizi e prodotti giusti esattamente lì dove si trovano i suoi clienti e integrarsi nella loro quotidianità.

La Posta di oggi offre non solo numerose modalità di ricezione e impostazione, ma anche nuovi servizi che consentono ai propri clienti di ricevere e rinviare invii nel modo più semplice possibile.

24 ore su 24

Punti di servizio della Posta



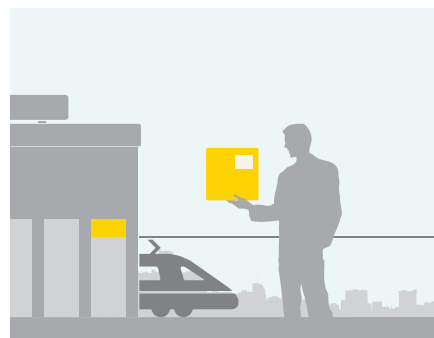
Ritirare e impostare pacchi o lettere raccomandate: presso i circa 80 sportelli automatici My Post 24 è possibile farlo in qualsiasi momento del giorno e della notte. Inoltre la Posta provvede regolarmente alla vuotatura di quasi 15'000 buche delle lettere gialle distribuite su tutto il territorio nazionale.



Estremamente flessibile:
posso decidere autonomamente
quando ritirare i miei invii.

Fuori casa

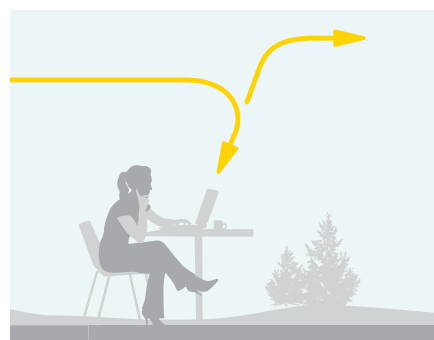
Punti alternativi di impostazione e di ritiro



In posta, nelle stazioni FFS o ai distributori di benzina: con il servizio PickPost i pacchi si spediscono e ricevono in tanti posti, quando e dove si vuole.

Online

I miei invii



Con il servizio online «I miei invii» la Posta vi informa sugli invii in arrivo, dandovi la possibilità di scegliere prima del recapito quando e dove ricevere i pacchi.

Nel tempo libero

Recapito serale, il sabato e la domenica



Recapitare gli invii quando il destinatario è a casa, ovvero la sera o nel fine settimana. Grazie a questi servizi complementari della Posta, gli shop online offrono ai propri clienti un valore aggiunto effettivo.

Comodamente a casa

pick@home



Il fattorino prende in consegna i pacchi da rinviare direttamente a casa o a un altro indirizzo a scelta. È possibile gestire comodamente gli ordini di presa in consegna anche fuori casa con la Post-App.



Estremamente pratico: faccio prendere in consegna il mio pacco direttamente a casa.

Personalmente in loco

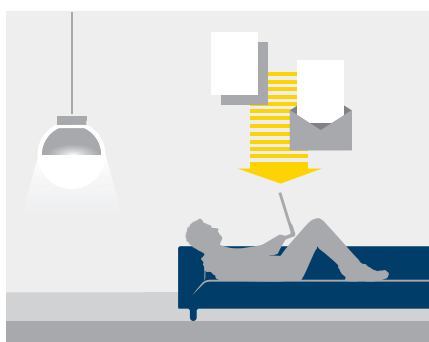
Filiali e servizio a domicilio



La Posta è presente di persona su tutto il territorio nazionale, periferie comprese. Potete svolgere le vostre operazioni postali in circa 1320 filiali gestite autonomamente, 850 filiali presso un partner o, in 1320 località, direttamente sulla porta di casa.

Fisico o digitale

E-Post Office



Ricevete i vostri invii nel formato che preferite: fisico o digitale. Trattate la vostra corrispondenza al computer o sul telefono cellulare, archiviate documenti o pagate le vostre fatture.



Estremamente intelligente: la cassetta delle lettere elettronica è accessibile sempre e ovunque.

**Gestire autonomamente le finanze –
quando, dove e come preferisco**



” —

Online, mobili, versatili,
digitali: le soluzioni della
Posta si addicono al mio
stile di vita.

Céline Debray

Rivenditrice di libri online

Cosa mi piace

Essendo una maniaca dei computer, sono entusiasta delle svariate soluzioni digitali offerte dalla Posta. Che utilizzi e-finance per il traffico dei pagamenti del mio negozio, controlli velocemente per strada il saldo del conto sulla PostFinance App o paghi il mio caffè da passeggio al chiosco con TWINT: tutto è semplice e funzionale.

Cosa mi auguro

Mi piacerebbe che il servizio clienti rispondesse alle e-mail nei tempi più rapidi possibili, al massimo entro 24 ore. E sarebbe bello se il fattorino, nel suo giro, potesse tenere conto degli orari di apertura del mio negozio.

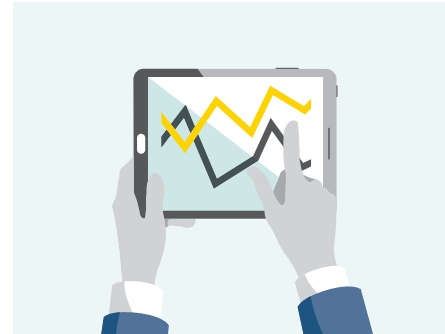
Siete voi a decidere quando, dove e come amministrare autonomamente le vostre finanze.

Desiderate aprire un nuovo conto o investire periodicamente un determinato importo? Sapete esattamente cosa volete e desiderate gestire il vostro denaro online in tutta semplicità, come e dove vi è più comodo, che sia la mattina presto in treno o la sera tardi a casa.


Pagamenti, risparmi, investimenti, previdenza e finanziamenti: PostFinance vi offre tutto quello di cui avete bisogno per la gestione quotidiana delle vostre finanze attraverso prodotti intuitivi a condizioni vantaggiose e con un approccio semplice. Vi sosteniamo con lealtà e partecipazione, parliamo lo stesso linguaggio e prestiamo ascolto alle vostre necessità.

In autonomia

E-trading



Comprare e vendere azioni, obbligazioni, derivati o fondi: e-trading è per chiunque voglia negoziare titoli autonomamente online. Funziona anche tramite la PostFinance App.

 **Estremamente globale: posso operare sulle principali piazze borsistiche.**

A casa e in viaggio

E-finance

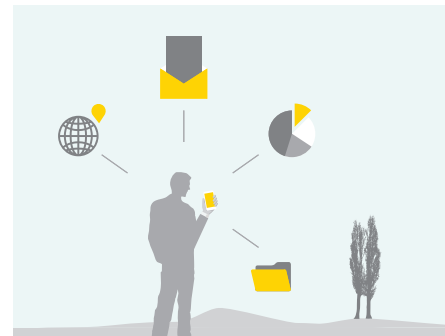


E-finance vi consente di gestire i vostri conti e depositi fondi su internet e di effettuare tutte le operazioni finanziarie in modo sicuro ed efficiente, nonché ovunque e in qualsiasi momento.


 **Estremamente chiaro: posso impostare e-finance nel modo più adatto alle mie esigenze.**

In tutta semplicità sul cellulare

PostFinance App



Consultare saldo e movimenti, trasferire piccoli importi, ricaricare il credito prepaid, ricerca ubicazioni, calcolatrice valute, quotazioni di borsa: con la PostFinance App il conto è sempre in tasca.

 **Estremamente funzionale: nella PostFinance App posso controllare le mie finanze in qualsiasi momento.**

Senza contanti

TWINT



Basta con contanti e carte: TWINT è il portafoglio digitale sul vostro smartphone. Per pagare con il cellulare è sufficiente installare l'app, registrarsi e caricare gratuitamente denaro.



Estremamente conveniente:
non pago nessuna tassa annuale
per TWINT.

Senza contatto

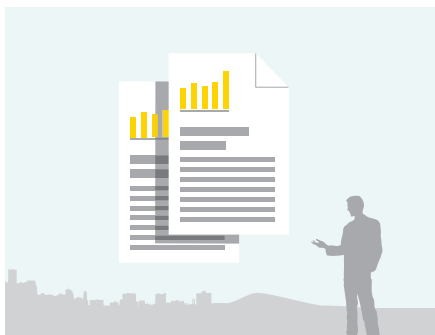
PostFinance Card



Effettuare acquisti, rifornimenti di carburante e pagamenti online senza contanti: tutto ciò è possibile con la PostFinance Card. E per importi fino a 40 franchi non serve nemmeno il NIP.

Su misura

Offerta di fondi



Presso PostFinance trovate il fondo o i fondi adatti per la vostra strategia individuale. Della preselezione si occupa PostFinance.

In tutto il mondo

Soluzioni di pagamento per i viaggi



Non importa dove vi conducono i vostri viaggi: con il giusto mix di soluzioni di pagamento per i viaggi avrete sempre denaro a disposizione in tutto il mondo.



**Viaggiare senza problemi –
quando, dove e come preferisco**

”

Immettere la destinazione,
comprare il biglietto e partire –
in modo semplice e rapido
tramite app.

Ueli Nutt
Pensionato

Cosa mi piace

Che debba recarmi in città o in montagna, viaggio sempre volentieri con AutoPostale. Con l'app di AutoPostale sia cercare i collegamenti sia acquistare i biglietti è semplicissimo. Un altro punto a favore è ovviamente anche il WiFi gratuito. La possibilità di passare direttamente da un autopostale a una PubliBike per arrivare puntuali a destinazione è un'offerta straordinaria, anche se preferisco lasciarla ai più giovani.

Cosa mi auguro

Sarebbe stupendo avere dei tabelloni digitali alle fermate, per sapere se si può prendere la coincidenza prevista.

Desiderate percorrere un tragitto in modo semplice e veloce in qualsiasi momento, da qualsiasi luogo e con qualunque mezzo di trasporto.

AutoPostale è inconfondibile: chiunque veda un autobus giallo pensa subito ad AutoPostale. E a ragione: gli agglomerati e le città crescono insieme le esigenze dei cittadini cambiano di giorno in giorno, recarsi da un posto all'altro deve essere possibile in tempi sempre più stretti e in modo sempre più semplice: tutti sviluppi di cui AutoPostale tiene conto, predisponendo un'offerta opportunamente versatile. Dal puro e semplice trasporto persone al car sharing fino alle soluzioni di biglietteria elettronica che possono essere offerte anche a terzi: l'offerta comprende soluzioni in grado di rispondere a tutte le esigenze di trasporto dei cittadini e lungo l'intera catena della mobilità.

Affidabile

Servizio di linea



Ogni giorno sono 417'000 i viaggiatori che, dopo aver atteso presso una delle 11'773 fermate di AutoPostale, utilizzano le 882 linee per recarsi puntualmente dal loro domicilio al lavoro.

In un batter d'occhio

App di AutoPostale



Acquistare il biglietto con soli due clic, in comunità tariffali diverse: con l'app di AutoPostale avete accesso a tutti i collegamenti e biglietti di ben 14 comunità tariffali. Potrete acquistare i biglietti in un batter d'occhio!

In rete

WiFi sugli autopostali



Per gli appassionati di videogiochi, turisti e pendolari: su circa 1600 autopostali i passeggeri navigano gratis in internet durante il tragitto, per un viaggio confortevole e divertente.



Estremamente piacevole: posso comprare il mio biglietto senza dover fare alcuna fila.

Pratico e salutare

PubliBike



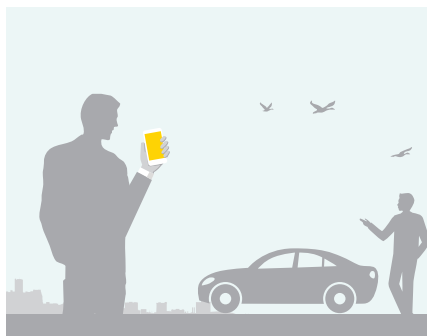
Scendere dal treno, saltare in sella a una bici e arrivare fin davanti all'ufficio: trovate stazioni PubliBike in moltissime città e comuni della Svizzera e presso 118 stazioni. E il loro numero è in crescita.



Estremamente gradito: anche in una località sconosciuta ho sempre a portata di mano una bicicletta.

Insieme

PubliRide



Viaggiare da passeggeri anziché sedersi al volante: con PubliRide di AutoPostale è possibile condividere il viaggio con altri alleggerendo anche il traffico. Si può prenotare oppure offrire un viaggio in tutta semplicità online.

Semplice e veloce

Mobile Ticketing



Desiderate avere il biglietto direttamente sul cellulare invece di dover cercare uno sportello automatico? Nessun problema, con il biglietto SMS di AutoPostale potete ordinare il biglietto in tutta semplicità via SMS e riceverlo immediatamente.



Estremamente rapido: il biglietto SMS è disponibile in un baleno sul cellulare.

Orientamento al futuro

Navetta autonoma



Salite a bordo del futuro! A Sion, AutoPostale sta testando in collaborazione con partner la navetta autonoma – silenziosa, pulita e sicura.



Estremamente sicuro: presto nella nostra area industriale percorrerò il tragitto dall'ufficio allo stabilimento di produzione a bordo della navetta.

La Posta Svizzera SA
Wankdorfallee 4
Casella postale
3030 Berna
Svizzera

N. tel. +41 58 338 11 11
www.posta.ch
rapportodigestione.posta.ch/allegato2016

LA POSTA 

” —

In loco, in rete o
in viaggio: la Posta
è sempre vicina ai
suoi clienti.

Susanne Ruoff
Diretrice generale



” —

Entro il 2020 sarà possibile usufruire dei servizi postali presso oltre 4000 punti di accesso in Svizzera.

Intervista

a **Urs Schwaller**, presidente del Consiglio di amministrazione, e a **Susanne Ruoff**, direttrice generale

Signor Schwaller, quand'è stata l'ultima volta che ha pagato una fattura allo sportello con una polizza di versamento?

Da anni effettuo quasi tutti i pagamenti online. In questo non sono diverso dalla grande maggioranza dei nostri clienti. Le abitudini sono cambiate e le possibilità tecnologiche di cui disponiamo sono notevolmente aumentate. Grazie alla crescente mobilità desideriamo poter accedere ai servizi in qualsiasi momento e in qualsiasi luogo. Per questo anche in futuro la Posta dovrà continuare a essere il più possibile vicina ai clienti.

Com'è cambiata la Posta in funzione delle mutate esigenze e abitudini dei clienti?

Susanne Ruoff: Oggi è possibile effettuare le operazioni postali sette giorni su sette e sempre più spesso anche 24 ore su 24, grazie al crescente numero di sportelli automatici My Post 24 o alla rete nazionale di punti di impostazione e di ritiro presenti nelle stazioni di servizio e ferroviarie. Con l'offerta pick@home, inoltre, i fattorini prendono in consegna i pacchi direttamente a domicilio o a un altro indirizzo indicato dal cliente. Altri esempi di servizi innovativi sono il Francobollo SMS, la gestione dell'in-

” —

Puntiamo sulla collaudata coesistenza di punti di accesso esistenti e nuovi.

vio di lettere raccomandate e pacchi e Post-Card Creator. Sviluppi simili sono riscontrabili anche nel traffico dei pagamenti: PostFinance offre già oggi un’ampia scelta di soluzioni con cui i clienti possono gestire le loro finanze 24 ore su 24.

Le esigenze e le abitudini dei clienti cambieranno ulteriormente. Con quali conseguenze per la rete postale?

Urs Schwaller: Fondamentale non è la forma d’esercizio, quanto l’accessibilità ai nostri servizi. L’ufficio postale tradizionale ci permette sempre meno di soddisfare le odierne esigenze della clientela. Il drastico calo dei volumi delle impostazioni di lettere e pacchi e dei versamenti allo sportello ne è la dimostrazione lampante. Per questo nell’autunno del 2016 abbiamo comunicato all’opinione pubblica e alla politica come ci immaginiamo la rete postale del futuro e come intendiamo procedere per realizzarla. La rete è stata progettata tenendo conto delle esigenze delle varie generazioni, regioni e culture e puntando sulla collaudata coesistenza di punti di accesso esistenti e nuovi che si integrano a vicenda. Grande importanza riveste anche l’agenzia postale che negli ultimi dieci anni si è imposta sempre più come un punto di accesso pratico e apprezzato dall’utenza.

Che cosa significa questo per il servizio di base?

Urs Schwaller: Vogliamo mantenere a lungo termine una rete capillare di punti di accesso che sia a misura di utente e al tempo stesso finanziabile. Entro il 2020 sarà possibile usufruire dei servizi postali presso oltre 4000 punti di accesso in Svizzera. Oggi questi ultimi sono in tutto circa 3800. La nostra azienda garantisce un servizio pubblico forte e intende continuare a farlo. La riorganizzazione della rete rappresenta una grande opportunità per una Posta vicina alla clientela ed economicamente sana.

Che importanza rivestono gli utili a tale scopo?

Urs Schwaller: La Posta deve conseguire degli utili solidi. Spesso si dimentica che l’azienda deve autofinanziarsi senza dipendere dai finanziamenti della Confederazione e dovrà assolutamente continuare a farlo anche negli anni a venire. Ogni anno investiamo tra i 400 e i 500 milioni di franchi per lo sviluppo costante delle nostre infrastrutture e dei nostri servizi. Siamo consapevoli delle grandi responsabilità di cui sia-

mo investiti e vogliamo continuare a offrire alla Svizzera il miglior servizio postale di base anche in futuro. Per farlo abbiamo bisogno di condizioni quadro che ci consentano di crescere.

Ci sono ancora molti clienti che preferiscono il contatto personale. In che modo la Posta tiene conto di quest’esigenza?

Susanne Ruoff: Chi desidera un servizio di questo tipo ne beneficerà anche in futuro.



” —

Fondamentale non è la forma d’esercizio, quanto l’accessibilità ai nostri servizi.

” —

Un'altra competenza di base della Posta è il trattamento confidenziale dei dati sensibili.

È per questo che potenziamo la rete delle agenzie, le quali, oltre a offrire diversi servizi postali e orari di apertura più lunghi, consentono di rafforzare l'infrastruttura presente nei paesi o dei quartieri grazie alla collaborazione con partner locali. Entro il 2020 intendiamo portare il numero delle filiali presso in partenariato a 1200–1300 e creare 200–400 punti di servizio aggiuntivi come punti di impostazione e di ritiro o sportelli automatici My Post 24.

Gli svizzeri amano acquistare online e quindi il numero dei pacchi cresce costantemente. Cosa offre la Posta a mittenti e destinatari?

Susanne Ruoff: Sì, la Posta trae vantaggio da quest'abitudine d'acquisto. Dal 2013 il volume dei pacchi è aumentato del 10,7% e nel 2016 è stato raggiunto il record di 122 milioni di pacchi recapitati. Inoltre abbiamo sviluppato nuovi servizi per consentire ai destinatari di ricevere i propri invii con grande flessibilità e creato ad esempio 310 nuovi punti di servizio. Con «I miei invii» i destinatari possono gestire i loro invii, perfino quelli che vengono spediti loro senza che ne siano a conoscenza, prima dell'arrivo. Ai mittenti offriamo supporto per gestire in modo ancor più efficace la loro attività, ad esempio con servizi come il recapito domenicale o il giorno stesso. In linea di massima intendiamo supportare le aziende svizzere nell'e-commerce nazionale e internazionale con servizi ad hoc.

Nel commercio al dettaglio classico il mobile payment è molto importante. Che posizione assume la Posta in questo ambito?

Susanne Ruoff: Il mobile payment deve essere semplice e funzionale, ma per imporsi sui contanti deve offrire ai clienti ulteriori vantaggi. TWINT non è solo un'app per i pagamenti, ma anche uno strumento che permette ai clienti commerciali di organizzare vere e proprie campagne mobili di marketing e aumentare il fatturato in modo mirato grazie a coupon o raccolte punti digitali.

TWINT apre quindi nuove possibilità nel marketing diretto per le imprese. In questo modo non si fa concorrenza alla lettera?

Susanne Ruoff: Come in passato l'impatto del supporto cartaceo resta indiscusso. L'opuscolo riposto sul tavolo della cucina può essere sfogliato anche dopo due giorni, mentre la pubblicità digitale è presto dimenticata. Oltre a completare in modo ottimale i servizi della Posta, le possibilità offerte da TWINT rispecchiano la nostra strategia di collegare realtà fisica e digitale, consentendoci di soddisfare le esigenze di tutti i clienti. La grande sfida resta, tuttavia, trovare un buon equilibrio tra tradizione e innovazione.

Intravede altre possibilità di sviluppo di nuovi servizi o settori di attività?

Susanne Ruoff: Il nostro obiettivo è trasferire le nostre competenze di base nel mondo digitale. Per questo ci occupiamo a fondo di questioni legate alla «smart mobility», vagliando ad esempio nuove modalità di recapito come i robot di consegna o i droni, soluzioni logistiche automatizzate o formule come il pacco intelligente che trova automaticamente il cliente perché sa dove quest'ultimo desidera riceverlo. Un'altra competenza di base della Posta è il tratta-

mento confidenziale dei dati sensibili. Già oggi assistiamo le aziende nella trasformazione digitale dei processi commerciali e ne rileviamo l'intera gestione documenti, registrando, arricchendo e integrando le informazioni ivi contenute e inserendole nei sistemi in uso. Inoltre affianchiamo le imprese nell'automazione dei processi aziendali.

A proposito di trasformazione digitale, in che modo la Posta ne è interessata?

Urs Schwaller: Digitalizziamo la nostra attività a tre livelli completando, innanzitutto, il nostro core business con nuovi servizi digitali, come ad esempio «I miei invii», e consentendo al cliente di intervenire nel processo di recapito stabilendo dove e quando desidera ricevere l'invio. Con piattaforme per la sanità o il voto elettronici, la Posta apre inoltre ai propri clienti nuovi orizzonti nel mondo digitale operando in qualità di partner di fiducia e amplia la propria sfera d'attività. In futuro si potrà votare online e il digitale soppianderà quindi un iter cartaceo destinato a scomparire. Non da ultimo, digitalizziamo anche i nostri processi, da quelli d'esercizio nei grandi centri di spartizione a quelli d'acquisto o ancora a quelli legati al personale come i reclutamenti o le partenze.

” —

La grande sfida resta, tuttavia, trovare un buon equilibrio tra tradizione e innovazione.

STRATEGIA

La Posta intende creare valore aggiunto per la Svizzera, i clienti, il personale e la proprietaria, garantendo un servizio di base di qualità e un operato responsabile, reagendo con tempestività ai cambiamenti del mercato, rispondendo in modo mirato alle esigenze dei clienti e raggiungendo gli obiettivi finanziari fissati dalla Confederazione attraverso posizioni di mercato stabili. La Posta richiede un grande impegno al personale, di cui promuove nel contempo lo sviluppo, riconoscendone il ruolo di chiave del successo.

Creiamo valore aggiunto per:

la nostra proprietaria



Finanze

Risultato d'esercizio annuo (EBIT) compreso tra i 700 e i 900 milioni di franchi nel periodo strategico 2014-2016



Posizione di mercato

Posizioni di leadership in Svizzera e nell'e-commerce

i nostri clienti



Soddisfazione dei clienti

Almeno 78 punti (scala 0-100)

la Svizzera



Servizio di base

Adempimento del mandato legale (rendiconto regolatorio) con standard qualitativi elevati e un orientamento coerente alla clientela



Sostenibilità

Aumento dell'efficienza di CO₂ del 10% rispetto al 2010 entro fine 2016

i nostri collaboratori



Impegno del personale

Almeno 80 punti (scala 0-100)

Strategia

Valore aggiunto per tutti

La Posta rimane leader nei core business in cui opera, fissa nuovi standard con le soluzioni integrate e i prodotti offerti e punta a distinguersi dalla concorrenza, senza mai perdere di vista l'incarico di erogare il servizio di base.

Rafforziamo il core business e sviluppiamo nuove soluzioni integrate.

i

La nostra vision: La Posta – semplicità e sistema

Collegiamo realtà fisica e digitale e creiamo nuovi standard di riferimento con i nostri prodotti e le nostre soluzioni integrate. In questo modo semplifichiamo le operazioni dei nostri clienti in un ambito complesso e li aiutiamo ad avere più tempo a disposizione.

Per soddisfare le esigenze dei clienti, affrontare le sfide del contesto in cui opera e rispettare le disposizioni superiori del Consiglio federale, la Posta definisce una serie di obiettivi strategici: creare valore aggiunto per la Svizzera, i clienti, i propri collaboratori e la proprietaria, garantendo un servizio di base di qualità e un operato redditizio e sostenibile, rafforzando la soddisfazione della clientela e l'impegno dell'organico e raggiungendo gli obiettivi finanziari prefissati.

Core business

Il modello operativo della Posta si fonda su core business solidi che ruotano intorno alle lettere, ai pacchi, ai giornali, alle riviste e ai servizi del traffico dei pagamenti e dei trasporti pubblici di persone. La Posta tutela e sviluppa il core business applicando una base di costo in linea con il mercato, puntando sulle posizioni forti nella catena di creazione del valore e adeguando costantemente la propria offerta di prodotti e soluzioni. Il primato così raggiunto in termini di qualità e di rapporto qualità-prezzo le consente di garantire e consolidare la sua leadership sul lungo periodo, continuando ad adempiere all'incarico di erogare un servizio di base di qualità.

Poli di sviluppo

Oltre a difendere il core business, la Posta persegue una strategia di crescita in mercati selezionati, impiegando le proprie risorse in modo mirato per il consolidamento di poli di sviluppo di tutta l'azienda e creando all'interno di ciascuno di essi nuovi modelli di business.

- E-commerce: la Posta raggruppa offerte di comunicazione, logistiche e finanziarie in soluzioni integrate in linea con le esigenze dei commercianti online e dei destinatari. Da leader di sistema in Svizzera, vanta un portafoglio di prestazioni in grado di coprire l'intera catena di creazione del valore dell'e-commerce.
- Marketing dialogico: ai clienti commerciali la Posta propone un'ampia gamma di prodotti e servizi diversificati relativi alla lettera pubblicitaria.

- Online e mobile banking: lo sviluppo tecnologico accelera lo spostamento del traffico dei pagamenti verso canali digitali. PostFinance potenzia pertanto costantemente il proprio ruolo di leader del mercato e dell'innovazione nel settore dell'online e del mobile banking.
- E-Post: la Posta porta avanti una serie di iniziative di crescita ibride e digitali in ambito postale e dà vita a sistemi ibridi come E-Post Office, la cassetta delle lettere intelligente in internet che permette al destinatario di scegliere se ricevere la corrispondenza in formato elettronico o cartaceo.
- Gestione documenti: da operatore di spicco nella gestione dei documenti sia a livello nazionale sia internazionale, la Posta intende beneficiare della crescita del mercato con soluzioni integrate orientate al settore. La Posta elabora documenti come le fatture o la corrispondenza con i clienti in modo efficiente, gestendoli e salvandoli nei processi elettronici di questi ultimi o procedendo alla relativa archiviazione.
- Soluzioni di mobilità: proponendo nuove soluzioni di mobilità come il bike sharing (Publi-Bike), la Posta punta a diventare il fornitore leader di sistemi nei trasporti di persone.

Prospettive

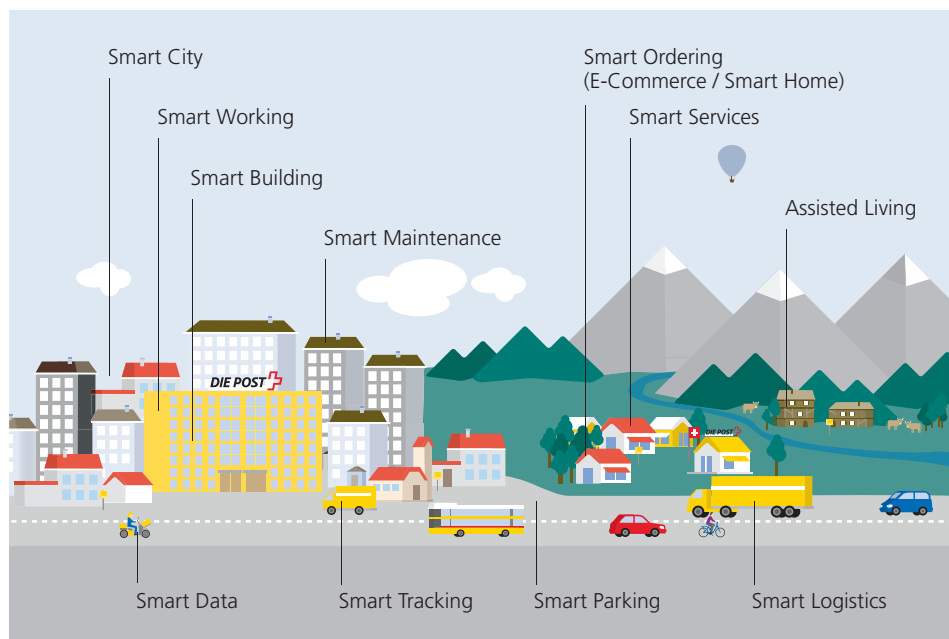
A fine 2016 l'azienda ha approvato la strategia «Trasformazione della Posta 2020» con i rispettivi orientamenti strategici e nuovi poli di sviluppo per i prossimi quattro anni.

→ [Maggiori informazioni sulla strategia da pag. 16 del Rapporto finanziario](#)

Sistemi intelligenti come obiettivo di sviluppo

L'internet delle cose semplifica la vita

Il mondo che ci circonda diventa sempre più "smart": gli oggetti sono collegati tra loro e i sistemi funzionano in modo autonomo, il che apre nuove possibilità anche per la Posta e la sua clientela.



La bici rubata segnala al proprietario la sua posizione, lo scaffale è sempre aggiornato sullo stato delle scorte e l'autopostale circola in autonomia nella zona pedonale: oggi tutto questo non è più fantascienza, ma realtà. Dotati di appositi sensori, gli oggetti quotidiani vengono collegati all'internet delle cose e trasmettono i propri dati a sistemi software efficienti che, grazie all'apprendimento automatico, prendono decisioni sempre migliori e comandano a loro volta altri oggetti, ad esempio robot.

Investire nel futuro

Lo sviluppo di questi sistemi intelligenti viene promosso in tutto il mondo con grandi investimenti. Pur sollevando quesiti, questa tecnologia schiude grandi opportunità, soprattutto nei settori della logistica delle merci e dei trasporti di persone. La Posta intende pertanto contribuire attivamente a questo sviluppo e impegnarsi nella creazione di una speciale rete senza fili per l'internet delle cose. Da marzo 2016 vengono condotti vari esperimenti per collegare oggetti postali al web.

Nuovi servizi intelligenti

Attraverso una rete radio, in futuro, i pacchi, le cassette delle lettere e molti altri oggetti potranno essere collegati a internet con un fabbisogno energetico minimo grazie a mini sensori economici funzionanti senza carta SIM. La Posta potrà offrire così ai propri clienti nuovi servizi intelligenti.

Dei sensori collegati a un invio potrebbero ad esempio segnalare un'apertura illecita del plico o il superamento della temperatura consigliata per un eventuale farmaco ivi contenuto. Un ulteriore sensore riconoscerà la fase del processo e comunicherà la posizione dell'evento. Mediante piccoli pulsanti smart i clienti potrebbero effettuare ordinazioni successive direttamente dallo scaffale del magazzino o da un armadio di deposito senza dover passare per uno shop online o un'app.



Claudia Pletscher
Responsabile Sviluppo e innovazione

Signora Pletscher, con l'unità del gruppo Sviluppo e innovazione fate sì che le novità "prendano il volo". Che cosa significa concretamente?

Oltre a portare alla Posta know how e nuovi partner, creiamo reti di collegamento e fungiamo da fonte di ispirazione, superando i vecchi modelli concettuali e le ovvietà. Da motore di sviluppo lanciamo progetti trasversali alle unità e portiamo avanti programmi orientati al mercato.

Perché la Posta si occupa di internet delle cose e tecnologie autonome?

Le nuove tecnologie cambiano rapidamente le aspettative dei clienti e il core business della Posta. Per questo abbiamo definito campi di ricerca specifici in cui analizziamo in dettaglio l'importanza che esse assumono per l'attività di base della Posta al fine di individuare nuove opportunità commerciali.

Che ruolo gioca la sua unità in tale ambito?

Supportiamo le unità aziendali nella trasformazione digitale. La Posta può sfruttare benissimo le competenze di base legate al mondo fisico anche in campo digitale.

Tecnologie autonome come obiettivo di sviluppo

Nuove tecnologie per il core business di domani

Che impatto avranno i robot di consegna autonomi sul core business e in che modo gli autopostali senza conducente e i droni modificheranno le esigenze dei clienti? La Posta si accosta in maniera proattiva ai trend tecnologici del futuro.

Mentre un autopostale senza conducente circola abilmente e in tutta sicurezza per le vie di Sion, altrove un robot semovente consegnerà un pasto caldo a un anziano e un drone postale preleverà una provetta di sangue da uno studio medico sperduto nella campagna per trasportarla in modo affidabile e tempestivo in laboratorio.

Fare previsioni è difficile, soprattutto sul futuro: questa massima dello scrittore Mark Twain vale anche per la Posta. Ma una cosa è certa: la tendenza al trasporto autonomo di merci o persone potrebbe modificare sostanzialmente il core business dell'azienda.

L'innovazione è nel DNA del gruppo

È per questo che la Posta si occupa approfonditamente di questi temi. «Apripista nel settore logistico, la Posta non deve solo occuparsi di soluzioni innovative, ma contribuire a forgiarle», spiega Dieter Bambauer, responsabile Post-Logistics. La Posta intende pertanto partecipare da subito allo sviluppo della tecnologia dei droni e dei robot di consegna per comprendere tempestivamente come integrarla nei processi per aumentarne l'efficienza.

Nel corso della sua storia il gruppo si è continuamente reinventato, come dimostra l'evoluzione dalla diligenza postale all'autopostale a diesel per arrivare a quello ibrido ed elettrico. «Individuare, testare e introdurre innovazioni tecnologiche fa parte del DNA della Posta», sottolinea Claudia Pletscher, responsabile Sviluppo e innovazione. La realtà è semplice: se la Posta non adoterà le nuove tecnologie, lo faranno altri operatori come Google, Amazon, Apple ecc. «Vogliamo essere in prima fila per sviluppare soluzioni future in linea con le esigenze della popolazione e dell'economia svizzera», continua.

Tutto inizia con un esperimento

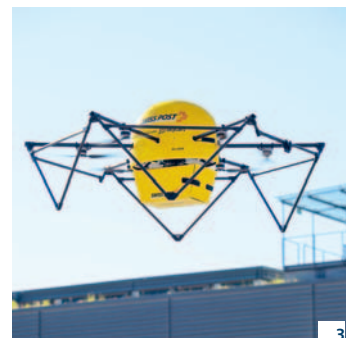
Anche se alcuni test effettuati con robot di consegna e droni potrebbero sembrare un gioco, l'apparenza inganna. «Tutte le grandi innovazioni della storia sono frutto di sperimentazioni», afferma Claudia Pletscher. Il primo smartphone (1993) aveva tutto l'aspetto di un aggeggio inutile, grande, poco maneggevole e inaffidabile, così come la prima auto (1900) che non superava i sei chilometri all'ora.



1



2



3

1 _ Un robot di consegna semovente trasporta i farmaci richiesti con urgenza dalla farmacia al domicilio del paziente.

2 _ Autopostale senza conducente in fase di sperimentazione nella città di Sion

3 _ In futuro i pacchi potrebbero essere trasportati in zone remote o difficilmente accessibili grazie ai droni.

” —

Tutte le grandi innovazioni della storia sono frutto di sperimentazioni.

Claudia Pletscher
Responsabile Sviluppo e innovazione

PUNTI DI ACCESSO

I punti di accesso sono posti dove i clienti usufruiscono di servizi postali. Al fine di offrire una rete adatta a tutti, la Posta sviluppa nuovi punti di accesso e aumenta la flessibilità delle prestazioni di servizio → [pag. 14](#). Il responsabile Rete postale e vendita illustra nell'intervista il programma di trasformazione e ampliamento della rete postale → [pag. 15](#). Nel comune seelandese di Aegerten un alimentari funge da anni anche da agenzia postale – e tutti sono soddisfatti del servizio offerto → [pag. 16](#).



1'000'000

di **clienti** entrano in contatto con la Posta ogni giorno.



Circa 3800

sono i **punti di accesso** che la Posta offre in tutta la Svizzera.



1,3 mln

di **chiamate** sono giunte al servizio clienti nel 2016.



1,75 mln

di **clienti** eseguono tutte le operazioni finanziarie con **e-finance** online.



50'000

è il numero di **visitatori** che registra il **portale della Posta** ogni giorno.



3,83 mln

sono stati i **download** delle **app** della Posta finora.

La rete postale del futuro

Sempre e ovunque al servizio dei clienti

La Posta organizza le prestazioni di servizio offerte in modo da garantire ai clienti maggiore flessibilità e varietà e crea costantemente nuovi punti di accesso, dando vita a una rete globale sempre più fitta.

Anna si fa consegnare i jeans ordinati online e pagati tramite e-finance presso un punto di ritiro che incontra andando al lavoro. Se non è soddisfatta della merce, con la Post-App può indicare alla Posta l'indirizzo di presa in consegna del pacco da rinviare al mittente.

Sempre e ovunque

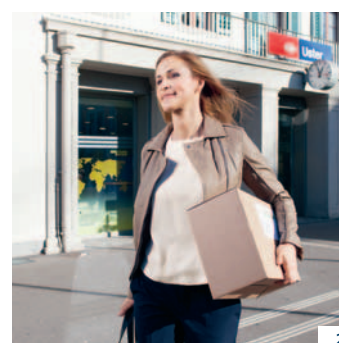
Sono sempre di più i clienti che come Anna utilizzano le offerte del mondo digitale ed eseguono le proprie operazioni dove e quando lo desiderano. La Posta ha recepito il mutamento delle esigenze dei clienti e sviluppa la propria rete di conseguenza. Grazie alle filiali in partenariato, ad esempio con dettaglianti (agenzie postali), ai punti di impostazione e di ritiro presso le stazioni ferroviarie o di servizio e agli sportelli automatici My Post 24, l'azienda dispone di punti di accesso aperti anche negli orari marginali o addirittura 24 ore su 24. Il tutto per soddisfare le aspettative di una clientela molto diversificata.

Previsti 4000 punti di accesso

I punti di accesso attuali, circa 3800, diventeranno almeno 4000 entro il 2020. Per farlo, la Posta punta ancora di più sul collaudato mix di canali tradizionali e non. La rete postale 2020 sarà costituita da 800-900 filiali gestite autonomamente (uffici postali), 1200-1300 filiali in partenariato (agenzie postali) e 500-700 punti di servizio aggiuntivi come punti di impostazione e di ritiro o sportelli automatici My Post 24. Il numero di località con servizio a domicilio resterà, invece, invariato a poco più di 1300.

La rete postale più fitta d'Europa

La Posta vanta già oggi la rete più capillare d'Europa. «Un primato che intendiamo consolidare con un'infrastruttura finanziabile anche a medio e lungo termine», spiega Thomas Baur, responsabile Rete postale e vendita. A tale scopo la Posta investe in punti di accesso vicini ai luoghi di passaggio dei clienti, come le stazioni, oltre che in filiali in partenariato e su un'ampia offerta digitale. «La rete postale del futuro sarà più diversificata», afferma Baur. «I nuovi punti di accesso si affiancheranno a quelli tradizionali per soddisfare le esigenze di tutte le generazioni e di tutte le regioni».



1 - Non avete francobolli sotto mano? Inviate un SMS con il testo «Bollo» al 414 e riportate il codice ricevuto sulla busta al posto del dentello.

2 - Presso i punti di impostazione e di ritiro potete ritirare e impostare i pacchi dove e quando preferite in diversi posti, tra cui le stazioni FFS.





3



4

3 _ Agli sportelli automatici My Post 24 i clienti possono ritirare e spedire pacchi e lettere raccomandate 24 ore su 24.

4 _ I clienti commerciali possono impostare gli invii in punti creati appositamente per loro.



5

Intervista

La Posta costruisce la rete del futuro

La Posta sviluppa da anni la sua rete seguendo le esigenze in continua evoluzione della clientela. Qualora siano previsti dei cambiamenti, l'azienda coinvolge nel dialogo anche i Cantoni e i cittadini interessati. Le decisioni vengono prese, come sempre, con i rispettivi comuni.

Signor Baur, a ottobre 2016 ha annunciato la rete postale del futuro. Come sarà?

La rete postale del futuro sarà vicina, flessibile e diversificata, nella dimensione fisica e in quella digitale. Vogliamo creare una rete che risponda alle esigenze di tutti, giovani e anziani, abitanti delle zone periferiche e clienti cittadini più inclini al digitale.

Perché serve una trasformazione?

Le mutate esigenze dei clienti impongono un cambiamento a livello di rete, è semplicissimo. Nonostante il calo costante dei volumi, le economie domestiche si aspettano dalla Posta un servizio di alta qualità e chiedono anche di poter scegliere quando e come usufruirne in base alle proprie esigenze. Per questo abbiamo creato nuovi punti di accesso, come filiali in partenariato, sportelli automatici My Post 24 e punti di impostazione e di ritiro, incrementandone costantemente il numero.

Presto ci saranno più agenzie che uffici postali. Per quale motivo?

Le filiali in partenariato, generalmente con dettaglianti, sono apprezzate per la loro comodità, in quanto hanno il vantaggio di offrire ai clienti un'offerta postale ampia e orari di apertura interessanti. La collaborazione con un partner locale rafforza inoltre l'infrastruttura presente all'interno del paese o del quartiere.

Alcuni comuni temono di perdere il loro ufficio postale. Che servizi verranno offerti loro in futuro?

Dobbiamo dimostrare alla popolazione che quello in atto non è uno smantellamento, bensì una ristrutturazione e un ampliamento dei servizi postali. Non chiudiamo nessuna sede

senza offrire alternative, ma attraverso il dialogo condotto a livello comunale cerchiamo e individuamo soluzioni adatte alle esigenze locali. Per noi è importante mantenere, per quanto possibile, una presenza locale e pertanto puntiamo sulla collaudata soluzione di partnership con un negozio di paese o quartiere. Inoltre le soluzioni digitali funzionano tanto in campagna quanto in città. Sarà nostro compito avvicinare i clienti a tutti i prodotti e servizi, sia fisici sia digitali.

Come spiegate i cambiamenti ai comuni e agli abitanti?

La Posta invita la cittadinanza a incontri informativi organizzati nei comuni interessati per illustrare le alternative e la varietà di servizi offerti. L'obiettivo, in fondo, è offrire soluzioni in grado di soddisfare le esigenze individuali di ciascun cittadino, mantenendo inalterato il livello di qualità e affidabilità garantito finora.

” —
Le filiali in partenariato sono apprezzate per la loro comodità.

Thomas Baur
Responsabile Rete postale e vendita
Membro della Direzione del gruppo

5 _ Le fatture si possono pagare in e-finance, con la PostFinance App o di persona allo sportello.

Filiale in partenariato

Non poteva capitarmi di meglio

Da tre anni Verena Gnägi gestisce un'agenzia postale nel suo negozio di alimentari ad Aegerten. Quella che per lei è una seconda fonte di reddito, per gli abitanti è un netto vantaggio grazie agli orari di apertura prolungati.

Mentre la commessa incolla i francobolli sulle buste, Ueli Hirsbrunner ripone nel carrello alcuni prodotti freschi per la cena. Dopo aver pagato, preleva gli invii dalla casella postale della sua azienda ortoflorovivaistica. Il negozio di alimentari di Aegerten è anche un'agenzia postale. Qui da giugno 2013 la titolare Verena Gnägi prende in consegna le lettere e i clienti ritirano pacchi o eseguono versamenti con carte Maestro o della Posta. Il signor Hirsbrunner non sente la mancanza dell'ufficio postale presente un tempo in paese e, da imprenditore, ritiene che l'agenzia sia molto comoda. «Stando aperta più a lungo del vecchio ufficio postale mi permette di impostare gli invii anche dopo il lavoro».

La Posta resta in paese

Molti ad Aegerten la pensano come Ueli Hirsbrunner: «C'è stata molta agitazione, soprattutto fino alla chiusura del vecchio ufficio postale, poi la gente ha iniziato ad apprezzare

l'agenzia», afferma il sindaco Stefan Krattiger. Anche se naturalmente avrebbe preferito mantenere l'ufficio postale ritiene che, date le circostanze, la filiale integrata nel negozio di paese sia la soluzione migliore. «Sono contento che il comune continui a offrire servizi postali».

Una manna dal cielo per la titolare

Per Verena Gnägi, la titolare del negozio, l'agenzia postale è «una seconda entrata», sue testuali parole. «Non poteva capitare di meglio a me e ai miei tre impiegati», spiega. Al giorno d'oggi è difficile arrivare a fine mese con un piccolo negozio. L'agenzia postale le assicura una seconda fonte di reddito e, inoltre, rende il lavoro più vario.



” —

Sono contento che il comune continui a offrire servizi postali.

Stefan Krattiger
Sindaco di Aegerten



1 - Il negozio di alimentari di Aegerten è anche un'agenzia postale.

SVILUPPO AZIENDALE

Con 558 milioni di franchi, nel 2016 la Posta ha conseguito un utile inferiore rispetto all'anno precedente → [pag. 19](#). Benché il risultato sia positivo in tutti e quattro mercati, cresce la pressione sull'attività postale di base → [pag. 20](#). La Posta intende mantenere un livello qualitativo elevato, aumentare l'efficienza e adeguare le sue capacità alla domanda. Questo il motivo per cui nel 2016 ha effettuato ingenti investimenti → [pag. 21](#). Anche nel 2016 i clienti hanno dato ottimi voti alla Posta → [pag. 21](#).



558 mln

di franchi è l'importo a cui ammonta l'**utile del gruppo**, in calo rispetto all'anno precedente.



80 punti

nella **soddisfazione dei clienti** continuano a costituire un livello elevato.



2089 mln

di **lettere indirizzate** sono state impostate in Svizzera nel 2016.



119 mld

di franchi è la giacenza del **patrimonio medio dei clienti** di PostFinance.



122 mln

di **pacchi** sono stati recapitati in Svizzera nel 2016.



152 mln

di **passaggeri** hanno viaggiato con AutoPostale nel 2016.

Gruppo

La digitalizzazione è parte integrante della quotidianità di molte persone e modifica radicalmente le abitudini di consumo, di lavoro e di vita, inducendo una forte dinamica di cambiamento. Oggi la Posta intende il mondo come una realtà interconnessa e getta ponti tra il mondo fisico e quello digitale. Grazie alle sue competenze nei settori della comunicazione, della logistica, dei trasporti di persone e dei servizi finanziari, la Posta sviluppa sempre più soluzioni integrate, pur continuando a offrire anche singoli prodotti e servizi modulari. Il suo intento è di convincere la propria clientela mediante offerte facilmente accessibili e applicabili e aiutarla ad avere più tempo a disposizione. In questo modo la Posta assicura anche lo sviluppo e la qualità elevata del servizio di base soddisfacendo al contempo gli obiettivi della proprietaria.

Ricavi d'esercizio
mln di CHF

8188

Utile del gruppo
mln di CHF

558

Capitale proprio¹
mln di CHF

4881

Valore aggiunto aziendale
mln di CHF

121

Organico
impiegati a tempo pieno

43'485

1 Al 31 dicembre 2016



Risultato del gruppo

La Posta consegue un risultato solido

Il cambiamento strutturale sempre più rapido mette ulteriormente sotto pressione il core business della Posta. Il risultato d'esercizio (EBIT) è sceso infatti a 704 milioni di franchi, ovvero 119 milioni in meno rispetto all'anno precedente, mentre i ricavi d'esercizio si riconfermano a un livello solido con 8188 milioni di franchi. In una situazione dei mercati fortemente competitiva, l'utile del gruppo è sceso da 645 a 558 milioni di franchi. La Posta risponde al cambiamento con trasformazioni a tutti i livelli, investendo con lungimiranza nell'offerta per clienti privati e commerciali e rinnovando l'infrastruttura.

Il risultato d'esercizio (EBIT) è sceso da 823 milioni a 704 milioni di franchi. Con 8188 milioni di franchi, i ricavi d'esercizio hanno subito una flessione di 36 milioni (anno precedente: 8224 milioni). Nel 2016 l'utile del gruppo si è attestato a 558 milioni di franchi, ovvero 87 milioni in meno rispetto all'anno precedente.

Il calo dei volumi di invii, la pressione sui margini nel settore logistico e i bassi tassi d'interesse nel settore finanziario pesano sempre più sul risultato della Posta. Sul risultato d'esercizio incidono inoltre la vendita di una partecipazione da parte di PostFinance nonché ammortamenti dei lavori del locatario in alcuni centri logistici. Questi ultimi si sono resi necessari a causa della rapida evoluzione del contesto economico in atto nel settore logistico.

Investimenti per i clienti

Nell'anno appena trascorso la Posta ha investito circa 450 milioni di franchi nello sviluppo della propria infrastruttura, in nuovi servizi e in altri ambiti (cfr. pag. 21).

Ottimi voti per la qualità

Anche nel 2016 la Posta ha interamente autofinanziato i costi del servizio di base e tutti gli investimenti effettuati. Con un valore del 95,8% per la raggiungibilità, ancora una volta la Posta ha ottenuto nel complesso ottimi voti per la qualità del servizio di base. La legislazione sulle poste richiede che il 90% della popolazione residente permanente possa raggiungere, a piedi o con i mezzi pubblici, un ufficio o un'agenzia postale nell'arco di 20 minuti. Il valore conseguito dimostra una volta di più che, con il suo servizio di base, la Posta è tra i migliori in Europa.

Dividendo per la Confederazione

Al 31 dicembre 2016, il capitale proprio del gruppo ammontava a 4881 milioni di franchi (prima della distribuzione degli utili). Il Consiglio di amministrazione chiederà all'Assemblea generale di versare alla Confederazione un dividendo di 200 milioni di franchi.

Necessaria una profonda trasformazione

Il forte incremento della pressione esercitata sull'attività postale di base costringe la Posta a mettere in atto nei prossimi anni una profonda trasformazione. Intenzionata a orientare sempre di più i propri servizi alle abitudini dei clienti e ad ampliare la propria offerta di punti di accesso, la Posta deve quindi portare avanti la trasformazione della rete degli uffici postali orientando il proprio operato alle esigenze della clientela e alla finanziabilità nel lungo termine. In tale contesto l'azienda punterà sul modello di successo della filiale postale in partenariato. L'incremento dell'efficienza lungo tutta l'azienda rappresenta già oggi un fattore determinante ai fini di un buon risultato operativo e sarà pertanto portato avanti. Uno dei compiti che incombono sulla Posta consiste infine nel creare nuove opportunità di ricavo. Questo è il motivo per cui tutte le unità lavorano a pieno ritmo a progetti di innovazione tesi a stabilizzare i ricavi d'esercizio del gruppo sul lungo periodo.

→ [Dettagli sul risultato del gruppo nel Rapporto finanziario da pag. 25](#)



Alex Glanzmann
Responsabile Finanze
Membro della Direzione del gruppo

È soddisfatto del risultato?

Considerato il difficile contesto di mercato posso ritenermi soddisfatto. Per raggiungere un buon risultato come questo si è resa necessaria un'elevata efficienza operativa da parte di tutte le unità.

Operare in modo redditizio oggi è più difficile?

Senza dubbio. Il cambiamento strutturale influenza le nostre attività di base mentre cresce la pressione sui volumi nel mercato della comunicazione e sui margini nel settore logistico. A ciò si aggiungono l'impossibilità per PostFinance di concedere crediti, la volatilità dei proventi da interessi e la complessità di investire i capitali dei clienti in modo redditizio.

Nonostante un utile tuttora solido, la Posta deve continuare a cambiare?

Senza un utile stabile, non potremo più autofinanziare il servizio di base sul lungo periodo. La Posta deve trasformarsi. È assolutamente necessario rispondere al meglio alle mutevoli esigenze dei clienti e conquistare nuovi settori di crescita in linea con le nostre competenze di base. L'azienda deve continuare inoltre a garantire una gestione coerente dei costi per disporre dei fondi necessari a questo processo di crescita e sviluppo.

Risultati per segmento

Cresce ulteriormente la pressione sull'attività di base

La Posta ha ottenuto un risultato positivo in tutti e quattro i mercati, che hanno registrato sviluppi diversi.

» —
La Posta deve trasformarsi.

Alex Glanzmann
Responsabile Finanze
Membro della Direzione del gruppo

Mercato della comunicazione

Nell'anno appena trascorso il numero di invii indirizzati della posta-lettere è diminuito del 3,8% (2015: -1,4%), mentre quello degli invii pubblicitari non indirizzati si è ridotto del 3,5% circa (2015: -1,7%). Nel 2016 PostMail ha conseguito un risultato d'esercizio di 317 milioni di franchi (anno precedente: 358 milioni). In seguito al rilevamento da parte di Rete postale e vendita dei prodotti per i clienti privati nel 2016 nonché a una serie di effetti valutari, i ricavi d'esercizio sono saliti a 2906 milioni di franchi (anno precedente: 2820 milioni).

Nel 2016 Swiss Post Solutions è riuscita a incrementare il risultato d'esercizio di 5 milioni rispetto all'anno precedente, portandolo a quota 20 milioni di franchi. Questo miglioramento è stato reso possibile da riduzioni dei costi e progetti di aumento dell'efficienza. Allo stesso tempo i ricavi d'esercizio sono scesi da 609 milioni a 558 milioni di franchi.

Lo scorso anno Rete postale e vendita ha registrato un risultato d'esercizio pari a -193 milioni di franchi (anno precedente: -110 milioni). In aggiunta al calo persistente delle operazioni allo sportello, la flessione del risultato è stata determinata in misura principale dall'adeguamento del mandato di prestazioni interno. Un calo viene registrato anche nei versamenti, che sono diminuiti del 5,4% rispetto all'anno precedente. I ricavi d'esercizio sono scesi a 1196 milioni di franchi (anno precedente: 1601 milioni).

Mercato logistico

Il volume di pacchi trattato da PostLogistics è aumentato del 5,7% rispetto all'anno prece-

dente (2015: +3,0%). PostLogistics ha conseguito un risultato d'esercizio di 117 milioni di franchi (anno precedente: 145 milioni). Il calo è imputabile principalmente ai maggiori costi legati all'assunzione della responsabilità dei pacchi per i clienti privati. Grazie all'aumento del volume dei pacchi e della domanda di soluzioni di logistica dei valori, i ricavi d'esercizio sono invece saliti a 1572 milioni di franchi.

Mercato dei servizi finanziari

Nel 2016 PostFinance ha conseguito un risultato d'esercizio di 542 milioni di franchi, 83 milioni in più dell'anno precedente. Questo miglioramento nel risultato è riconducibile in primo luogo ai ricavi non ricorrenti derivanti dalla vendita di portafogli azionari e di una partecipazione. Un netto calo è stato invece registrato da PostFinance nel reddito da interessi al lordo delle rettifiche di valore (-48 milioni di franchi).

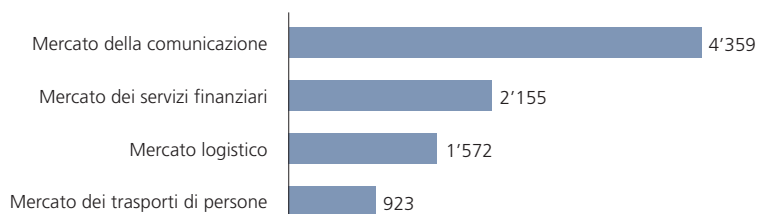
Mercato dei trasporti di persone

Nel 2016 AutoPostale ha registrato un nuovo incremento dei chilometri percorsi e ha trasportato un numero maggiore di passeggeri. Hanno viaggiato con AutoPostale circa 152 milioni di passeggeri, quasi sette milioni in più rispetto all'anno precedente. AutoPostale ha chiuso con un risultato d'esercizio di 36 milioni di franchi, 7 milioni in più rispetto all'anno precedente. Determinanti a tale proposito sono stati il calo del prezzo del carburante e il potenziamento dell'offerta e dei servizi. I ricavi d'esercizio sono aumentati di quasi il 9%, attestandosi a 923 milioni di franchi.

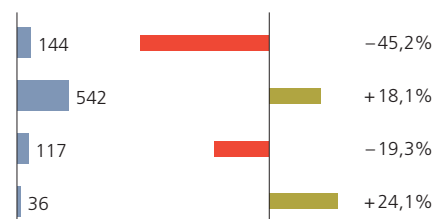
→ Dettagli sui risultati per segmento nel Rapporto finanziario da pag. 36

Radicale cambiamento strutturale nel core business

Ricavi d'esercizio (prima del consolidamento) in mln di CHF 2016



Risultato d'esercizio in mln di CHF 2016



Investimenti

Più capacità ed efficienza

La Posta aumenta le capacità all'interno del Centro pacchi Daillens, si affida sempre più a processi logistici automatizzati, uniforma l'architettura di sistema sugli autopostali e dice definitivamente addio agli scooter a benzina.

Nel 2016 la Posta ha installato un ulteriore impianto di smistamento ancor più produttivo nel Centro pacchi Daillens. Dopo Härkingen e Frauenfeld, l'azienda ha aumentato così le capacità anche nel terzo centro di smistamento e può continuare a lavorare pacchi garantendo gli elevati standard qualitativi di sempre, anche a fronte di un aumento dei volumi e della velocità di consegna.

Presso il centro logistico di Villmergen la Posta ha messo in servizio un impianto di immagazzinamento e commissionamento interamente automatizzato per articoli farmaceutici di piccole dimensioni e dispositivi medici, distinguendosi così come l'unico operatore in Svizzera in grado di proporre una soluzione simile per ospedali e case di riposo.

Affinché tutti i servizi per la tenuta del conto e il traffico dei pagamenti possano continuare a

essere gestiti senza difficoltà e in modo sicuro su una piattaforma moderna anche negli anni a venire, PostFinance rinnova il suo core banking system.

In futuro, ognuno dei veicoli di AutoPostale dovrà essere dotato solo di un computer, di un sistema di comunicazione, di un trasmettitore GPS, di un'antenna e di un display. Con il progetto Architettura di sistema integrata (ISA), AutoPostale investe in maniera mirata nell'unificazione dei sistemi IT.

Alla fine dell'anno in esame la Posta ha ritirato l'ultimo scooter a benzina in circolazione. Pertanto, ora, tutti i circa 6300 veicoli a due e tre ruote per il recapito della Posta sono elettrici e alimentati esclusivamente con energia ecologica proveniente dalla Svizzera e certificata «nature-made star».



1 - Grazie a impianti di spartizione ancora più efficienti, la Posta riesce a gestire l'aumento dei volumi dei pacchi garantendo la stessa qualità.

2 - Dalla fine del 2016 la Posta utilizza esclusivamente scooter elettrici funzionanti con energia ecologica per recapitare gli invii di lettere.

Soddisfazione dei clienti

Pagella positiva per la Posta

I circa 23'000 clienti privati e commerciali intervistati sono soddisfatti dei servizi offerti dalla Posta. Lo dimostrano i risultati attuali dei sondaggi annuali sulla soddisfazione dei clienti il cui indice, riferito a tutto il gruppo, raggiunge ancora una volta 80 punti su 100. Più della metà degli intervistati afferma di essere molto soddisfatta dell'offerta e dei servizi della Posta. È il personale a ottenere il punteggio migliore, grazie alla sua cortesia e alla consulenza personalizzata. Anche la qualità del recapito ha ottenuto per la decima volta consecutiva un giudizio molto positivo di oltre 90 punti. Un potenziale di miglioramento viene individuato soprattutto nel pricing e nella gestione generale dei problemi.

Qualità del recapito di lettere e pacchi

Puntualmente a destinazione

Lo scorso anno la Posta ha trattato quasi 2,1 miliardi di lettere indirizzate. Ha recapitato puntualmente il 98,0% delle lettere della posta A e il 98,9% delle lettere della posta B. Nel 2016 ha recapitato una quantità di pacchi mai registrata in precedenza: circa 122 milioni. Nonostante ciò rimane costante il livello qualitativo degli anni precedenti: nel 2016 è giunto puntualmente a destinazione il 98,1% dei PostPac Priority e il 97,2% dei PostPac Economy.

Con tali risultati, la Posta si colloca ai primi posti nel confronto internazionale e va oltre le disposizioni dell'Ordinanza sulle poste.

„ 98,0%
delle **lettere della posta A** è stato recapitato puntualmente.

„ 98,1%
dei **pacchi PostPac Priority** è giunto a destinazione per tempo.

Mercato della comunicazione e mercato logistico

La Posta punta su una rete fitta con svariati punti di accesso sia fisici che digitali. Che si tratti di lettere, merci di piccole dimensioni, invii pubblicitari, giornali o documenti riservati, la Posta trasporta gli invii in modo affidabile e sicuro. Per le aziende si fa carico di interi processi nell'ambito della gestione dei documenti. Da operatore leader nel settore della logistica offre ogni servizio immaginabile, dalla semplice spedizione di pacchi al trasporto di collettame, fino alle soluzioni logistiche complesse a livello nazionale e internazionale. Per le ditte di vendita per corrispondenza progetta shop online, elabora le ordinazioni, cura l'imballaggio, la spedizione dei pacchi e la gestione degli invii di ritorno e offre supporto nella commercializzazione. In Svizzera è l'unico operatore a disporre di un portafoglio di prestazioni completo nel settore dell'e-commerce.

Mercato della comunicazione

Ricavi d'esercizio mln di CHF	Risultato d'esercizio mln di CHF	Lettere indirizzate mln
4359	144	2089

Mercato logistico

Ricavi d'esercizio mln di CHF	Risultato d'esercizio mln di CHF	Pacchi mln
1572	117	122



Gestione individuale degli invii

I destinatari avveduti sanno quando è in arrivo un pacco

«I miei invii» informa i clienti della Posta sui pacchi e le lettere raccomandate in arrivo. I destinatari possono così indicare eventuali preferenze per il recapito oppure reagire in tutta comodità ai tentativi di recapito mancati.

Sabrina sa che domani riceverà un pacco. Essendosi registrata nel centro clienti della Posta, riceve infatti un SMS prima che un pacco venga recapitato e alla voce «I miei invii» vede le date del recapito di tutti i pacchi e le lettere raccomandate che le sono stati spediti. In questa panoramica Sabrina visualizza anche il mittente, il luogo d'impostazione e se il pacco entra o meno nello scomparto di deposito della sua cassetta delle lettere. Nel centro clienti scopre se dovrà firmare per confermare la ricezione oppure l'importo di un eventuale giustificativo di rimborso. Grazie al servizio SMS, infine, Sabrina non è costretta ad accedere nel centro clienti tutti i giorni per tenersi informata.

Gestire il recapito

Se non dovesse essere a casa il giorno del recapito, attraverso «I miei invii» Sabrina può addirittura stabilire quando e dove farsi recapitare il pacco dalla Posta. Può ad esempio stabilire la data desiderata, selezionare una fascia oraria oppure acconsentire online al recapito di pacchi raccomandati. Le opzioni di recapito possono essere selezionate per ogni invio oppure definite subito come impostazione permanente. Nel caso in cui le capita comunque di non riuscire a ritirare un invio, può scegliere se indicare una

data per un secondo tentativo di recapito, rilasciare a qualcuno una procura per il ritiro del pacco allo sportello postale oppure inoltrare l'invio a un altro indirizzo, ad esempio presso uno sportello automatico My Post 24. Nel caso in cui sia in vacanza può anche semplicemente prolungare il termine di ritiro.

→ www.posta.ch/i-miei-invii

Offerte su richiesta

Nì alla pubblicità

Su molte cassette delle lettere svizzere spicca l'adesivo «Niente pubblicità per favore». Con questo adesivo i proprietari desiderano tutelarsi dagli invii pubblicitari non indirizzati a cui non sono interessati, tuttavia finiscono per perdersi anche le promozioni di rilievo dei loro negozi preferiti.

Scegliere le offerte in tutta semplicità

A questa situazione pone rimedio «Offerte su richiesta». Nel centro clienti della Posta i destinatari possono scegliere fra una serie di fornitori da quali desiderano espressamente ricevere gli invii pubblicitari: ad esempio le offerte settimanali del proprio supermercato preferito oppure il catalogo di una ditta di vendita per corrispondenza. In questo modo ricevono i prospetti prescelti come invio indirizzato.

Vantaggi anche per le aziende

Gli indirizzi dei destinatari non vengono trasmessi alle aziende che fanno pubblicità, bensì rimangono presso la Posta. Ciononostante anche i mittenti traggono benefici dal nuovo servizio. Grazie a «Offerte su richiesta» possono infatti servire un gruppo target di qualità elevata: persone che fanno espressamente richiesta delle loro offerte.

→ www.posta.ch/offerte-su-richiesta

”

Con «I miei invii» diamo ai nostri clienti il controllo sulla propria corrispondenza.

Dieter Bambauer
Responsabile PostLogistics
Membro della Direzione del gruppo

Soluzione completa di e-commerce

Il distruggidocumenti per dati sensibili

I distruggidocumenti non sono solo per la carta: esistono anche quelli per apparecchi elettronici. SafeRec, azienda specializzata nella distruzione dei dati, ha sviluppato insieme alla Posta una soluzione convincente per PMI e clienti privati.

” —
I nostri clienti sanno che la Posta tratta con la massima riservatezza i dati sensibili.

Andi Heller
Direttore SafeRec AG

Quando un computer esala l'ultimo respiro deve essere adeguatamente smaltito. I privati possono semplicemente portare i propri vecchi dispositivi al commerciante di apparecchi elettronici più vicino, così facendo tuttavia rischiano di consegnare dati sensibili nelle mani di persone non autorizzate.

Abuso di dati: pericolo scongiurato

Lo smaltimento degli apparecchi elettrici da rottamare avviene invece in modo confidenziale, sicuro e rispettoso dell'ambiente se a occuparsene è la Posta. Dopo essere stati presi in consegna, imballati, allo sportello postale, gli apparecchi vengono inviati nel centro logistico di Pratteln dove SafeRec provvede a distruggerli in modo appropriato con un distruggidocumenti e a riciclare le materie prime. I prodotti rottamati lasciano la Posta solo per essere riciclati.

La fiducia dei clienti: l'atout della Posta

SafeRec offre questo servizio di distruzione sicura e definitiva a privati, PMI e comuni. In fondo anche le aziende producono rifiuti elettronici che necessitano di uno smaltimento profes-

sionale. «I nostri clienti chiedono una garanzia del fatto che non saranno commesse sciocchezze con i dati contenuti nei loro apparecchi», spiega Andi Heller, direttore di SafeRec AG. «Grazie alla Posta siamo in grado di fornire questa garanzia».

Vicinanza ai clienti

Lo smaltimento di un apparecchio elettrico ha inizio nello shop online di SafeRec, che è stato sviluppato sotto la guida della Posta. Nello shop viene anche saldato il prezzo per lo smaltimento mediante l'e-payment predisposto dalla Posta. In aggiunta, nel caso in cui ne abbiano bisogno, i clienti di SafeRec ricevono il materiale d'imballaggio per la spedizione dal magazzino totalmente automatizzato di YellowCube. Il pacco viene quindi inviato all'ufficio postale più vicino insieme alla conferma dell'ordine. «Nessun altro fornitore di servizi logistici vanta una rete così fitta di punti di impostazione», sottolinea Andi Heller. «Si tratta di un fattore fondamentale per il successo del nostro modello di business. Inoltre con la Posta ricevo tutti i servizi da un'unica fonte».

Un servizio di qualità nel recapito pacchi

Usare la testa è fondamentale

Signor Merdzic, lei lavora da anni nel recapito dei pacchi. Che cosa significa per lei un servizio di qualità?

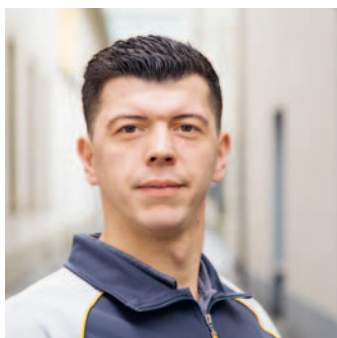
Per prima cosa ovviamente che il pacco giusto arrivi puntualmente alla persona giusta. A tal fine bisogna avere una buona memoria: io conosco ogni numero civico, ogni cassetta delle lettere e personalmente, con tanto di nome, molti dei nostri clienti. So esattamente chi sarà a casa e a quali vicini posso eventualmente lasciare qualcosa. È anche così che si spiega l'ottima quota di primo recapito del 90% per i pacchi.

Questo presuppone una buona dose di conoscenze e di esperienza.

Certamente! Altrettanto importante è conoscere tutti i servizi, fornire informazioni in modo competente ed essere sempre cordiali, ad esempio se qualcuno è irritato perché non consegna nemmeno al coinquilino un pacco con la prestazione complementare Recapito in mani proprie.

Quali sono gli altri aspetti di un buon servizio?

Un aspetto curato, va da sé. Sorridere cordialmente mi viene assolutamente spontaneo quando le persone mi aprono la porta e sono felicissime perché è arrivato il nuovo smartphone. Mi fa piacere rendere felice la gente.



Admir Merdzic
Addetto al recapito dei pacchi a Basilea

Nuovi servizi di recapito

Recapito dei pacchi il giorno stesso o di domenica

Con la crescente importanza dell'e-commerce si fa più forte anche l'esigenza dei clienti di ricevere gli invii il più rapidamente possibile: il giorno stesso e anche di domenica. Con le nuove opzioni di consegna SameDay e Recapito domenicale, la Posta fornisce agli operatori online significativi vantaggi competitivi.

” —
Il Recapito domenicale e i Services SameDay comportano vantaggi competitivi nell'e-commerce.

Marc Hasler
Responsabile Sviluppo del mercato e dei prodotti PostLogistics

Hannah ha rischiato di presentarsi senza regalo alla festa di compleanno improvvisata dell'amica con cui gioca a tennis. Ma questa mattina su internet ha scoperto che la sua ditta di vendita per corrispondenza preferita consegna la merce anche «SameDay pomeriggio» o «SameDay sera», così ha potuto cercare qualcosa di originale, andare al lavoro, farsi recapitare il pacco la sera e andare serena alla festa. Con il nuovo servizio di recapito gli invii giungono a destinazione lo stesso giorno in cui sono stati impostati. La Posta offre questa possibilità dall'autunno 2016 nei luoghi di destinazione dislocati lungo l'asse economico svizzero, da Ginevra a San Gallo. Gli invii vengono accettati in 59 uffici postali e 25 sportelli clienti commerciali e recapitati il giorno stesso indipendentemente dal luogo d'impostazione.

Richiesti tempi di consegna rapidi

Sempre nell'autunno 2016 la Posta ha introdotto per i clienti commerciali a Zurigo, Basilea, Losanna e Ginevra il recapito domenicale di pacchi destinati alle economie domestiche. Tale decisione è stata presa alla luce delle prospettive promettenti offerte da un progetto pilota condotto con Nespresso e coop@home per un anno in quattro città. «Recapitando di domenica

veniamo incontro all'esigenza espressa da numerosi operatori online», afferma Marc Hasler, responsabile Sviluppo del mercato e dei prodotti PostLogistics. «In più la Posta occupa una nicchia importante per rimanere competitiva nel settore dei pacchi nonostante la crescente concorrenza internazionale».

Robot di consegna e droni

La Posta sperimenta soluzioni di recapito alternative

Il campione di sangue per il laboratorio oppure il pasto caldo per una persona anziana: in futuro robot di consegna autonomi potrebbero partire a ogni ora del giorno, ogni qual volta sia richiesta una consegna urgente. Dall'autunno 2016 alcuni esemplari sono in servizio a scopo di test, per il momento accompagnati, a Berna, Köniz e Biberist. Proprio come i droni, anche i robot potrebbero integrare in futuro la logistica di recapito della Posta.

Grazie a svariati sensori, i robot di consegna raggiungono la propria meta procedendo a passo d'uomo. Passeranno almeno tre anni prima di un loro impiego commerciale. Non si devono temere marciapiedi intasati da file di robot: anche in futuro gran parte dei pacchi sarà recapitata da fattorini in carne e ossa.

Una combinazione delle due tecnologie

Mentre i robot di consegna troveranno impiego nelle aree urbane per consegne rapide, i droni potranno un giorno recapitare invii speciali, altamente prioritari, in località isolate. I droni sottoposti di recente a test presentano un carico utile di 5 kg e una portata fino a 20 km. Considerati i vantaggi specifici di entrambe le tecnologie, esse si prestano a eccellenti combinazioni.

1_ Una consegna locale, flessibile, rapida e conveniente? In futuro sarà affidata a un robot di consegna semovente.





Jan Nyffenegger

Assistente della direzione di La Cucina

Quali sono le sue esperienze con kaloka.ch?

Ci piace il concetto, moderno e ben studiato. Il recapito il giorno stesso e il sito web strutturato con cura e con chiarezza sono un grande vantaggio per un'azienda piccola come la nostra.

Quali opportunità vi offre la piattaforma, concretamente?

A beneficiare della vasta esperienza della Posta nell'e-commerce non siamo solo noi ma anche i clienti, in gran parte gente che lavora e che ha poco tempo, ma che dà grande valore a prodotti di alta qualità. Riceviamo un numero relativamente alto di ordinazioni tramite kaloka.ch, per lo più per importi modesti. La gente ordina una o due spezie facendosele recapitare a casa.

Come reagisce la clientela abituale?

Alcuni clienti abituali utilizzano già kaloka.ch, ma continuano anche a frequentare con piacere il negozio per annusare le spezie e i tè. Per noi è importante offrire ai clienti un'esperienza di acquisto piacevole e un buon servizio, sia online sia nel mondo reale.

Piattaforma online Kaloka

Una passeggiata per il centro seduti comodamente in poltrona

Sulla piattaforma «Kaloka» i clienti navigano in oltre 50 shop regionali senza dover mai cambiare sito web. Su richiesta ricevono i propri acquisti direttamente a casa il giorno stesso.

Seduta davanti allo schermo, Marianne scorre la sua agenda elettronica. Pur avendo una giornata piena di appuntamenti, uno più importante dell'altro, la specialista di marketing deve assolutamente trovare del tempo per acquistare un regalo per il ragazzo con cui esce stasera. Per fortuna la collega Laura ha un'idea: «Dai un'occhiata su kaloka.ch, hanno ottimi prodotti regionali e consegnano in giornata».

Dal 2016, con kaloka.ch la Posta offre ai negozi locali di Berna una piattaforma per la vendita online. Questi negozi, in prevalenza piccoli, beneficiano così di un canale aggiuntivo con cui raggiungere nuovi clienti, e possono sfruttare altri atout, come il recapito SameDay e la possibilità di acquistare tramite SMS. Chi ordina entro le 13.00 riceve la merce entro le 16.00, mentre le ordinazioni che giungono prima delle 17.00 vengono consegnate entro le 20.00.

Contare sull'esperienza della Posta

Su kaloka.ch sono presenti oltre 50 commercianti locali. Questi ultimi non devono creare un proprio shop online in quanto si affidano al know how della Posta la quale, con kaloka.ch,

combina le sue competenze di base nel recapito e nell'e-commerce, settore di mercato nel quale riveste da anni un ruolo di spicco. La Posta ha in programma di condurre il progetto pilota anche in altre regioni della Svizzera.

Qualità dalla regione

Kaloka.ch è la soluzione ideale per persone esigenti che hanno poco tempo. Qui trovano infatti prodotti regionali di alta qualità, che possono acquistare online in modo semplice e rapido. Esattamente come Marianne che, per visitare più di 50 negozi diversi, non deve né cambiare sito web né avviare differenti procedure di login per il carrello virtuale degli acquisti. Marianne trova che l'assortimento dei negozi locali e le rispettive specialità siano presentati con la massima cura e chiarezza.

Dopo aver ordinato si reca di fretta alla riunione successiva. Più tardi nel pomeriggio riceve un SMS: il corriere è arrivato e ha lasciato il regalo alla reception.

→ www.kaloka.ch



1_ Mario Stranges, direttore di «Ingredienza Der Laden», con un cesto pieno di specialità italiane.

Prestazioni sull'ultimo miglio

Portalettere e tanto altro ancora

Portare, prendere, chiarire: la Posta si reca quotidianamente dai suoi clienti, dove può svolgere con efficienza anche altri compiti.

Leonora mette il sacco pieno di vestiti smessi accanto alla cassetta delle lettere. Entro mezzogiorno non ci sarà più, perché l'addetta al recapito della Posta lo prenderà con sé durante il suo giro per consegnarlo successivamente a un'organizzazione di raccolta.

Oggigiorno tantissime attività possono essere automatizzate o gestite a distanza, ma alcune continuano come in passato a richiedere qualcuno presente localmente tra la gente. Ciò tuttavia può essere relativamente oneroso, soprattutto per incarichi di breve durata. Qui la Posta ha un vantaggio fondamentale: è l'unica azienda il cui personale bussa praticamente a ogni porta di casa della Svizzera sei giorni su sette.

Prodotti regionali in abbonamento

L'esempio della raccolta di indumenti citato all'inizio è un progetto pilota che potrebbe presto diventare una prassi standard. Oggi la Posta sta sviluppando sia autonomamente sia in collaborazione con partner i servizi in loco del futuro.

Come questi servizi possano anche essere attinenti all'attività di base risulta chiaro da un

esempio che è già realtà: la Posta consegna prodotti stagionali di agricoltori. Gli agricoltori innovativi che dispongono di uno spaccio aziendale possono così offrire ai clienti che vivono nei dintorni abbonamenti a prodotti alimentari con condizioni di consegna vantaggiose. Queste e nuove future prestazioni sull'ultimo miglio della Posta convincono anche sul piano ecologico, in quanto consentono di risparmiare viaggi aggiuntivi.



” —
La Posta è l'unica azienda che bussa ogni giorno a quasi tutte le porte di casa.

Florian Ferti
Responsabile Ultimo miglio
e business solutions PostMail

1_
Oggigiorno molte attività possono essere gestite a distanza, ma alcune richiedono qualcuno presente localmente tra la gente.

Letture dei contatori

Quando è il postino a leggere il contatore

In futuro saranno gli addetti al recapito a effettuare la lettura dei contatori con un'app sul loro scanner, su mandato dei fornitori regionali di elettricità, acqua e gas. La Posta offre questo nuovo servizio in collaborazione con il fornitore di servizi IT Avectris, che ha sviluppato l'app ed elabora i dati rilevati.

La compagnia elettrica EKS (Elektrizitätswerk des Kantons Schaffhausen AG) è il primo committente di Avectris e della Posta. È dall'autunno 2016 che il personale addetto al recapito legge

i contatori dei clienti EKS in singole zone; dall'inizio del 2017 la lettura sarà effettuata in tutto il territorio servito dalla società.

Alcuni progetti pilota per la lettura dei contatori erano stati condotti già nel 2015 con diversi fornitori di energia. Benché al tempo la lettura non avvenisse ancora tramite un'app sugli scanner della Posta bensì con gli apparecchi di lettura dei singoli fornitori, i risultati ottenuti promettevano già bene: le procedure funzionavano bene senza compromettere in alcun modo l'usuale qualità elevata del recapito delle lettere. Questo punto sta particolarmente a cuore alla Posta: le nuove offerte sull'ultimo miglio non devono mettere a repentaglio bensì integrare in modo intelligente il core business.

Mailing di raccolta fondi efficaci

Vincere la battaglia contro il tempo e le emergenze

Al verificarsi di una catastrofe le organizzazioni lanciano un grido di aiuto. Le lettere per una raccolta fondi con approccio personale spedite prontamente sono particolarmente efficaci, ragione per cui la soluzione cliente del direct mailing d'emergenza sviluppata dalla Posta viene spedita in meno di due giorni lavorativi a partire dal via libera.



1_ Dopo una catastrofe c'è bisogno urgente di aiuti umanitari in loco.

” —
Un modello di mailing consente alle organizzazioni umanitarie di reagire con maggiore prontezza.

Andreas Lang
Responsabile Servizi di direct marketing della Posta

Terremoti, inondazioni, tifoni: le immagini di sofferenza e distruzione vanno dritte al cuore e sono in molti a decidere spontaneamente di fare una donazione. L'esperienza di molte organizzazioni umanitarie ha dimostrato che la disponibilità a donare è massima immediatamente dopo l'accaduto e che le lettere con approccio personale sono particolarmente efficaci. Pertanto in seguito a una catastrofe è fondamentale spedire quanto prima mailing personalizzati senza perdere tempo per la relativa stesura e produzione. Ogni giorno in più, infatti, equivale a meno donazioni raccolte.

Donazioni record per SOS Villaggi dei Bambini

Per le organizzazioni umanitarie la Posta ha pertanto sviluppato un mailing per la raccolta di donazioni che funziona con modelli di immagini e di testo predefiniti e che può essere realizzato in tempi strettissimi al verificarsi di un'emergenza. I contenuti vengono aggiornati e personalizzati; carta, buste e banca dati indirizzi sono già pronti per la stampa, il lettershop e

la spedizione. La lettera può giungere a destinazione nella cassetta delle lettere già 35 ore dopo il via libera del committente. «Siamo lieti di operare per una buona causa con una soluzione intelligente», afferma Andreas Lang, responsabile Servizi di direct marketing della Posta. «Il direct mailing creato in seguito al terremoto in Nepal è stato ad esempio uno dei mailing di maggior successo di SOS Villaggi dei Bambini, sia in termini di risposta sia, e soprattutto, in termini di ammontare delle donazioni».

Invii pubblicitari internazionali

Spedire una fragranza in tutto il mondo

Quando avete ricevuto l'ultima volta una lettera d'amore profumata? Probabilmente sarà passato molto tempo. Presto le cose potrebbero cambiare: i profumieri offrono infatti cartoline postali profumate. Non conterranno una dichiarazione d'amore, ma in compenso emanano fragranze deliziose. Il potenziale cliente non deve più recarsi in profumeria, il profumo che pervade le cassette delle lettere arriva direttamente dal produttore.

Tutto nasce da un'idea di Asendia Switzerland, l'unità della Posta per gli invii internazionali di lettere e merci. Il modello è semplice: il cliente interessato a un nuovo profumo ne ordina un campione su internet; il partner della Posta Funke Lettershop verifica ordinazione e indirizzo e stampa la cartolina profumata. A spedirla, ovunque nel mondo, ci pensa Asendia Switzerland. Negli ultimi tre anni sono state consegnate 880'000 cartoline profumate in nove paesi.

Questa soluzione è estremamente pratica per i fornitori di profumi: spedisce fragranze senza alcun onere, raggiungendo clienti potenziali in tutto il mondo.



1 - «Ti ricordi, mamma?» Con una cartolina postale su cui campeggia il gelato cult della Migros la giovane donna ringrazia la madre per i dolci momenti dell'infanzia.

API per cartoline postali: un'interfaccia di programmazione per cartoline postali

Ecco come la Migros fa dei suoi clienti degli ambasciatori

Il mitico stecco gelato della Migros sul lato anteriore, il ricordo personale nel testo, e il tutto viene spedito come cartolina postale gratuita. A renderlo possibile è un'interfaccia digitale per cartoline postali destinata ai clienti commerciali.

«Ti ricordi, mamma? Ti chiedevo sempre una foca!». Questo all'incirca il tenore dei messaggi che si potevano leggere nell'estate 2016 su una serie di cartoline postali sulle quali, per una volta, non c'erano immagini di montagne o di spiagge bensì quelle di prodotti «di culto» della Migros: l'Ice Tea degli anni Novanta, il detersivo per piatti arancione Handy oppure un classico come lo stecco gelato con la foca. I clienti Migros hanno messo per iscritto su cartoline postali i momenti speciali con i loro prodotti preferiti, riportandosi reciprocamente alla memoria bei ricordi. È stato un successo: nelle prime tre settimane della campagna sono state create dal sito web della Migros oppure tramite l'app ben 52'000 cartoline, che la Posta ha provveduto a stampare e spedire fisicamente. «Per noi la cartolina postale è il mezzo perfetto per dar vita a emozioni come il ricordo reciproco di un momento Migros da parte dei nostri clienti», spiega

Philipp Kuonen, responsabile di progetto Campagne nazionali della Federazione delle cooperative Migros. Tutto ciò è stato possibile grazie alla nuova e innovativa interfaccia digitale per cartoline postali.

È ormai da parecchio tempo che la Posta offre ai clienti commerciali la possibilità di creare cartoline postali per mailing attraverso PostCard Creator. L'API per cartoline postali si spinge ancora oltre: le aziende, come ad esempio la Migros, possono infatti servirsene per far creare e spedire cartoline postali direttamente dai propri clienti. Grazie a un'interfaccia di programmazione – la cosiddetta application programming interface o, in breve, API – le aziende possono infatti integrare queste funzioni nei loro touch point digitali. Questa cartolina ibrida si presta a varie e molteplici possibilità d'impiego per aziende e organizzazioni.

Filatelia

Una nuova generazione di francobolli

Con i nuovi francobolli lanciati nel 2016, clienti e collezionisti si sono immersi in nuovi mondi sensoriali. Il francobollo speciale «Gottardo

2016» rende percepibile all'olfatto e al tatto il massiccio del Gottardo: in occasione dell'apertura della galleria di base di 57 km che collega il nord e il sud del paese, la Posta ha avuto infatti un'idea originale e una parte dei 28,2 milioni di tonnellate complessive di roccia estratta dalla montagna è stata ridotta finemente in polvere e applicata sul francobollo con un'apposita lacca.



Altrettanto preziosi e singolari anche i francobolli natalizi 2016: i quattro francobolli, su cui campeggiano un alberello di Natale, un pupazzo di neve, un angelo e una slitta regalano agli svizzeri un bianco Natale anche in assenza della neve. Basta scansionare i francobolli con la Post-App, infatti, per ricevere una sorpresa natalizia.

Credit Suisse

Scansione di documenti vantaggiosa per il cliente e per la Posta

Swiss Post Solutions collabora con Credit Suisse e dal febbraio 2017 prende in carico il centro di scansione svizzero dell'istituto bancario. Swiss Post Solutions effettuerà una lettura automatizzata dei documenti in entrata, che saranno pertanto messi a disposizione della banca ottimizzati. Una trasformazione radicale che apporta numerosi vantaggi.

Credit Suisse si sta gradualmente trasformando in una banca digitale. I clienti potranno usufruire di servizi bancari digitali che garantiranno loro un'esperienza unica. Questo processo di digitalizzazione porta con sé anche tempi di elaborazione inferiori, processi lavorativi più semplici e costi ridotti.

La collaborazione avviata con Swiss Post Solutions nell'ambito della scansione documenti rappresenta un passo significativo per Credit Suisse: i collaboratori non saranno più costretti a inoltrare i documenti fisicamente, bensì avranno accesso da subito e ovunque ai dati richiesti. Allo stesso tempo la banca potrà tracciare in modo più efficace il percorso di un documento elettronico, reagire in modo più rapido e flessibile alle richieste dei clienti e automatizzare tutta una serie di processi interni. Da parte sua, grazie all'esperienza maturata in centri servizi già esistenti, Swiss Post Solutions sarà in grado di fornire le sue prestazioni in modo efficiente sotto il profilo dei costi. La collaborazione tra Credit Suisse e Swiss Post Solutions è molto importan-

te per entrambi i partner, che insieme sviluppano soluzioni innovative e proiettate nel futuro e le rendono realtà per i clienti.

L'ufficio senza carta

Recapito digitale degli invii postali alla sede principale

La posta in arrivo costituisce spesso un ostacolo insormontabile per l'ufficio senza carta: l'azienda riceve fisicamente migliaia di lettere, giornali e pacchi; sono quasi 300'000 gli invii in arrivo ogni anno alla sede principale della Posta. D'ora in poi Swiss Post Solutions provvederà a digitalizzarne e recapitarne in formato elettronico una grossa fetta: la digitalizzazione interesserà circa l'80% degli invii.

Ricevere lettere alla postazione di telelavoro

Con il recapito digitale la Posta promuove internamente l'ufficio senza carta. I collaboratori non dovranno più scansionare le singole lettere in arrivo per archivarle in formato elettronico, in quanto queste saranno subito messe a loro disposizione in Outlook nel giorno di recapito. Ciò consente di risparmiare tempo e rende più semplice lavorare in qualsiasi luogo, ad esempio da casa o in viaggio. La digitalizzazione comporta vantaggi anche per i mittenti delle lettere: grazie ai processi più efficienti le loro richieste vengono infatti elaborate in tempi più rapidi.

Swiss Post Solutions offre questa soluzione anche a terzi. Sono già stati avviati progetti pilota con clienti esterni, mentre altri sono in fase di pianificazione.



300'000

invii giungono ogni anno presso la sede principale della Posta.

80%

degli invii in arrivo si prestano a essere **digitalizzati**.



Swiss Post Solutions

Robot più efficienti per i casi di incasso di PostFinance

Dall'autunno 2016 PostFinance e Swiss Post Solutions (SPS) stanno sperimentando nell'ambito di un progetto comune in che modo software robotici possano supportare il processo di incasso di PostFinance.

Finora quando il signor Rossi o la signora Bernasconi dimenticavano di pagare la fattura della loro carta di credito, presso PostFinance veniva generato un processo complesso: una lista apposita con i dati dei clienti morosi veniva elaborata manualmente a intervalli regolari da un team back office della banca, osservando una procedura in più fasi e utilizzando vari sistemi.

Automazione del processo con la robotica

Swiss Post Solutions ha sviluppato per PostFinance una soluzione che si avvale della robotic process automation (RPA), così concepita: un robot analizza regolarmente – anche al di fuori degli orari di ufficio – i conti dei clienti interessati, rendendo possibile un'elaborazione efficiente dei casi di incasso. Il robot riconosce dati quali il numero IBAN o il tipo di carta di credito e fa partire varie applicazioni back office per analizzare il credito presente e verificare quando sono state saldate le precedenti fatture della carta di credito. In una fase successiva il robot comunica ai collaboratori quali conti presentano importi che possono essere contabilizzati. Così

facendo il robot supporta il processo rispettando tutte le necessarie regole aziendali. Praticamente in tempo reale.

Qualità e compliance migliori

«L'RPA è una tecnologia chiave fondamentale, che consente alle aziende che stanno attraversando un processo di trasformazione digitale di migliorare la qualità dell'elaborazione e di ridurre il tempo di trattamento manuale», afferma Jörg Vollmer, responsabile Swiss Post Solutions. «Un ulteriore vantaggio consiste nel fatto che non occorre riconfigurare i vecchi sistemi in quanto il robot opera sui sistemi esistenti. Sono poi assicurati il tracciamento e la documentazione completi di ogni passaggio e i dati interessati rimangono all'interno dell'azienda».



1 – Swiss Post Solutions sbriga la corrispondenza cartacea per i clienti commerciali.

2 – Una collaboratrice di Swiss Post Solutions scansiona gli invii sul posto.



Intelligent automation

L'intelligenza artificiale è in grado di elaborare automaticamente documenti non strutturati come le richieste via e-mail. Innanzitutto determina il contenuto del messaggio: si tratta ad esempio della richiesta di un'offerta? In tal caso il sistema ricerca informazioni chiave quali il nome del mittente e il suo numero cliente e le associa ai dati disponibili internamente. A seconda dei dati disponibili e delle regole predefinite, il sistema può ora continuare in modo completamente autonomo l'elaborazione della richiesta e spedire l'offerta. Se non è in grado di cavarsela da solo, il sistema inoltra la richiesta a un impiegato specializzato. Nel caso in cui la situazione si ripeta, riconoscerà il caso e sarà in grado di risolverlo autonomamente. Il sistema apprende dunque costantemente.

Voto elettronico

Votare con un clic del mouse

Con il voto elettronico la Posta consente agli elettori di votare online. La soluzione è stata introdotta nell'autunno 2016 nel Cantone di Friburgo. Neuchâtel seguirà nel 2017.

» —
Con il voto elettronico la Posta dimostra di essere in grado di trasportare in modo sicuro e confidenziale le schede di voto anche per via digitale.

Denis Morel
Responsabile Voto elettronico

In futuro sarà possibile votare non soltanto alle urne o per corrispondenza, bensì sempre più spesso anche online, con la soluzione di voto elettronico della Posta. Problemi quali schede compilate erroneamente, calligrafie illeggibili o firme mancanti saranno solo un ricordo: sono infatti semplicemente impossibili con il voto elettronico. Inoltre gli svizzeri residenti all'estero non dovranno più temere che le buste-risposta vadano perse o non siano consegnate in tempo.

Codifica end-to-end

«La Posta consente già di votare per corrispondenza. Ora provvediamo anche al trasporto sicuro della scheda di voto per via elettronica», dichiara Denis Morel, responsabile Voto elettronico. Per garantire la sicurezza e la protezione dei dati, la Posta si avvale delle tecnologie crittografiche più avanzate come la codifica end-to-end. A tal fine ha collaborato con Scytl,

fornitore leader a livello mondiale di soluzioni di voto elettronico e leader di mercato nelle tecnologie di verifica e codifica per il voto elettronico. La soluzione viene installata, gestita e controllata dalla Posta in centri di dati di sua proprietà certificati ISO e TÜV. E soltanto la commissione elettorale del Cantone può aprire e decodificare le urne elettorali digitali per effettuare lo spoglio.

La soluzione in uso

Il Cantone di Friburgo ha utilizzato per la prima volta la soluzione della Posta in occasione della domenica elettorale del novembre 2016, mentre il Cantone di Neuchâtel utilizzerà per la prima volta il sistema per le votazioni federali a febbraio 2017. Entro il 2018 il grado di sviluppo della soluzione sarà tale da consentire in linea di principio a tutti gli elettori di votare su internet.



1_ **Danielle Gagnaux-Morel**
Cancelliera dello Stato del Cantone di Friburgo

2_ **Séverine Despland**
Cancelliera dello Stato del Cantone di Neuchâtel

Intervista alle cancelliere dello Stato

Soluzione da un'unica fonte per Cantoni

Signora Despland, per quale motivo il Cantone di Neuchâtel ha optato per la soluzione di voto elettronico della Posta?

Un Cantone non può gestire da solo una soluzione di voto elettronico. Abbiamo pertanto cercato un partner affidabile. L'aspetto decisivo per noi era la possibilità di contribuire all'ulteriore sviluppo del voto elettronico in Svizzera prendendo le mosse dall'esperienza acquisita negli ultimi dieci anni, e la partnership con la Posta ce lo consente. Intratteniamo un dialogo costante e apportiamo le nostre esigenze ed esperienze.

I ruoli sono dunque chiaramente definiti in questo processo?

Sì. La Posta mette a disposizione l'infrastruttura per lo scrutinio elettronico e ci fornisce assistenza in sede di preparazione e configurazione. Il Cantone ovviamente mantiene la sovranità

sull'intero processo e sul contenuto dello scrutinio.

Signora Gagnaux, da quanto tempo lavora con il voto elettronico il Cantone di Friburgo?

Abbiamo impiegato per la prima volta il voto elettronico il 27 novembre 2016 per le votazioni federali e per il secondo turno delle elezioni cantonali; per ora soltanto per i 5000 cittadini svizzeri residenti all'estero, ma nel lungo termine intendiamo estendere la possibilità di votare online all'intera popolazione.

Perché avete optato per la soluzione di voto elettronico della Posta?

Per noi era importante che tutti i dati rimanessero in Svizzera, che fossero codificati e resi anonimi e che non fossero accessibili a terzi. Un Cantone non può permettersi di correre rischi sotto il profilo della sicurezza. Questo ci ha portato pertanto a scegliere la Posta, perché offre una soluzione sicura con codifica end-to-end completa.

Sanità elettronica

Sanità sicura in rete

Nel punto di incontro tra processi logistici e processi terapeutici la Posta si posiziona come fornitore di servizi che riunisce competenze fisiche e digitali. In tal modo crea valore aggiunto per tutti gli attori nel campo della sanità.



1 - I dati sanitari rilevanti sempre sotto mano

” —
La Posta supporta la logistica nel settore sanitario con soluzioni digitali.

Martin Fuchs
Responsabile eHealth

Kurt si fa visitare regolarmente dal suo medico di famiglia. Trovandogli nuovamente la pressione troppo alta, questi gli prescrive un monitoraggio della pressione arteriosa nelle 24 ore. Kurt riceve lo sfigmomanometro tramite la Posta. Poiché dispone di una cartella informatizzata del paziente, rimanda subito e in tutta semplicità i dati raccolti al suo medico affinché li analizzi. Successivamente la Posta prende di nuovo in consegna l'apparecchio, lo fa pulire e lo ripone nel magazzino.

Piattaforma per la sanità elettronica

«Questo caso è un buon esempio di come ci immaginiamo il futuro ruolo della Posta», afferma Martin Fuchs, responsabile eHealth della Posta. «Grazie alla nostra piattaforma per la sanità elettronica vogliamo collegare i processi terapeutici e quelli logistici». Il segreto postale sarà così garantito sia nella trasmissione delle informazioni sensibili sia nel trasporto fisico dei prodotti medici.

Nel suo ruolo di operatore logistico, la Posta opera già da molto tempo con successo nel settore sanitario: ad esempio consegna protesi articolari comprensive dei relativi strumenti nelle sale operatorie per poi ritirare gli strumenti utilizzati e farli sterilizzare per il successivo riutilizzo. La trasformazione digitale offre ora l'occasione

di sviluppare servizi come questo in soluzioni di sanità elettronica competitive sul mercato facendo leva sulle possibilità offerte dalla realtà digitale.

Attraverso la piattaforma per la sanità elettronica la Posta collega tutti gli operatori sanitari. «Le nuove offerte digitali ci consentono di semplificare e accelerare le procedure, di eliminare le fonti di errori e di assicurare un flusso di dati costante», sottolinea Martin Fuchs. In tal modo la Posta contribuisce a mettere in atto nel settore una riduzione dei costi e un incremento della qualità.

E-Post Office

L'ufficio digitale per pagamenti, archiviazione e corrispondenza

Nell'E-Post Office Hannes ha impostato il ricevimento in formato elettronico per le lettere spedite dalla sua assicurazione. Prima per pagare la fattura del premio doveva passare al suo e-banking, adesso invece è più comodo: dall'autunno 2016 può trasmettere la fattura alla sua banca come ordine di pagamento direttamente dalla sua cassetta delle lettere online intelligente.

Anche per le fatture cartacee

Hannes riceve la corrispondenza spedita dagli altri mittenti fisicamente nella cassetta delle lettere. Fotografando questi documenti con l'E-Post Office App sul suo cellulare li archivia automaticamente nell'E-Post Office in formato PDF. E-Post Office legge i testi attraverso un software di riconoscimento del testo. Per Hannes la digitazione del numero IBAN è ormai solo un ricordo: anche per queste fatture può disporre comodamente il pagamento con un clic del mouse.

Mercato dei servizi finanziari

PostFinance intende mantenere la leadership nel traffico dei pagamenti svizzero, promuovere la digitalizzazione delle attività aziendali e crescere lungo la catena di creazione del valore della propria clientela commerciale. Attraverso la società affiliata TWINT ha sviluppato pertanto una soluzione di pagamento mobile fondendola con il prodotto della concorrenza Paymit. Dai dispositivi mobili è ora possibile svolgere anche operazioni di borsa con e-trading e il settore «Investimenti» è stato potenziato. Per seguire da vicino gli sviluppi dinamici del mercato finanziario, PostFinance partecipa in giovani imprese attive nel fintech, il che le consente di individuare tempestivamente prodotti, tecnologie o modelli di business promettenti e assicurare la propria redditività anche in una situazione difficile sul fronte dei tassi d'interesse.

Ricavi d'esercizio
mln di CHF

2155

Risultato d'esercizio
mln di CHF

542

Conti dei clienti
quantità in migliaia

4845

Afflusso di nuovi capitali
mln di CHF

4479

Ø patrimoni dei clienti
mld di CHF

119



TWINT

La soluzione di mobile payment svizzera

Pagare alla cassa con lo smartphone, effettuare acquisti online, utilizzare un coupon o rimborsare il biglietto del cinema a un'amica: oggi tutto questo è possibile grazie a TWINT, il portafoglio digitale. Con la fusione di TWINT e Paymit, la Svizzera dispone ora di una soluzione di pagamento mobile efficiente e collaudata.

” —
I due sistemi sono stati raggruppati in un'unica soluzione che fonde i punti di forza di entrambi.

Thierry Kneissler
CEO di TWINT SA

Rebecca appoggia gli acquisti sul nastro alla cassa, mentre il signore davanti a lei fruga nel portafoglio in cerca di monete. Da quando c'è TWINT, per Rebecca è tutto più semplice: l'importo dell'acquisto viene addebitato sul suo conto avvicinando lo smartphone al cosiddetto «beacon» e inoltre la carta cliente non deve più essere esibita essendo già integrata nell'app. Infine, grazie al coupon contenuto nel portafoglio digitale, lo yogurt viene scontato automaticamente del 50%.

Unire i punti di forza

Dalla primavera 2017 TWINT offrirà un altro vantaggio: grazie alla fusione con Paymit, la soluzione di pagamento mobile di SIX e delle banche svizzere, alle collaudate funzioni dell'app viene aggiunto l'addebito diretto sul conto al momento del pagamento. «I due sistemi, diversi tra loro, sono stati riuniti in un'unica soluzione che raggruppa i punti di forza di entrambi, il che rende TWINT ancora più efficiente», afferma Thierry Kneissler, CEO di TWINT SA.

Adesione delle sei banche principali

Il lancio della nuova TWINT SA è stato preceduto dal via libera della commissione della concorrenza. Una volta ottenuto a settembre 2016, lo sviluppo dei sistemi e le trattative con i partner sono stati portati avanti a pieno ritmo. «Possiamo affermare con orgoglio che le sei banche svizzere principali e SIX aderiscono al progetto», afferma Kneissler. Già prima della fusione, TWINT e Paymit vantavano complessivamente più di 500'000 clienti.

Dai contanti al mobile payment

Secondo il CEO, il principale ostacolo non è costituito dalle altre soluzioni di pagamento come Apple Pay, ma dalle abitudini consolidate: «Molte persone continuano a preferire il pagamento in contanti. Convincherli a passare al mobile payment è la nostra sfida più importante e nel contempo la più ardua».

→ www.twint.ch



TWINT in breve

TWINT è la soluzione di mobile payment svizzera che funziona con qualsiasi conto bancario e smartphone. Oltre a consentire di effettuare pagamenti, grazie alle numerose funzioni di cui è dotata, l'app permette di inviare e ricevere denaro, registrare carte clienti, utilizzare coupon e schede di raccolta punti ed eseguire donazioni.

E-trading

Effettuare operazioni di borsa ovunque e in tempo reale

Grazie alla nuova piattaforma e-trading e alla PostFinance App gli operatori finanziari possono negoziare in borsa in tutta semplicità e seguire in diretta qualsiasi evoluzione dei corsi. Tutto questo anche grazie alla partnership con Swissquote.

” —
I nostri clienti devono poter negoziare in borsa sempre e ovunque.

Patrick Beyeler
Responsabile Soluzioni d'investimento

Negoziare autonomamente azioni, obbligazioni, fondi, ETF e derivati in tempo reale sulle principali piazze borsistiche svizzere, europee e nord americane, consultare l'elenco completo dei titoli e leggere analisi approfondite: queste e molte altre ancora le possibilità offerte dalla nuova piattaforma e-trading di PostFinance. «Grazie alla grafica più chiara gli utenti possono impostare direttamente l'interfaccia in base alle preferenze personali», spiega Roland Flütsch, manager prodotti e-trading. Il nuovo portale semplifica la negoziazione di titoli per i circa 60'000 clienti e-trading.

Quando il momento fa la differenza

Chi desidera tenere sotto controllo la situazione sempre e ovunque può ricevere informazioni via SMS o per e-mail sulle operazioni effettuate, definire alert sui prezzi ed eseguire tutte le transazioni direttamente nella PostFinance App. «In borsa il fattore tempo è fondamentale. Per que-

sto è importante offrire ai clienti una piattaforma a cui poter accedere in qualsiasi momento e da qualsiasi luogo», afferma Luca Ritucci, collaboratore 3rd Level Contact Center E-trading.

La nuova piattaforma è stata progettata da Swissquote, il partner di trading strategico di PostFinance, che dal 2014 detiene una partecipazione del 5% in Swissquote Group Holding SA.

I nuovi clienti possono registrarsi sul nuovo portale da marzo 2016, mentre quelli esistenti sono stati migrati a maggio. Da quando PostFinance dispone dell'autorizzazione all'esercizio dell'attività bancaria e della negoziazione di valori mobiliari, l'istituto finanziario funge da trader e da banca depositaria per i clienti. Swissquote si occupa della gestione dei depositi per conto di PostFinance.

→ www.postfinance.ch/e-trading



Fondi con quota azionaria elevata per gli amanti del rischio

«Perché devo pensare ora alla pensione?», si chiedono i giovani. Dal canto loro gli anziani si domandano: «Come posso investire il mio denaro in modo più redditizio ottenendo più interessi?». Per i clienti PostFinance vale sempre la pena di riflettere sulla propria previdenza personale: sono loro a decidere se investire il proprio avere previdenziale a lungo termine in modo più prudente o audace. Da giugno 2016 gli investitori con il profilo adatto possono beneficiare ancor di più delle opportunità del mercato azionario: PostFinance è stato il primo istituto finanziario a introdurre un fondo gestito passivamente per il pilastro 3a con una quota azionaria del 75%.

→ www.postfinance.ch/previdenza



Corporate Venturing

PostFinance investe nel futuro

Acquisendo partecipazioni in diverse start up, PostFinance amplia il suo know how. Jens Schulte, responsabile Corporate Venturing, racconta come si è arrivati a questa decisione e quali sono i progetti futuri dell'azienda.

Signor Schulte, che cosa significa Corporate Venturing per PostFinance?

Il Corporate Venturing è una partecipazione finanziaria in imprese in crescita giovani e innovative, le cosiddette start up, che include un potenziale di rischio elevato.

Per quale motivo PostFinance si interessa a tali aziende?

PostFinance totalizza oggi circa i due terzi dei propri ricavi nelle operazioni sul differenziale degli interessi. Nel contesto di mercato attuale caratterizzato da tassi bassi e in parte negativi, è fondamentale trovare nuove fonti d'introiti indipendenti dagli interessi. Le partecipazioni e le partnership ci consentono inoltre di acquisire una posizione forte e interessante sul mercato.

In base a quali criteri PostFinance seleziona le imprese adeguate?

I nostri impegni di Corporate Venturing devono essere in linea con la nostra strategia. Naturalmente controlliamo se e come una potenziale partecipazione completa il nostro portafoglio di prodotti e servizi, valutando in particolare aspetti come il modello di business, il mercato, la presentazione del prodotto, il team e la tecnologia.

Cos'è il crowdlending e in che modo la joint venture Lendico si concilia con la strategia?

Si parla di crowdlending quando diversi finanziatori prestano denaro a un mutuatario in cambio di interessi. Insieme a Lendico offriamo alle

PMI svizzere un'alternativa moderna al classico finanziamento bancario.

E per quale motivo PostFinance detiene una partecipazione in moneymeets?

Garantendo una completa trasparenza sulle prestazioni bancarie e assicurative, la start up offre una panoramica semplice in un mercato difficile da decifrare, indipendentemente dalla banca o dall'assicurazione di cui si è clienti. PostFinance beneficia dell'esperienza di moneymeets ad esempio a livello di vendita, tecnologia impiegata o approccio al cliente.

Con la joint venture Finform, PostFinance intende arginare la mole di moduli in costante aumento. Come?

Finform esegue un controllo automatizzato dei dati dei clienti che stipulano ad esempio un contratto online o che desiderano aprire un conto dal PC. L'applicazione, gli esperti e l'alto livello di automazione consentono di conseguire risparmi di oltre il 30% sui costi di processo attuali.

In Svizzera le procedure di esecuzione avviate ogni anno sono circa 2,8 milioni. Che contributo offrirà la start up tilbago in questo ambito?

Mentre ora i creditori elaborano le proprie domande di esecuzione quasi sempre manualmente, con tilbago potranno farlo in modo rapido, conveniente e sicuro. PostFinance investe in modo mirato in know how e nuove tecnologie al fine di offrire ai propri clienti servizi ancora più semplici ed efficienti.

PostFinance acquisirà partecipazioni in altre aziende?

Valuteremo ulteriori investimenti in aziende svizzere ed estere, a patto che siano in linea con la nostra strategia. Per questo ci confrontiamo a fondo con le potenziali imprese e scegliamo solo quelle che riescono veramente a convincerci.



Jens Schulte
Responsabile Corporate Venturing



Lendico

Piattaforma di crowdlending per crediti alle imprese che mette direttamente in contatto mutuatari e investitori.

moneymeets

Piattaforma dedicata a clienti privati interessati a migliorare le proprie finanze attraverso investimenti, titoli e assicurazioni.

Finform

Start up che ridefinirà il paradigma dell'industrializzazione dei processi bancari e contribuirà ad arginare la mole di moduli in costante aumento.

tilbago

Società che propone un software omonimo per elaborare le domande di esecuzione in modo rapido ed efficiente in termini di costi.



Il venture capital è un capitale di rischio; da qui l'esame scrupoloso delle partecipazioni.

Jens Schulte
Responsabile Corporate Venturing

Mercato dei trasporti di persone

Le esigenze di mobilità negli agglomerati, nei centri economici e nel trasporto turistico sono in costante aumento. Di conseguenza la mobilità combinata senza barriere acquisisce un'importanza sempre maggiore e aumenta la richiesta di soluzioni nuove e originali. AutoPostale vuole sviluppare ulteriormente la propria posizione dominante nel settore del trasporto pubblico su strada in Svizzera. Come fornitore di servizi tecnologici e per la mobilità sviluppiamo i nostri servizi di sistema, ampliando così la gamma di prodotti lungo la catena della mobilità. Nel mercato internazionale, AutoPostale intende farsi strada in settori di nicchia ben precisi, sviluppando così nuove fonti di guadagno.

Ricavi d'esercizio
mln di CHF

923

Risultato d'esercizio
mln di CHF

36

Passeggeri Svizzera
mln

152

Prestazione annua Svizzera
mln di km

153

Veicoli
numero

2242





Daniel Landolf
Responsabile AutoPostale
Membro della Direzione del gruppo



Mobility Lab: innovazioni firmate AutoPostale

Un autopostale senza conducente, una piattaforma di car sharing, il sistema di ticketing CIBO: sono tutte idee nate nel laboratorio Mobility Lab, la piattaforma per soluzioni di mobilità all'avanguardia che AutoPostale gestisce insieme al Cantone del Vallese, al Politecnico federale di Losanna e alla Scuola universitaria professionale della Svizzera occidentale HES-SO Valais-Wallis. Gli specialisti si occupano dell'analisi di formule alternative all'auto privata, di studi sull'utilizzo del bike e car sharing e dello sviluppo di servizi innovativi come le soluzioni di biglietteria elettronica. Nel 2016 il Mobility Lab ha testato CIBO con volontari della città di Sion che hanno utilizzato fino a fine anno il sistema di ticketing su smartphone fornendo preziosi input per il miglioramento del sistema, sia con il loro utilizzo sia nell'ambito di sondaggi.

Intervista

Pronti a diventare un fornitore globale di servizi di mobilità

Già oggi AutoPostale è un fornitore importante e imprescindibile di servizi di mobilità. Nell'intervista Daniel Landolf, responsabile AutoPostale, ci spiega in che modo l'azienda di trasporto su strada intende affrontare le sfide del futuro.

AutoPostale intende trasformarsi da azienda di trasporto su strada a fornitore globale di servizi di mobilità. A che punto è oggi la sua azienda?

Abbiamo sviluppato i nostri servizi lungo la catena della mobilità e ci impegniamo costantemente per professionalizzare e sistematizzare ulteriormente le nostre conoscenze tecniche. Il settore dei servizi di sistema e della mobilità combinata sta sperimentando una rapida evoluzione in tutto il mondo. Con i nostri progetti «SmartShuttle» e «Architettura di sistema integrata» siamo all'avanguardia in questo ambito e facciamo da apripista ben oltre i confini nazionali.

La concorrenza aumenta. Come affronta questa sfida AutoPostale?

Effettivamente la pressione sui costi da parte dei committenti non è diminuita. Siamo intenzionati a contrastare in modo proattivo questa situazione: per migliorare la competitività è necessario sia aumentare le entrate sia incrementare ulteriormente la produttività. Non potremo tuttavia sottrarci a risparmi mirati.

Cosa fa per i suoi passeggeri?

Ci adoperiamo con grande impegno per far sì che anche i clienti di domani siano soddisfatti dei nostri servizi. A tal fine conduciamo una serie di progetti pilota: ticketing elettronico, offerte di car pooling su misura quali PubliRide, vaste

reti di bike sharing come PubliBike, autopostali senza conducente, ovvero i cosiddetti Smart-Shuttle ecc. I nostri passeggeri di domani sono i «nativi digitali», per i quali l'accesso al mondo reale passa attraverso lo smartphone. Un fornitore di servizi che non è presente sulla piazza mercato digitale di fatto non esiste nel loro mondo e noi ne siamo più che consapevoli.

Qual è l'identikit del passeggero del futuro?

È abituato ad avere accesso sempre e ovunque a un mezzo di trasporto adeguato. Gli bastano pochi secondi per pianificare un viaggio e per farlo si avvale dell'app che gli consente di richiamare direttamente, con la massima rapidità e affidabilità, la più ampia scelta di mezzi di trasporto. Non ha più idea di cosa siano i distributori di biglietti. Ogni mezzo di trasporto diventa oggetto di una prenotazione elettronica, esattamente come avviene oggi con le piattaforme per la prenotazione degli alberghi. Parliamo appositamente di «mezzi di trasporto», e non semplicemente di autobus, tram o treni, in quanto i confini tra il trasporto pubblico e quello individuale sono sempre più labili. Magari in futuro percorrerò una parte del tragitto con una bicicletta di PubliBike o con l'auto di un fornitore di servizi di car sharing, oppure viaggerò a bordo di un'auto privata che ha ancora un posto libero. Sarà l'app a indicarmi di volta in volta il modo migliore per arrivare a destinazione.

Quale ruolo svolgerà secondo lei in futuro AutoPostale?

AutoPostale è la più grande azienda di trasporto su strada della Svizzera e continuerà a svolgere un ruolo di primo piano nel mercato della mobilità. La mobilità è il nostro core business. Attraverso i progetti citati, insieme ai nostri partner ci muoviamo nella giusta direzione. Ci poniamo obiettivi ambiziosi, ma sono convinto che riusciremo a raggiungerli.

”
Semplifichiamo la mobilità, apportando un contributo alla qualità di vita.

Daniel Landolf
Responsabile AutoPostale
Membro della Direzione del gruppo

Piattaforma di mobilità

Panoramica completa con NorthwestMobil

Nel 2016 AutoPostale ha lanciato la piattaforma di mobilità regionale NorthwestMobil, un'app con la quale viaggiare sarà più semplice per gli abitanti della comunità tariffale della Svizzera nord-occidentale.

” —
Con la piattaforma di mobilità diamo anche vita a un canale di vendita digitale.

Martina Muggler
Responsabile Sviluppo mobilità

Autopostali, tram dell'azienda Basler Verkehrs-Betriebe, auto Mobility oppure un viaggio in taxi o con Uber: sulla nuova piattaforma di mobilità NorthwestMobil si trovano tutti i collegamenti. In futuro chi pianifica un viaggio nell'area di Basilea potrà avvalersi dell'app non soltanto per trovare informazioni ma anche per prenotare e pagare direttamente le corse. Inoltre, una volta in viaggio, NorthwestMobil fornisce informazioni su guasti in tempo reale, indica all'occorrenza percorsi alternativi e visualizza offerte speciali dei partner lungo l'itinerario di viaggio.

Progetto pilota molto promettente

Non tutte le funzioni sono ancora attive e presto l'app sarà completata da un sito web. In più AutoPostale intende coinvolgere ulteriori partner. Il progetto si trova nella fase pilota: i clienti

interessati a sperimentare NorthwestMobil possono registrarsi e proporre miglioramenti. Se le esperienze saranno positive AutoPostale svilupperà offerte analoghe anche per altre regioni.

La comodità di una piattaforma

Finora in Svizzera non esistevano piattaforme di mobilità paragonabili. Per gli specialisti non sussiste alcun dubbio riguardo al fatto che queste assumeranno una grande importanza in futuro. Il motivo? Il numero sempre più elevato di opzioni di trasporto, non sempre tutte note ai viaggiatori, i quali fanno fatica a confrontare le varie offerte. Una piattaforma intelligente che include tutti gli operatori è garanzia di trasparenza e di comodità, in quanto una singola app sostituisce le varie app della moltitudine di operatori. In collaborazione con i partner, AutoPostale è intenzionata a partecipare in prima linea allo sviluppo di piattaforme di mobilità prima che il mercato sia dominato da operatori internazionali.

Accesso più semplice al trasporto pubblico

Prima viaggi, poi paghi

Sempre più spesso chi utilizza i mezzi pubblici può salire a bordo senza il tradizionale biglietto. Diverse aziende stanno infatti sviluppando e sperimentando soluzioni di Mobile Ticketing in cui è lo smartphone, tramite apposita app, a registrare il tragitto percorso e a conteggiarlo a viaggio concluso. AutoPostale ha già lanciato la sua soluzione di biglietto elettronico CIBO (Check-in, Be-out) nell'ambito di un progetto pilota condotto nel Vallese. Insieme alla BLS e alle FFS, AutoPostale intende creare uno standard per il settore dei trasporti pubblici con il quale in futuro sarà possibile viaggiare senza biglietto sull'intera rete dei trasporti pubblici.



1_ Treno, tram, autopostale, taxi, Uber o auto Mobility: l'app mostra sempre l'opzione migliore per la destinazione prescelta.

Tecnologie di propulsione alternative per gli autopostali

Con l'energia prelevata dalla presa di corrente

Intenzionata a ridurre le emissioni di CO₂, AutoPostale esplora soluzioni innovative nel campo delle tecnologie di propulsione. Sono così entrati a far parte del servizio di linea un primo autopostale snodato con motore ibrido e due autobus elettrici.

Nei veicoli di AutoPostale i passeggeri viaggiano in modo sempre più ecologico. Il parco veicoli comprende infatti un totale di 36 autopostali ibridi, tra i quali anche un primo bus articolato. «A confronto con un bus articolato con tradizionale motore diesel, questo veicolo risparmia all'incirca il 20-25% di carburante», sottolinea Urs Schlöpfer, responsabile Gestione parco veicoli. Il veicolo, lungo ben 18 metri e provvisto di un comodo piano ribassato per l'accesso, è in servizio in Ticino.

Test a lungo termine per gli autobus elettrici

Le disposizioni più severe in materia di emissioni di sostanze nocive e di inquinamento acustico stimolano il progresso nell'ambito del mercato dei veicoli. «La mobilità del futuro è elettrica, ne sono convinto», sostiene Silvio Gely, responsabile Produzione presso AutoPostale. Nell'intento di incrementare ulteriormente l'efficienza di CO₂, AutoPostale sta testando nel servizio di linea due veicoli a trazione puramente elettrica, naturalmente alimentati da energia ecologica. Si tratta di un test a lungo termine

che sarà portato avanti per tre anni nei Cantoni di Obvaldo e Berna. «Abbiamo volutamente scelto due regioni totalmente diverse per poter acquisire informazioni sul comportamento di guida su percorsi topograficamente differenti» spiega Silvio Gely. La fase di test dovrà fornire in particolare indicazioni sulla portata della batteria e sulla manutenzione dei veicoli.



” —
L'autopostale del futuro viaggerà con l'energia elettrica.

Silvio Gely
Responsabile Produzione e membro della direzione di AutoPostale

1 -
Un bus articolato con motore ibrido consuma dal 20 al 25% di carburante in meno.

Architettura di sistema integrata

Unificazione dei sistemi a bordo dei veicoli

Un apparecchio per le informazioni ai passeggeri, uno per il conteggio dei passeggeri, uno per la vendita dei biglietti e uno ancora per il supporto all'esercizio: in un autopostale troviamo tanta tecnologia che rende il viaggio più piacevole e l'esercizio più efficiente. Al momento tuttavia questi sistemi sono tutti installati separatamente nel veicolo e funzionano indipendentemente l'uno dall'altro, richiedendo molto spazio per cavi e apparecchi e rendendo onero-

sa la manutenzione. AutoPostale ha pertanto semplificato questo ambiente di sistema: d'ora in poi i veicoli saranno dotati di unico computer, di un sistema di comunicazione, di un modulo GPS, di un'antenna e di un'unità di comando. Questa soluzione globale viene offerta da AutoPostale anche a terzi: «Altre aziende sono alle prese con le stesse difficoltà. Noi forniamo loro una soluzione modulare già collaudata e con costi d'esercizio ridotti», spiega Santiago Garcia, responsabile Sistemi PubliTransport. La soluzione di un'azienda di trasporti pubblici per aziende di trasporti pubblici.

Autopostale senza conducente

In viaggio per Sion in modo sicuro e intelligente

I veicoli autonomi non sono più solo una visione del futuro: nell'ambito di un progetto pilota, autopostali senza conducente circolano infatti nella città di Sion. Una novità che attira l'attenzione, ma non solo.

Provate a immaginare: siete seduti in un autopostale senza conducente; niente volante né pedale dell'acceleratore, eppure l'autobus si dirige sicuro a destinazione come se fosse guidato da uno spirito. Fantascienza? No, a Sion gli autobus senza conducente non sono più fantasia bensì una realtà. I minibus elettrici con undici posti a sedere circolano nel centro storico da giugno 2016 nell'ambito di un progetto pilota. Lasciano passare i pedoni sulle strisce, percorrono senza problemi le rotatorie e si fermano alle fermate per far scendere e salire i passeggeri, i quali si informano in tempo reale con un'app sull'attuale posizione degli autobus.

Roman Cueni, responsabile Soluzioni di mobilità di AutoPostale, precisa: «La sicurezza dei passeggeri deve essere garantita in ogni momento. Per questo ogni autobus senza conducente è accompagnato da personale specializzato in grado di intervenire prontamente nei momenti critici». Oltre alla sicurezza, AutoPostale cura anche la manutenzione dei veicoli e ne assicura un funzionamento efficiente.

Il progetto pilota a Sion non vuole essere una semplice trovata futuristica, sottolinea Roman

Cueni: «Stiamo sperimentando questi autobus soprattutto per collegare nel lungo termine regioni isolate della Svizzera finora lasciate fuori dalla rete dei trasporti pubblici». Altri possibili ambiti di applicazione futuri potrebbero poi essere le aree industriali oppure le località chiuse al traffico.



”

La sicurezza dei passeggeri è garantita in ogni momento.

Roman Cueni
Responsabile Soluzioni di mobilità

1 – L'autopostale senza conducente: adatto per aree industriali, località chiuse al traffico oppure regioni isolate.

PubliBike

Tour in sella a una bicicletta a noleggio

Rob e Silvie si trovano nella stazione ferroviaria di Lugano. Per la prima volta nella loro vita. Sono due turisti americani in viaggio attraverso l'Europa e hanno a disposizione 24 ore per visitare Lugano. Ma come possono vedere tutte le principali attrazioni in così breve tempo? «Non c'è problema», dice loro in stazione un conducente AutoPostale. «Per soli dieci franchi potete noleggiare una PubliBike per un'intera giornata», spiega ai due indicando la stazione di noleggio.

A Lugano ce ne sono diverse: la rete sarà continuamente ampliata fino all'estate del 2017, con l'obiettivo di arrivare a 46 stazioni con in tutto 560 biciclette, la metà delle quali elettriche. Un ampliamento della rete è in programma anche a Berna e Zurigo.

PubliBike è il complemento ideale dei mezzi di trasporto pubblici e privati. Le biciclette possono essere noleggiate in tutta la Svizzera sia dagli abbonati sia da utenti occasionali. Le biciclette disponibili sono reperibili in tutta semplicità tramite l'app di PubliBike oppure su internet.

1100 bici

Sempre una bicicletta a portata di mano, sia tradizionale sia elettrica

118 stazioni

Noleggio e restituzione più semplici che mai: la rete PubliBike non cessa di crescere

SOSTENIBILITÀ E IMPEGNO

Obiettivo superato: la Posta ha notevolmente incrementato la propria efficienza di CO₂ nell'arco di sei anni → [pag. 44](#). Nel 2016 la Posta ha ritirato il suo ultimo scooter a benzina e gestisce oggi la più grande flotta di scooter elettrici in Europa → [pag. 45](#). La Posta punta sull'energia pulita e rinuncia ai combustibili fossili nelle nuove costruzioni → [pag. 46](#). Grazie a impianti tecnici intelligenti, gli edifici vengono riscaldati, raffreddati o ventilati solo nella misura del necessario → [pag. 46](#). Membro della Fair Wear Foundation, la Posta applica standard sociali rigorosi nell'acquisto dei capi d'abbigliamento → [pag. 48](#).



434'868 t

di **emissioni di CO₂** sono state prodotte dalla Posta nel 2016.



16%

di **aumento dell'efficienza di CO₂** che la Posta ha realizzato nel 2016 rispetto al 2010.



2099 mln

di volte è stato utilizzato l'**invio «pro clima»** per lettere, pacchi e altre prestazioni.



Circa 1/3

di tutti i **veicoli della Posta** utilizza sistemi di propulsione alternativi.



100%

del fabbisogno di corrente è coperto da **energie rinnovabili** certificate «nature-made basic» prodotte in Svizzera.



66'000

pacchi sono stati inviati gratis dalla Posta nell'ambito dell'iniziativa «2 x Natale».

” —
L'impegno per la sostenibilità è vissuto concretamente nella cultura aziendale della Posta.

Marco Imboden
Responsabile Comunicazione

i —
Ridistribuzione della tassa sul CO₂

La Posta riceve ogni anno fondi provenienti dalla redistribuzione della tassa sul CO₂ applicata sui combustibili. Già dal 2010 la Posta ha deciso di impiegare tali risorse a favore della tutela del clima nel programma di sostenibilità «pro clima – Siamo passati ai fatti»: nel periodo strategico 2014–2016 sono stati così investiti 3,3 milioni di franchi in misure quali autobus ibridi, illuminazione LED, stazioni di ricarica e molto altro ancora.

Strategia di sostenibilità

Assumere responsabilità in modo lungimirante

L'obiettivo della strategia di sostenibilità 2014–2016 di aumentare del 10% l'efficienza di CO₂ della Posta (anno di riferimento 2010) è stato superato: l'incremento realizzato è stato infatti del 16%. A partire dal 2017 i settori d'intervento saranno estesi a formare una vera e propria strategia di Corporate Responsibility.

Nell'arco di sei anni la Posta ha incrementato del 16% la propria efficienza di CO₂. Riducendo le emissioni di gas serra per ogni invio, ogni passeggero trasportato, ogni transazione e ogni metro quadrato riscaldato dei suoi edifici, l'azienda ha superato l'obiettivo della strategia di sostenibilità 2014–2016. Al raggiungimento di questo obiettivo hanno contribuito svariate misure, tra cui servizi tecnici più efficienti, l'utilizzo di energie rinnovabili e investimenti costanti in un parco veicoli sempre più ecologico.

Il nuovo obiettivo che il gruppo si pone a partire dal 2017 è di aumentare l'efficienza di CO₂ di almeno il 25% entro il 2020 (anno di riferimento 2010). Questo obiettivo climatico si orienta alle raccomandazioni dei climatologi così come all'accordo raggiunto alla conferenza sul clima che si è tenuta a Parigi nel 2015.

Definiti i settori d'intervento 2017–2020

Nell'anno in esame è stata elaborata e approvata la strategia di Corporate Responsibility (strategia CR) 2017–2020. L'analisi degli stakeholder ha individuato i seguenti settori d'intervento:

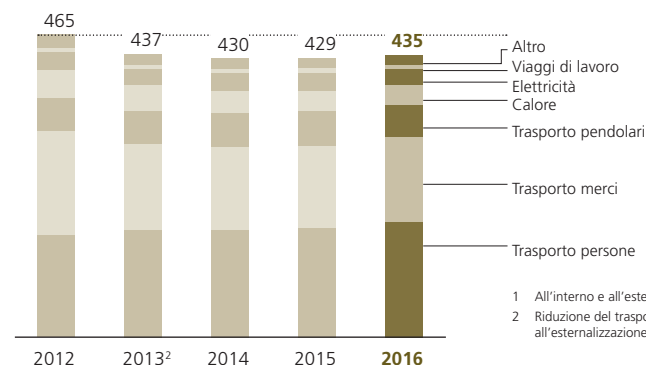
- clima ed energia, emissioni acustiche e di inquinanti atmosferici, prodotti verdi
- condizioni d'impiego e di lavoro, diversità e demografia, promozione della salute e tutela del lavoro
- protezione dei dati e delle informazioni
- prestazione economica e valore aziendale, ripartizione del valore
- corporate citizenship
- responsible leadership
- economia circolare
- acquisti responsabili

L'attenzione è focalizzata sui temi classificati come altamente rilevanti dagli stakeholder e che esercitano una forte influenza sul margine di manovra della Posta. Nella strategia CR 2017–2020, con relativi obiettivi e misure strategiche, abbiamo quindi definito i seguenti settori d'intervento: acquisti responsabili, clima ed energia, economia circolare e corporate citizenship. Maggiori informazioni sulla Corporate Responsibility/sostenibilità sono disponibili nell'ampio rapporto GRI.

→ www.posta.ch/gri16

Il bilancio delle emissioni di gas serra della Posta rimane stabile

Gruppo | Emissioni di gas serra per processi¹ in 1000 t di CO₂ equivalenti
Dal 2012 al 2016, 2012 = 100%



” —
Intendiamo aumentare la nostra efficienza di CO₂ del 25% in soli dieci anni.

Anne Wolf
Responsabile Corporate Responsibility

Mobilità sostenibile

Ritirato l'ultimo scooter a benzina

Alla fine del 2016 la Posta ha ritirato l'ultimo scooter a benzina ancora in circolazione. Pertanto i circa 6300 scooter utilizzati dagli addetti al recapito della Posta sono ora tutti elettrici e alimentati esclusivamente con energia ecologica certificata «naturemade star» proveniente dalla Svizzera.

Il 7 dicembre 2016 l'ultimo scooter a benzina è stato ritirato dalla circolazione a Stein am Rhein. Si conclude così il passaggio della flotta di scooter della Posta dalla benzina al motore elettrico. Una vittoria per l'ambiente: in questo modo infatti la Posta riduce le sue emissioni di CO₂ di circa 4600 tonnellate all'anno, equivalenti a 733 chilogrammi di CO₂ in meno per ogni veicolo. Un progresso non da poco. Attualmente sono circa 6300 i veicoli gialli elettrici a due o tre ruote utilizzati per il recapito di lettere e pacchi in Svizzera. La Posta gestisce così la più grande flotta di veicoli di questo tipo in Europa.

Ecologici, efficienti, silenziosi

Nel 2016 erano ancora in circolazione per la Posta circa 70 scooter a benzina. Dall'inizio del 2017, tutti gli scooter della Posta sono ora alimentati a batteria. Ciò comporta grandi vantaggi: uno scooter elettrico necessita di circa sei volte meno energia rispetto a uno a benzina. La flotta dei motocicli postali è ora costituita in gran parte dal noto modello Kyburz DXP (circa 5770 veicoli), che pesa circa 320 kg e percorre in me-

dia 5000 km all'anno. Provisto di rimorchio, questo veicolo a tre ruote può trasportare un carico circa tre volte superiore rispetto a quello di un veicolo a due ruote, consentendo dunque agli addetti al recapito di servire più utenze domestiche nel corso di un unico giro – silenziosamente e nel rispetto dell'ambiente.

1 Con circa 6300 veicoli, la Posta gestisce la più grande flotta di scooter elettrici in Europa.



Mobilità dei collaboratori

In giro con le eCargo bike

Per incentivare ulteriormente la mobilità sostenibile dei propri collaboratori, nell'ambito del programma di sostenibilità «pro clima – Siamo passati ai fatti» la Posta e AutoPostale sostengono il progetto pilota «carvelo2go» per il noleggio di eCargo bike, tricicli da carico elettrici in grado di trasportare carichi fino a 100 kg. Essendo dotate di sedili e cinture, queste bici possono portare a bordo anche due bambini. Le 14 biciclette stazionano nell'area di Basilea e di Berna, presso alcune piccole imprese e anche presso sei uffici postali. Altre sono in programma.

→ www.nordwestmobil.ch
 → www.carvelo2go.ch

Una seconda vita per le batterie degli scooter postali

Da mobili a stazionarie

Le batterie degli scooter elettrici non giungono necessariamente alla fine della loro vita al termine del loro primo utilizzo. Nell'ambito del progetto pilota «Una seconda vita per le batterie degli scooter postali» si sta esaminando la possibilità di impiegarle per lo stoccaggio stazionario di elettricità, ad es. per immagazzinare energia solare direttamente in loco. Dopo i sette anni di utilizzo da parte della Posta, le batterie dispongono ancora infatti di una capacità di stoccaggio dell'80% che è possibile continuare a utilizzare. Un accumulatore pilota è attualmente installato nella Umwelt Arena di Spreitenbach, mentre un altro sarà costruito nell'edificio postale presso la stazione ferroviaria di Neuchâtel.

200 accumulatori

dalla capacità di 10 kWh potrebbero essere potenzialmente fabbricati ogni anno con le batterie usate degli scooter postali.



” —
L'olio Eco a basso contenuto di zolfo rispetta l'ambiente e facilita la manutenzione dell'impianto di riscaldamento.

Stefan Dürig

Responsabile di direzione Posta Immobili Management e Servizi SA

Rinnovabile e rispettosa dell'ambiente

Energia pulita impiegata con efficienza

Energia solare di propria produzione, biogas, biodiesel, 100% di elettricità ottenuta da energie rinnovabili, 10% di energia ecologica: la Posta continua a estendere il proprio impegno nel settore delle energie pulite e rinnovabili. Nell'azienda è in atto la sostituzione di tutto l'olio combustibile con olio Eco.

Nella classifica ambientale dell'International Post Corporation (IPC), nel 2016 la Posta ha ottenuto il 6° posto con l'etichetta «oro» per le sue attività indirizzate alla tutela del clima: un ulteriore stimolo a consolidare il proprio impegno, tanto nelle soluzioni di mobilità quanto nel parco veicoli o all'interno degli edifici postali. Oppure nei rifornimenti: basti pensare che la quota di energia ecologica certificata «nature-made star» è stata portata al 10% e che dal 2016 la Posta utilizza per i propri immobili in Svizzera esclusivamente olio Eco, che ha un tenore di zolfo notevolmente ridotto rispetto al tradizionale olio combustibile.

Nel 2016 la Posta ha prodotto su dieci dei suoi edifici 4,9 gigawattora di energia solare. I suoi

veicoli a gas sono alimentati al 100% con biogas e gli edifici di proprietà esclusiva della Posta situati in Svizzera sono riscaldati per il 10% con biogas. 14 stazioni di servizio di Mobility Solutions SA dispongono per il 7% di biodiesel.

Rinuncia ai combustibili fossili

A partire dal 2017 la Posta rinuncerà sostanzialmente all'impiego di combustibili fossili nelle nuove costruzioni e in sede di sostituzione degli impianti di riscaldamento. Inoltre, nell'ambito di un accordo sugli obiettivi con l'Ufficio federale dell'energia, si è impegnata a incrementare di un ulteriore 16% entro il 2025 l'efficienza energetica delle sue 32 sedi più grandi e di ridurre di 1620 tonnellate le emissioni di CO₂.

Stazioni di ricarica

Progetto pilota colonnine di ricarica

Presso la sede principale della Posta e nel Centro lettere Härkingen è possibile ricaricare vetture, moto e biciclette elettriche con energia ecologica certificata «naturemade star» proveniente dalla Svizzera. Nell'ambito di un progetto pilota condotto nel primo semestre 2016 presso il Centro lettere Härkingen, la Posta ha raccolto esperienze con colonnine di ricarica gratuite installate nel garage sotterraneo. Nei due centri lettere di Zurigo-Mülligen ed Eclépens sono state installate all'inizio del 2016 delle colonnine di ricarica per moto e biciclette elettriche.

Nel parcheggio per sosta breve del PostParc di Berna è inoltre disponibile da agosto 2016 una stazione di ricarica rapida per vetture elettriche.

MeteoViva Climate

Un clima migliore nei locali

Dalla primavera del 2016 i circa 380 collaboratori del centro di calcolo PostFinance di Zofingen si dichiarano particolarmente soddisfatti del clima dei locali. Il merito è degli impianti tecnici intelligenti dell'edificio: ora è il sistema di ottimizzazione MeteoViva Climate a calcolare con uno-due giorni di anticipo, sulla base delle previsioni meteo, dei cosiddetti carichi interni (apparecchi ma anche collaboratori) e della struttura dell'edificio, come dovrà essere regolata la temperatura dei locali, di modo che questi ultimi siano riscaldati, raffreddati o ventilati soltanto nella misura del necessario. MeteoViva Climate regola il fabbisogno energetico in modo "dolce", impiegando una potenza inferiore su un intervallo di tempo più lungo. In questo modo si riduce il carico di punta dei generatori. Il risultato: risparmi energetici e sui costi a fronte di un comfort più elevato nei locali.



1_ Alle stazioni di ricarica della Posta si può fare rifornimento di energia ecologica certificata.

” —

Con l'invio «pro clima» i clienti si impegnano a favore di un clima sostenibile.

Marc Amstutz
Responsabile Corporate
Environmental Responsibility



Invio «pro clima»

Primo progetto interno di tutela del clima con Gold Standard

Nell'ambito dell'invio «pro clima», la Posta punta ora sul suo progetto di tutela del clima «Elettricità ecologica direttamente dalle fattorie grazie a impianti a biogas», che nel 2016 è stato convalidato con successo da The Gold Standard Foundation.

In collaborazione con la cooperativa Ökostrom Schweiz e South Pole Group, la Posta ha sviluppato e finanziato il progetto di tutela del clima «Elettricità ecologica direttamente dalle fattorie grazie a impianti a biogas», nell'ambito del quale il metano generato dallo stoccaggio di letame e liquame viene raccolto all'interno di impianti a biogas di piccole e medie dimensioni a gestione familiare per ricavarne energia ecologica, sia

Come funziona l'invio «pro clima» a impatto climatico zero della Posta?

Uffici di verifica esterni indipendenti calcolano la quantità di CO₂ risparmiata grazie agli impianti a biogas. Per ogni tonnellata in meno vengono emessi certificati di riduzione delle emissioni di CO₂, che dopo essere stati acquistati dalla Posta vengono depennati dal registro internazionale e tolti dal mercato. In questi progetti viene risparmiata la stessa quantità di CO₂ causata dall'invio di lettere, pacchi e merci, e ciò consente di neutralizzare l'impatto climatico degli invii «pro clima». Grazie all'elevato livello di efficienza energetica già raggiunto nella logistica, per i clienti della Posta è sufficiente pagare a tal fine un supplemento «pro clima» di soli cinque centesimi per pacco. Inoltre la Posta spedisce a impatto climatico zero, accollandosi il pagamento dei supplementi, tutte le lettere indirizzate in Svizzera.

→ www.posta.ch/clima-neutrali



1_
Negli impianti a biogas di alcune fattorie svizzere si produce energia ecologica grazie al sostegno e cofinanziamento della Posta.

elettrica sia termica. La produzione ha luogo in tutte le regioni della Svizzera, per tenere in debita considerazione il decentramento e la creazione di valore nelle aree rurali.

Nel 2016 il progetto della Posta è stato convalidato da The Gold Standard Foundation, organismo di certificazione riconosciuto a livello mondiale con sede a Ginevra. Si tratta della prima volta per un progetto svizzero. Il Gold Standard viene assegnato unicamente a progetti in grado di ridurre in modo comprovato la produzione di gas serra comportando allo stesso tempo benefici sia per l'ambiente locale sia per l'interesse sociale della popolazione.

Ottimizzazione dal punto di vista ecologico

Cartone 100% riciclato per i PostPac

Un valido contributo alla protezione dell'ambiente arriva anche dai PostPac, che dal 2016 sono tutti PostPac Eco. Per tutte le dimensioni dei pratici imballaggi di spedizione riutilizzabili si utilizza ora cartone riciclato al 100%, prodotto in Svizzera con la compensazione delle emissioni di CO₂ generate in sede di fabbricazione.

1,0 milioni

di PostPac Eco venduti ogni anno, in cartone riciclato

Sviluppo dei fornitori

Veicoli a due piani: un investimento sostenibile

«C'è ancora spazio non utilizzato nell'autocarro!», faceva notare la Posta nel 2005 anche al partner di trasporto Dreier AG. Questo input della Posta ha dato il via a una valutazione congiunta di nuovi semirimorchi, per approdare infine nel mese di giugno 2006 all'acquisto dei primi veicoli a due piani. Ben presto i risparmi attesi sono diventati realtà: pur necessitando del 10% di carburante in più, una corsa con un peso complessivo di 40 tonnellate consente di trasportare 36 rollbox pieni di pacchi al posto di 24. In più, per ogni autoarticolato, si risparmiano ogni anno 35 tonnellate di CO₂. Alla luce di questo sviluppo positivo, nel 2016 la Posta ha ordinato 16 veicoli a due piani di ultima generazione. In totale sono attualmente in circolazione per la Posta 38 di questi veicoli, a riprova del fatto che la strategia della Posta improntata a uno sviluppo duraturo dei fornitori è valida e dà i suoi frutti.

” —
Cresciamo insieme ai nostri fornitori all'insegna della cooperazione e della sostenibilità.

Thomas J. Ernst
Responsabile Trasporti nazionali e acquisti PostLogistics



Abiti acquistati a condizioni eque

Un salario più elevato per le sarte

Per l'unità Acquisti della Posta, le catene di creazione del valore globalizzate, con numerosi subfornitori e diverse legislazioni locali sul lavoro, costituiscono una sfida crescente. L'unità affronta già dal 2006 con il suo codice sociale ed etico che prescrive per i fornitori una serie di requisiti minimi in materia di tutela delle persone e dell'ambiente. In qualità di membro della Fair Wear Foundation (FWF), si è inoltre impegnata ad applicare standard sociali rigorosi presso i produttori dei circa 300'000 capi d'abbigliamento acquistati ogni anno. Nell'estate 2016 la Posta è stata insignita per la terza volta dello status di «leader» dalla FWF; il rapporto elogia soprattutto i training per i fornitori e il modo in cui l'azienda assicura il rispetto dei diritti umani.

Per citare un esempio, nel 2016 la Posta ha sottoposto a verifica un fornitore di capi di abbigliamento dell'Europa dell'Est, il quale nel corso dell'audit ha reso noti i salari versati. Su questa base è stato allestito insieme alla Posta un piano di sviluppo con misure di miglioramento. Uno degli effetti è stato che il fornitore, grazie all'assegnazione di un incarico a lungo termine, è stato messo nelle condizioni di migliorare l'occupazione delle risorse. Grazie a questo impegno è stato possibile aumentare i salari delle sarte, che ora superano del 30% circa il salario minimo prescritto a norma di legge.



Axel Butterweck
Responsabile Corporate Procurement

Cosa intende la Posta per acquisti sostenibili?

Laddove possibile assicuriamo l'utilizzo di prodotti e servizi con un impatto limitato sulle persone e sull'ambiente: dalla produzione al riciclaggio, lungo l'intera catena di distribuzione.

Che cosa significa concretamente?

Ad esempio che i nostri fornitori di capi d'abbigliamento devono essere membri della Fair Wear Foundation, che pone requisiti particolarmente severi in fatto di sostenibilità sociale, che l'elettricità proviene interamente da energie rinnovabili e che già un terzo dei nostri veicoli circola con sistemi di propulsione alternativi.

Quali basi ha gettato la Posta?

Abbiamo stabilito che a partire dal 2017 dovranno essere inclusi criteri di sostenibilità in tutte le gare d'appalto pubbliche: il nostro contributo per la sostenibilità globale.

1_
Gli autocarri a due piani guidati per la Posta da Dreier AG consentono di risparmiare ogni anno circa 35 tonnellate di CO₂ a veicolo.

COLLABORATORI

Budget, tempistiche e obiettivi: con queste grandezze la Posta attua i progetti HR con agilità → [pag. 50](#). Ogni anno sono circa 700 gli apprendisti che danno il via alla propria formazione presso la Posta con un «Jump-in», come viene chiamata la settimana introduttiva → [pag. 51](#). Numero di infortuni in costante calo alla Posta grazie allo scambio di esperienze → [pag. 52](#). Ecco come le luci LED assicurano posti di lavoro sani e produttivi → [pag. 52](#). I collaboratori della Posta devono essere raggiungibili anche durante il tempo libero? Risponde Yves-André Jeandupeux, responsabile Personale → [pag. 52](#).



61'265

collaboratori, 7720 dei quali all'estero, contribuiscono con le proprie idee a plasmare l'azienda Posta.



143

nazioni garantiscono che alla Posta vi sia una cultura aziendale versatile.



Oltre 100

professioni diverse possono essere esercitate presso la Posta.



24%

è la percentuale di donne presenti nei **quadri inferiori e medi**.



2118

persone in formazione fanno un apprendistato presso la Posta, pari al 5,8% dell'organico.



1596

posti di lavoro offerti dalla Posta solo nel campo dell'**informatica**. L'azienda si classifica così come uno dei principali datori di lavoro nel settore.



Marcel Reinhard

Coach di progetto Progetti HR

La Posta punta sempre di più sull'agilità nella sua organizzazione. Per quale motivo?

La Posta è messa sotto forte pressione nei suoi mercati. Il contesto in cui opera si fa sempre più complesso. In una simile situazione procedure agili aiutano a mantenersi flessibili e ad agire rapidamente senza perdere di vista il risultato finale, risparmiando così anche tempo e denaro. Inoltre molti team auspicano una collaborazione più stretta, trasparente e interconnessa, che è esattamente quello che si ottiene con procedure agili.

In che modo la Posta metterà in atto questo cambiamento culturale?

Che si parli di lavoro agile, gestione agile o addirittura di organizzazione agile, alla fine è sempre una questione di atteggiamento delle persone. Presso HR noi cerchiamo in piccoli team di trasmettere e di applicare il più concretamente possibile i valori propri dell'agilità quali auto-organizzazione, senso di responsabilità, dinamismo e fiducia. Il nostro obiettivo è far sì che i collaboratori siano entusiasti di questa idea e in grado di trasmettere e di vivere questi valori nei rispettivi team.

Progetto HR Reclutamento

Centrare l'obiettivo con agilità

Efficienza, flessibilità, brevità: è con un modo di procedere agile che un team di progetto ha dato vita a una nuova immagine della Posta, datore di lavoro interessante. Come dimostrano i feedback positivi, la nuova procedura adottata dall'HR ha dato ottimi risultati.



In che modo la Posta può posizionarsi come datore di lavoro interessante sul mercato del lavoro? Come si possono impiegare i collaboratori in veste di ambasciatori attendibili del marchio? Erano queste le domande iniziali del progetto «Employer Branding», con cui la Posta ha completamente rielaborato la propria immagine di datore di lavoro sul proprio sito web, negli annunci iconografici e sui social media. Anche le modalità di svolgimento del progetto erano inedite per Progetti HR: «Al posto della classica gestione progetti con piani dettagliati e documentazioni, abbiamo puntato sull'agilità», afferma il coach e responsabile di progetto Marcel Reinhard. Il team di progetto ha elaborato gradualmente risultati parziali – ad esempio una nuova identità visiva e jobvideo per il reclutamento – per avviare subito dopo un dibattito sugli stessi. «Oltre a far risparmiare tempo, una procedura simile garantisce anche trasparenza, mostrando a mano a mano l'avanzamento del progetto. Questo incentiva enormemente la motivazione, l'interconnessione e la collaborazione di tutte le parti coinvolte», aggiunge Reinhard.

Lavoro di squadra alla pari

«In linea di principio constatiamo che le tematiche complesse vengono risolte con maggiore rapidità ed esiti qualitativamente migliori in team misti trasversali alle generazioni e alle unità», fa notare Reinhard. Così, anche in sede di

elaborazione della nuova immagine in materia di reclutamento, ognuno dei membri del team, dal quadro allo stagista, ha potuto esprimere le proprie opinioni e idee in un rapporto di parità. «Oltre a fornire tanta motivazione, ciò alimenta lo spirito di gruppo e un clima di fiducia. Con collaboratori motivati cresce anche l'efficienza, e alla fine i risultati positivi ottenuti vanno a vantaggio della nostra clientela».



Lavorare in modo agile: come funziona?

Diversamente dalla tradizionale gestione progetti, l'approccio agile definisce all'inizio solamente budget, tempistica e obiettivi. Piani e documentazioni di processo lasciano il passo a interazione e collaborazione. Il lavoro agile punta su un'elevata flessibilità e modifiche veloci. La pianificazione dettagliata iniziale viene sostituita da una pianificazione per piccole fasi e si incoraggia un'intesa rapida all'interno del team. Le esigenze che vengono poste successivamente, a lavori in corso, possono essere modificate in qualsiasi momento, a seconda delle necessità e delle priorità. Ognuno degli aspetti parziali viene affrontato separatamente e discusso con il committente nell'ambito di varie fasi intermedie, i cosiddetti sprint.



Formazione professionale

Dei circa 61'000 collaboratori della Posta, oltre 2000 sono apprendisti che seguono una formazione in 15 diverse professioni nei settori logistica, commercio al dettaglio, professioni commerciali e manutenzione; l'offerta comprende poi anche un Bachelor con integrazione pratica in informatica. Nell'estate 2016 hanno concluso con successo il proprio periodo di formazione 687 apprendisti, l'8,5% dei quali con una votazione complessiva pari o superiore a 5,3.

Settimana introduttiva per persone in formazione

«Jump-in»: l'inizio in giallo

Nell'estate 2016, 687 apprendisti hanno concluso con successo il loro periodo di formazione presso la Posta, mentre per altri 800 la nuova avventura è iniziata con il «Jump-in», la settimana introduttiva.

Una persona in formazione prova ad annodarsi la cravatta davanti allo specchio, mentre altre due si esercitano in un gioco di ruolo ad accogliere i clienti in modo corretto e con cortesia. Nell'aula accanto le nuove leve della Posta familiarizzano con un organigramma aziendale. Ecco una tipica istantanea del «Jump-in», la settimana introduttiva alla Posta che nell'estate 2016 ha segnato l'inizio del periodo di formazione per 800 ragazzi e ragazze presso dieci sedi dislocate in tutta la Svizzera.

sia informazioni sulla Posta, un'introduzione ai diritti e agli obblighi, tecniche di apprendimento e di lettura, pianificazione di budget e scadenze, movimento e tanto altro ancora. «Particolarmente preziosi sono poi i numerosi contatti che vengono allacciati, sia tra le persone in formazione sia con i formatori di apprendisti in azienda delle varie unità del gruppo che sono presenti», sottolinea Roland Scheidegger, che in veste di responsabile regionale della formazione professionale ha organizzato svariati Jump-in. Il feedback ricevuto ogni volta al termine di queste cinque intense giornate conferma come il «Jump-in» sia accolto benissimo: i commenti degli apprendisti spaziano tra «grandioso» e «semplicemente fantastico».



1_ Le persone in formazione sono entusiaste della settimana introduttiva «Jump-in» della Posta.

«I giovani che durante il Jump-in fanno insieme il proprio ingresso nel mondo del lavoro hanno un background estremamente eterogeneo», sottolinea Roland Scheidegger, responsabile della formazione di base Logistica. «Questo mix interprofessionale garantisce per tutti i partecipanti uno scambio vivace e un ampliamento degli orizzonti sui nostri prodotti, servizi e le modalità con cui si collabora presso la Posta». Nei cinque giorni in comune trovano spazio sia principi fondamentali quali l'approccio alla clientela

Pre tirocinio per rifugiati

Mettere piede nel mondo del lavoro

Seguire un pretirocinio migliorando in passande le proprie conoscenze linguistiche e colmando il divario con gli altri? Si tratta di un'opportunità straordinaria per i rifugiati e di una possibilità reale presso la Posta. Nel 2016 dieci rifugiati hanno iniziato un simile pretirocinio in logistica, con l'obiettivo di accedere nel 2017 al biennio di apprendistato CFP. Grazie a questo pretirocinio, svolto a Härkingen o a Mülligen nel centro pacchi e lettere, s'impara a conoscere tutti i rami della logistica presso la Posta. «Per molti rifugiati trovare un posto di lavoro in Svizzera rappresenta un'ardua difficoltà», afferma Maya Weber Hadorn, responsabile di progetto Formazione professionale presso la Posta. «I pretirocini consentono per lo meno ad alcuni di loro di mettere piede nel mondo del lavoro». Oltre a lavorare nel centro logistico, i rifugiati frequentano la scuola professionale, studiano il tedesco e ricevono una formazione scolastica generale.

Sicurezza sul lavoro

Infortunati in calo grazie alla condivisione delle esperienze

La Posta registra un calo del numero di infortuni. Per raggiungere questo risultato, negli ultimi anni il gruppo ha investito sistematicamente nella sicurezza sul posto di lavoro.

«La coscienza della sicurezza è notevolmente aumentata», constata Rolf Piana, responsabile Manutenzione presso PostMail. I suoi dipendenti riparano i guasti nei centri lettere, per lo più sotto pressione in termini di tempo, intervenendo quotidianamente su impianti meccanici, salgono su impalcature e devono muoversi tra i macchinari. È sufficiente un attimo di disattenzione per schiacciarsi un dito, battere la testa o slogarsi una caviglia.

Rischio d'infortunio in calo

Per prevenire infortuni di questo genere o anche più gravi, la Posta gestisce un'organizzazione di sicurezza con specialisti nonché una cosiddetta soluzione per gruppi di aziende, un sistema di gestione per la sicurezza sul posto di lavoro che nel 2016 è stato nuovamente certificato dalla Commissione federale di coordinamento per la sicurezza sul lavoro CFSL e che dà i suoi frutti: oggi giorno appena sei collaboratori su 100 sono a rischio di infortunarsi sul lavoro contro gli oltre sette del 2011.

Anche Rolf Piana e il suo team applicano le disposizioni della soluzione per gruppi di aziende. Alcune misure sono visibili a occhio nudo, come le piattaforme di lavoro fisse tra le macchine, posizionate dove in precedenza i manutentori erano costretti a salire su scale a pioli. Come spiega Piana, altre misure sono ancora più semplici, benché altrettanto efficaci: «Conserviamo i caschi direttamente nei luoghi d'impiego in cui è obbligatorio indossarli».

Imparare dagli incidenti

Molte misure vengono proposte dai collaboratori stessi: nessuno meglio di loro sa che cosa si può ottimizzare nel lavoro che svolgono tutti i giorni. Questo è un altro motivo per cui è assolutamente fondamentale innanzitutto sensibilizzare nei confronti dei pericoli. A tal fine le sezioni organizzano ad esempio dei corsi in collaborazione con la Suva. È inoltre opportuno che i collaboratori imparino l'uno dall'altro: tutti gli incidenti vengono registrati in una banca dati del gruppo e preparati per gli altri collaboratori, anche nel caso in cui si tratti solo di un infortunio mancato.



Yves-André Jeandupeux
Responsabile Personale
Membro della Direzione del gruppo

I collaboratori della Posta devono essere raggiungibili anche nel loro tempo libero?

No. Alla Posta vige il principio: «Il tuo tempo libero ti appartiene». Al di fuori dell'orario di lavoro i nostri collaboratori devono poter staccare la spina e riposarsi. Tuttavia in singoli casi può succedere che qualcuno debba essere o decida di essere raggiungibile anche dopo il lavoro.

Chi decide riguardo a tale reperibilità?

Il collaboratore o la collaboratrice insieme al rispettivo superiore. Invitiamo anche i team a discutere il tema della reperibilità, riflettendo ad esempio sulle aspettative del datore di lavoro o degli altri membri del team.

Questa regola funziona?

Sì, le esperienze maturate con questo approccio improntato al senso di responsabilità personale sono positive, in quanto rende possibili soluzioni individuali. Bisogna tenere conto sia delle esigenze professionali sia di quelle private.

Progetto di ricerca sull'illuminazione

LED per posti di lavoro sani e produttivi

A fine 2016 la Posta ha dato il via nel Centro lettere Härkingen a un progetto di ricerca finalizzato a ottimizzare le condizioni di illuminazione. In collaborazione con la scuola universitaria di Lucerna, la Suva e la SECO, si intende studiare meglio gli effetti biologici della luce LED per aumentare il benessere generale dei collaboratori, la sicurezza sul lavoro, la salute e la produttività. Le conoscenze acquisite a Härkingen

saranno poi adattate in tutti i centri. Anche l'ambiente trarrà enormi benefici da questa misura: nei tre centri lettere, infatti, ogni anno sarà possibile ridurre il consumo energetico di 6,7 milioni di kilowattora e le emissioni di CO₂ di 900 tonnellate.

4200 luci LED

disposte lungo 7 km di guide forniscono un'illuminazione ottimale a Härkingen.

CORPORATE GOVERNANCE

Il Consiglio di amministrazione della Posta ha la responsabilità di far rispettare le norme e prescrizioni rilevanti all'interno del gruppo. Per assicurarsi che tutti sappiano come comportarsi, la Posta dispone di un moderno sistema di compliance → [pag. 54](#). Nel fissare le indennità della Direzione del gruppo, il Consiglio di amministrazione tiene conto del rischio imprenditoriale → [pag. 56](#). Le remunerazioni percepite nel 2016 dai membri del Consiglio di amministrazione e della Direzione del gruppo per il loro rendimento → [pag. 58](#).

Maggiori informazioni sul tema della Corporate Governance da pag. 63 del Rapporto finanziario



45%

è la **componente massima legata al rendimento nella remunerazione** dei membri della Direzione del gruppo.



33%

dei membri del Consiglio di amministrazione sono **donne**.

Gestione aziendale strategica

Compliance: linee guida ad hoc per la Posta

Il Consiglio di amministrazione della Posta ha la responsabilità di far rispettare le norme e prescrizioni rilevanti all'interno del gruppo. Per assicurarsi che tutti sappiano come comportarsi, la Posta dispone di un moderno sistema di compliance.

La compliance, ovvero il rispetto di norme e prescrizioni, deve essere strutturata in modo da evitare, nel limite del possibile, comportamenti illeciti mediante l'adozione di misure preventive. In tale ottica il Consiglio di amministrazione si attiene a una compliance moderna, efficace e su misura per la Posta, che richiede la presenza di un sistema funzionante a livello aziendale per impedire violazioni etiche e normative nonché lo svolgimento di controlli sistematici volti a garantire il rispetto delle regole.

Un'organizzazione semplice ed efficiente

Al fine di creare le premesse per un'organizzazione semplice ed efficiente, la Direzione del gruppo ha istituito la commissione tecnica Compliance in cui sono rappresentate tutte le unità del gruppo. Tale organo adotta le misure necessarie per gli ambiti di sua competenza, emana le direttive tecniche in materia e assicura la comunicazione, la formazione e il controllo.

Definizione e considerazione adeguata dei temi

Le attività commerciali che la Posta svolge in quattro diversi mercati comportano una molteplicità di temi giuridici a cui prestare attenzione, con diversi requisiti in termini di compliance. Anche la rispettiva attività e le dimensioni dell'unità responsabile devono essere opportunamente considerate. Tutti i temi giuridici rilevanti per la Posta sono illustrati nel quadro di compliance. Attraverso un'analisi del rischio si individuano i temi centrali e si compone il portafoglio di compliance.



Programmi per i temi principali

Nei programmi di compliance si definiscono le misure necessarie per ciascuno dei temi chiave, al fine di minimizzare in via preventiva i rischi di violazione delle norme e delle prescrizioni. Le misure vengono verificate regolarmente e, se necessario, adeguate. Attualmente la Posta elabora cinque temi principali:

- diritto in materia di acquisti pubblici
- anticorruzione
- protezione dei dati e delle informazioni
- diritto sui cartelli
- diritto postale

„ —
Una buona compliance deve tenere conto delle specificità dell'azienda ed essere tagliata su misura per quest'ultima.

Urs Schwaller
Presidente del Consiglio di amministrazione

Punti chiave della compliance

Presupposto per il successo aziendale

Le disposizioni sono descritte in modo chiaro e trasparente? I collaboratori comprendono le misure e si comportano di conseguenza? I quadri credono alla relazione tra una compliance efficace e il successo aziendale? Per il gruppo misto Posta, la sfida maggiore a livello di compliance consiste nel definire e integrare le misure giuste per ciascuna unità, applicando una procedura e dei requisiti che sono, invece, identici per tutte le unità.

Comunicazione e formazione

Fondamentale per il buon funzionamento del sistema di gestione della compliance è la definizione di misure comunicative e di formazione chiare create ad hoc.

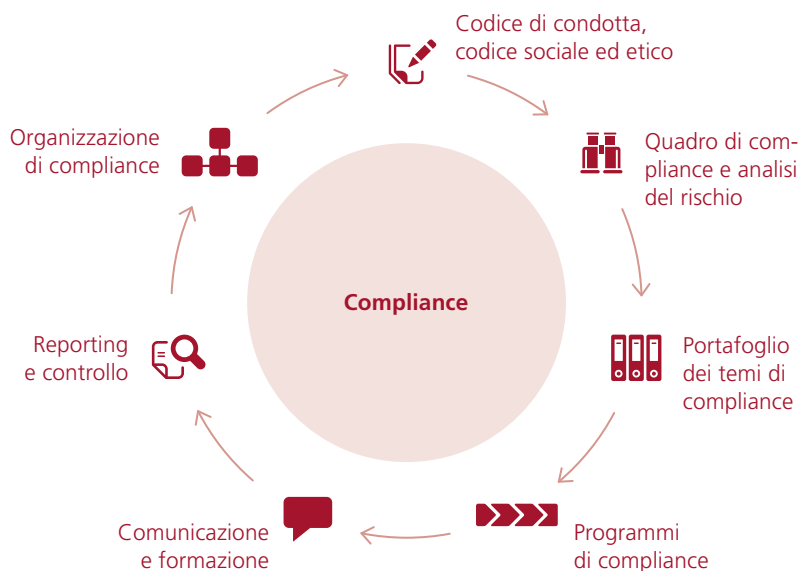
Incentivi e sanzioni

L'organizzazione del lavoro e la gestione del personale promuovono una condotta in piena sintonia con una compliance ottimale. La Posta punisce eventuali violazioni di disposizioni di compliance con provvedimenti disciplinari appositi e basati sul diritto del lavoro.

Reporting e controllo

L'efficacia del sistema di gestione della compliance e il rispetto delle disposizioni vengono verificati regolarmente. Il Consiglio di amministrazione richiede un rapporto semestrale in merito. Il presidente della commissione tecnica Compliance può appellarsi in qualsiasi momento al presidente della commissione del Consiglio di amministrazione Audit, Risk & Compliance.

Una buona compliance si basa su una regolamentazione chiara delle competenze.





Daniel
Landolf

Hansruedi
Köng

Dieter
Bambauer

Jörg
Vollmer

Susanne
Ruoff

Alex
Glanzmann

Politica delle indennità

Procedura di definizione delle indennità

Nel fissare le indennità della Direzione del gruppo, il Consiglio di amministrazione tiene conto del rischio imprenditoriale, delle dimensioni del settore di responsabilità e dell'Ordinanza sulla retribuzione dei quadri della Confederazione. Il Consiglio di amministrazione ha fissato la remunerazione e le prestazioni accessorie dei suoi membri nel Regolamento sulle indennità CdA.

La retribuzione dei membri della Direzione del gruppo comprende un salario di base fisso e una percentuale variabile legata al rendimento. Quest'ultima ammonta al massimo al 45% del salario di base lordo annuo (al massimo al 55% per la direttrice generale). Per il gruppo la percentuale variabile dipende dall'economic value added (28%) e dalla soddisfazione della clientela nei confronti del gruppo (12%), mentre per le unità del gruppo si distingue tra parametri qualitativi (20%) e indici finanziari (20%), come l'EBIT. Per PostFinance SA, invece dell'EBIT si considera il rendimento del capitale proprio.

Per il calcolo della componente salariale variabile a livello di gruppo e unità può essere prevista, a seconda del grado di raggiungimento degli obiettivi, anche l'applicazione di un malus, che non può superare la metà della quota variabile massima.

Per tutti e tre i livelli di prestazioni (gruppo, unità del gruppo e rendimento individuale) si calcola se è stato raggiunto il valore soglia per una componente variabile. Quest'ultima viene corrisposta soltanto se tale valore viene raggiunto. Al di sotto della soglia per la componente variabile della remunerazione vi è l'area malus: in presenza di un malus, la componente variabile si riduce di conseguenza. Un terzo della componente variabile effettiva è contabilizzata su un conto previsto specificatamente per la remunerazione variabile. A partire dal terzo anno un terzo del saldo viene versato da questo conto. I restanti due terzi della componente salariale variabile sono versati direttamente. Se la componente variabile effettiva risulta negativa a causa della regola del malus, l'importo negativo è contabilizzato sul conto per la retribuzione variabile, riducendone di conseguenza il saldo.



Ulrich Hurni

Yves-André Jeandupeux

Thomas Baur

La retribuzione dei membri della Direzione del gruppo comprende un salario di base fisso e una percentuale variabile legata al rendimento.

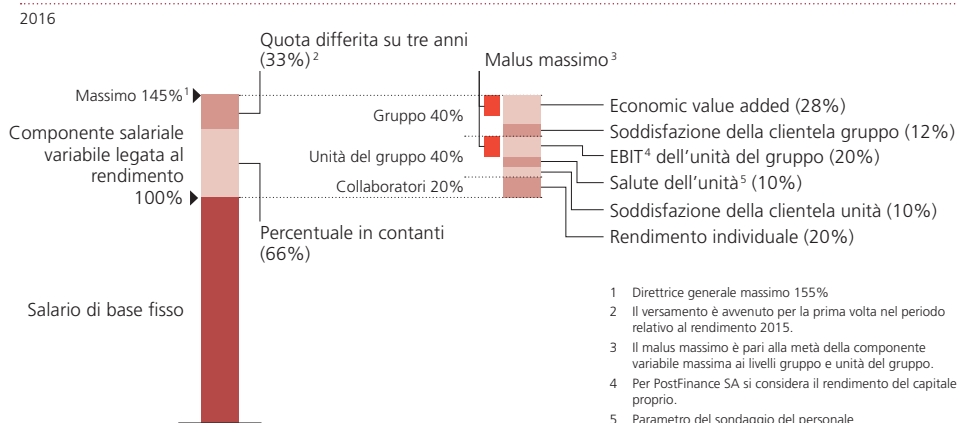
I membri della Direzione del gruppo hanno diritto inoltre a un abbonamento generale di prima classe, a un veicolo aziendale, a un telefono cellulare, a un tablet e a un forfait mensile per le spese. La Posta paga inoltre i premi delle loro assicurazioni di rischio. Nel caso di un rendimento personale di particolare rilevanza è possibile corrispondere premi di rendimento individuali.

Nell'anno in esame né membri della Direzione del gruppo né persone a loro vicine hanno ricevuto altri onorari, accrediti, garanzie, anticipi, crediti, prestiti o prestazioni in natura.

Il salario di base e la componente legata al rendimento dei membri della Direzione del gruppo

sono assicurati come segue: fino a un massimale consentito di 338'400 franchi presso la Cassa pensioni Posta (primato dei contribuiti), il reddito eccedente presso un'assicurazione per i quadri (primato dei contribuiti). Il datore di lavoro partecipa per oltre la metà al versamento dei contributi per la previdenza professionale. I contratti di lavoro si basano sulle disposizioni del Codice delle obbligazioni. Dal 1° luglio 2010 il termine di preavviso per i membri della Direzione del gruppo in caso di cessazione del rapporto di lavoro è di sei mesi. Per i membri entrati in carica prima di tale data resta valido il precedente termine di dodici mesi. Non sussiste alcun accordo relativo a eventuali indennità di buonuscita.

Direzione del gruppo | Composizione della remunerazione



Philippe
MillietMarco
DurrerMyriam
MeyerSusanne
BlankAdriano P.
VassalliNadja
LangUrs
Schwaller

 Indennità 2016

Indennità al Consiglio di amministrazione e alla Direzione del gruppo

Nel 2016 i dieci membri del Consiglio di amministrazione hanno ricevuto remunerazioni (onorari e prestazioni accessorie) per un totale di 1'031'625 franchi. Le prestazioni accessorie per un totale di 246'625 franchi sono state incluse nelle indennità complessive. Nell'anno in esame l'onorario percepito dai presidenti del CdA è stato complessivamente di 225'000 franchi. Le prestazioni accessorie sono state pari a 28'025 franchi.

Nel 2016 tutti i membri della Direzione del gruppo, che nell'anno in esame hanno avuto diritto a indennità, e la direttrice generale hanno ricevuto remunerazioni per un totale di 5'288'940 franchi. Le prestazioni accessorie

pari a 337'168 franchi sono state incluse nella remunerazione complessiva. La componente legata al rendimento effettivamente pagabile ai membri della Direzione del gruppo nel 2017, calcolata sulla base degli obiettivi raggiunti nel 2015 e 2016 e che comprende la quota versata in forma di pagamento differito, è pari a 1'347'018 franchi.

Lo stipendio di base della direttrice generale è stato complessivamente di 610'000 franchi. La componente legata al rendimento versata in aggiunta è stata pari a 316'838 franchi, di cui 104'355 franchi versati dal conto per la remunerazione variabile.



Andreas Schläpfer

Kerstin Büchel
Segretaria generale

Michel Gobet

Indennità	
CHF	2016
Presidente del Consiglio di amministrazione (2)	
Onorario	225'000
Prestazioni accessorie	
forfait spese e costi di rappresentanza	22'500
abbonamento generale di 1ª classe	5'525
Indennità complessive	253'025
Altri membri del Consiglio di amministrazione (8)	
Onorario	560'000
Prestazioni accessorie	
forfait spese e costi di rappresentanza	72'200
altre prestazioni accessorie	146'400
Indennità complessive	778'600
Totale Consiglio di amministrazione (10)	
Onorario	785'000
Prestazioni accessorie	246'625
Indennità complessive	1'031'625
Direttrice generale	
Salario di base fisso	610'000
Componente legata al rendimento (da versare nel 2016)	
componente salariale variabile	212'483
pagamenti dal conto per la remunerazione variabile ¹	104'355
Prestazioni accessorie	
forfait spese e costi di rappresentanza	30'000
altre prestazioni accessorie ²	17'340
altri pagamenti ³	–
Remunerazione complessiva	974'178
Altri membri della Direzione del gruppo (9)⁴	
Salario di base fisso	2'677'916
Componente legata al rendimento (da versare nel 2016)	
componente salariale variabile	893'405
pagamenti dal conto per la remunerazione variabile ¹	453'613
Prestazioni accessorie	
forfait spese e costi di rappresentanza	140'800
altre prestazioni accessorie ²	149'028
altri pagamenti ³	–
Remunerazione complessiva	4'314'762
Totale Direzione del gruppo (10)⁵	
Salario di base fisso e componente legata al rendimento	4'951'772
Prestazioni accessorie	337'168
Remunerazione complessiva	5'288'940

1 Per l'anno di esercizio 2016, la direttrice generale e sei dei restanti membri della Direzione del gruppo ricevono un versamento dal loro conto per la remunerazione variabile.

2 Le altre prestazioni accessorie includono: abbonamento generale di 1ª classe, veicolo aziendale, telefono cellulare, tablet e premi delle assicurazioni di rischio.

3 Non sussiste alcun accordo relativo a eventuali indennità di buonuscita.

4 Sette membri attivi e due membri che si sono dimessi dall'incarico nel 2016

5 Compresi i membri che hanno rassegnato le dimissioni nel 2016. A seguito di queste variazioni dell'organico, la remunerazione complessiva non è direttamente comparabile con quella dell'esercizio precedente.

 Informazioni sul rendiconto

Struttura del rendiconto annuale

Il rendiconto annuale 2016 della Posta comprende i seguenti documenti:

- Rapporto di gestione della Posta
- Rapporto finanziario della Posta (relazione annuale, Corporate Governance e chiusura annuale del gruppo, de La Posta Svizzera SA e di PostFinance SA)
- Rapporto di gestione PostFinance SA
- Rapporto d'attività AutoPostale Svizzera SA
- cifre relative al Rapporto di gestione
- rapporto GRI (rapporto in base alle direttive della Global Reporting Initiative)

I documenti del rendiconto annuale possono essere consultati online e scaricati all'indirizzo www.posta.ch/rapportodigestione. Il Rapporto di gestione e il Rapporto finanziario de La Posta Svizzera SA, il Rapporto di gestione di PostFinance SA e il Rapporto d'attività di AutoPostale Svizzera SA sono inoltre disponibili in formato cartaceo.

Lingue

Il Rapporto di gestione e il Rapporto finanziario della Posta sono pubblicati in tedesco, inglese, francese e italiano. Fa fede la versione in lingua tedesca.

Ordinazione

I rapporti possono essere ordinati su www.posta.ch/rapportodigestione. I collaboratori della Posta possono ordinarne copie tramite i canali abitualmente utilizzati per l'ordinazione di stampati.

 Colophon

Editrice e ufficio di contatto

La Posta Svizzera SA
Wankdorffallee 4
Casella postale
3030 Berna
Svizzera

N. tel. +41 58 338 11 11
Contatto per i media +41 58 338 13 07
www.posta.ch

Concezione e gestione del progetto

Muriel Baeriswyl, Comunicazione Posta, Berna
Annick Chevillat, Comunicazione Posta, Berna
Dr. Andreas Sturm, Sturm Consulting, Riehen

Testi

Finanze Posta, Berna
Sandra Schindler, Mareike Fischer, Tobias Habegger,
Andreas Schmidt, Markus Tschannen, Beat Büchler,
Klarkom AG, Berna

Diagrammi

Finanze Posta, Berna
Dr. Andreas Sturm, Sturm Consulting, Riehen

Fotografie

Simon Opladen, Berna, Marc Wetli, Zurigo,
Zishaan Akbar Latif (pag. 28) e varie fonti

Layout e composizione

Walter Stähli e Franck Schirmer,
phorbis Communications AG, Basilea

Revisione e traduzioni

Servizio linguistico Posta, Berna

Tipografia

Stämpfli AG, Berna

Numero ISSN 1661-9501



No. 01-16-468983 – www.myclimate.org
© myclimate – The Climate Protection Partnership



RICICLATO
Carta prodotta da
materiale riciclato
FSC® C005019

Sulla carta

Il presente Rapporto di gestione è stato stampato a impatto climatico zero su carta riciclata certificata FSC® 100% senza sbiancanti ottici. La carta RecyStar Polar è stata premiata con l'etichetta ecologica Blauer Engel, assegnata a prodotti particolarmente rispettosi dell'ambiente (www.blauer-engel.de). Dispone inoltre dell'etichetta ecologica dell'UE (www.ecolabel.eu) ed è certificata FSC® (www.fsc.org).

Cifre degli ultimi cinque anni

		2012	2013	2014	2015	2016
Risultato						
Ricavi d'esercizio	mln di CHF	8'576	8'575	8'371	8'224	8'188
conseguiti sul libero mercato	% dei ricavi d'esercizio	84,1	85,6	85,7	85,1	85,8
conseguiti all'estero	% dei ricavi d'esercizio	12,0	13,2	14,6	14,0	13,7
Risultato d'esercizio	mln di CHF	860	911	803	823	704
conseguito sul libero mercato ¹	% del risultato d'esercizio	88,0	95,5	85,5	87,0	93,5
conseguito all'estero	% del risultato d'esercizio	4,1	5,2	9,0	6,9	9,1
Utile del gruppo	mln di CHF	772	626	638	645	558
Capitale proprio	mln di CHF	3'145	5'637	5'010	4'385	4'881
Creazione di valore						
Valore aggiunto aziendale	mln di CHF	269	125	207	169	121
Creazione di valore aggiunto	mln di CHF	5'314	5'328	5'220	5'193	5'145
per i collaboratori	mln di CHF	4'161	4'131	4'108	4'074	4'034
per gli investitori	mln di CHF	82	93	57	69	64
per l'amministrazione pubblica	mln di CHF	34	94	79	94	118
per la proprietaria	mln di CHF	200	180	200	200	200
per l'azienda	mln di CHF	837	830	776	756	729
Impieghi						
Organico (senza personale in formazione)	unità di personale	44'605	44'105	44'681	44'131	43'485
Personale in formazione in Svizzera	persone	2'015	2'024	2'035	2'077	2'118
Impieghi nelle regioni periferiche	persone	20'172	19'494	19'106	18'633	18'176
Tasso di fluttuazione (partenze volontarie)	in % dell'organico medio	3,7	3,6	4,1	3,8	4,0
Licenziamenti dettati da motivi economici	persone	315	180	168	78	84
Rapporti d'impiego, salari e indennità						
Assunzione in base al CCL Posta	unità di personale in %	62,7	62,8	61,1	61,5	53,8
Salario minimo CCL Posta	CHF all'anno	45'047	45'047	47'620	47'620	47'620
Salario medio dei collaboratori	CHF all'anno	82'554	82'695	83'039	83'472	82'231
Remunerazione media dei membri della Direzione del gruppo	CHF all'anno	515'441	499'281	477'719	591'574	588'377
Forbice salariale ²	fattore	6,2	6,0	5,8	7,1	7,2
Gestione della salute						
Infortuni professionali	quantità ogni 100 unità di personale	7,2	6,6	5,9	6,1	5,9
Giorni di assenza dovuti a malattie e infortuni	giorni per collaboratore	11,0	11,6	11,8	12,4	12,5
Diversità						
Donne	% di persone	48,4	48,5	48,7	48,4	48,1
Nazioni rappresentate	quantità	140	144	142	142	143
Donne nel Consiglio di amministrazione	%	22,2	22,2	33,3	33,3	33,3
Donne nella Direzione del gruppo	%	11,1	12,5	12,5	12,1	11,1
Donne nei quadri superiori	%	8,0	9,3	11,0	12,3	12,3
Donne nei quadri medi e inferiori	%	23,0	23,7	23,6	23,4	24,2
Demografia						
Età media del personale	anni	44,7	44,8	45,1	45,3	45,6
Consumo di risorse						
Fabbisogno energetico	gigajoule	4'053'768	4'075'670	4'063'574	4'067'287	4'143'240
fabbisogno energetico all'interno della Posta	gigajoule	3'232'405	3'205'634	3'223'276	3'210'571	3'261'864
da fonti rinnovabili	%	20,0	19,0	21,0	21,0	21,0
fabbisogno energetico all'esterno della Posta	gigajoule	821'363	870'035	840'297	856'716	881'376
Impatto climatico (margine 1-3)						
Impatto climatico	t di CO ₂ equivalenti	466'169	437'043	429'703	428'807	434'868
Aumento dell'efficienza di CO ₂ dal 2010 ³	%	2,6	9,8	12,0	13,4	16,0

1 I valori del 2012 non sono confrontabili con quelli dal 2013 al 2016 (nuova legislazione postale a partire dal 2013).

2 Fattore = retribuzione media dei membri della Direzione del gruppo rispetto al salario medio dei collaboratori

3 L'aumento di efficienza di CO₂ è misurato come variazione dell'equivalente di CO₂ per servizio di base nell'anno di esercizio rispetto all'anno di riferimento. Il servizio di base è definito secondo l'unità (invio, transazione, passeggeri-chilometro, chilometro, unità di personale ecc.).

071.44 (238268) IT 04.2017

La Posta Svizzera SA
Wankdorfallee 4
Casella postale
3030 Berna
Svizzera

N. tel. +41 58 338 11 11
www.posta.ch

LA POSTA 