

20 22

**Sviluppiamo oggi
il servizio pubblico
di domani**

Rapporto annuale
2022

LA POSTA 

Sviluppiamo oggi il servizio pubblico di domani

Centralità del cliente, affidabilità, impegno



6859 mln

di franchi sono i **ricavi d'esercizio**, in calo dello 0,3% rispetto all'anno precedente.



1745 mln

di **lettere** sono state recapitate dalla Posta in Svizzera, ovvero il 3,7% in meno rispetto all'anno precedente.



105 mld

di franchi è la giacenza media del **patrimonio clienti** presso **PostFinance**, in calo del 5,5%.



76 punti

La **soddisfazione della clientela** è elevata e si attesta a 76 punti (scala 0-100).



295 mln

di franchi è l'importo a cui ammonta l'**utile del gruppo**, sceso di 157 milioni rispetto al valore normalizzato¹ dell'anno precedente.



194 mln

è il numero di **pacchi** consegnati dalla Posta in Svizzera, ovvero il 4% in meno rispetto all'anno precedente.



156 mln

è il numero di **passaggeri** trasportati da AutoPostale, ovvero il 15,5% in più dell'anno precedente.



circa il **60%**

dei **veicoli** nel **recapito** è dotato di **motori alternativi**.

Prefazione	2
Eventi importanti	4
Consiglio di amministrazione e Direzione del gruppo	6
Risultato operativo	8
Risultato finanziario	11
Risultati non finanziari	12
Strategia	14
Intervista a Christian Levrat e Roberto Cirillo	16
La Posta di domani	20
Mercati	24
Logistica	26
Comunicazione	34
Rete	40
Mobilità	44
Servizi finanziari	48
Personale	52
Impegno a tutto tondo per una Svizzera forte e moderna	60
Cifre degli ultimi cinque anni	71

Il presente Rapporto annuale è completato da un **Rapporto finanziario** (relazione annuale, Corporate Governance e chiusura annuale) a parte, da **cifre complete relative al Rapporto di gestione** e dall'**«indice Global Reporting Initiative»**. Informazioni per richiedere tali documenti sono disponibili a → pag. 70. Questi documenti possono essere consultati in formato elettronico all'indirizzo → rapportodigestione.posta.ch.

¹ Il valore è stato rettificato (cfr. Rapporto finanziario 2022, allegato alla chiusura annuale del gruppo, punto 2.2, Adeguamento della presentazione dei conti)

La Posta:
un esempio
di sostenibilità
per il clima



LA POSTA 

La Posta in cifre

6859 mln
di franchi di ricavi
d'esercizio

295 mln
di franchi di utile
del gruppo

47'318
collaboratrici e
collaboratori in
tutto il mondo, di cui
il 98% in Svizzera

Su circa
110
persone occupate in
Svizzera, una lavora
alla Posta.

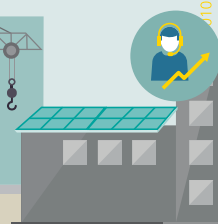
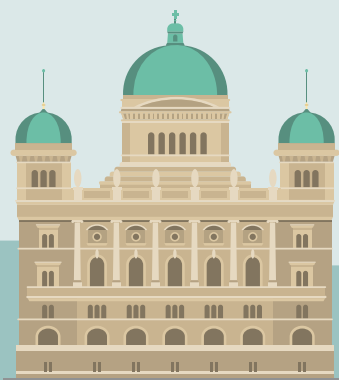
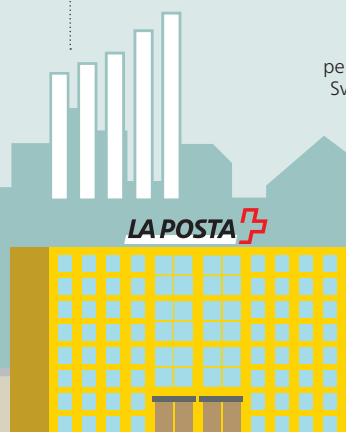
250 mln
di franchi di tasse e
imposte pagate ogni
anno dalla Posta

Più di
1,5 mld
di franchi versati dalla Posta alla
Confederazione sotto forma di
dividendi negli ultimi dieci anni

Circa
46'500
persone lavorano alla Posta
in tutti i Cantoni e in 833 dei
2148 comuni della Svizzera.

478 mln
di franchi
di investimenti

8500
richieste al servizio
clienti al giorno



1839
persone in
formazione

22%
di donne nelle
posizioni di quadro



Circa
1200
impieghi a tempo
pieno nel settore
informatico



85
punti (scala 0-100)
«Riconosco il senso
del mio lavoro»

Quasi un franco ogni
120
di PIL (Svizzera)
è generato,
direttamente o
indirettamente,
dalla Posta.

Circa
3,1 mld
di franchi spesi
dalla Posta per
acquisti di merci
e servizi da fornitori
in Svizzera



4 mln
di economie domestiche
servite ogni giorno dalla Posta



1254
filiali in partenariato

134 mln
di chilometri
percorsi in un anno
(AutoPostale)

14'306
bucche delle lettere



2279
veicoli (AutoPostale), di
cui 60 dotati di motori
ibridi o alternativi

578
comuni collegati alla
rete dei trasporti
pubblici svizzeri solo
tramite AutoPostale



156 mln
di passeggeri
(AutoPostale)



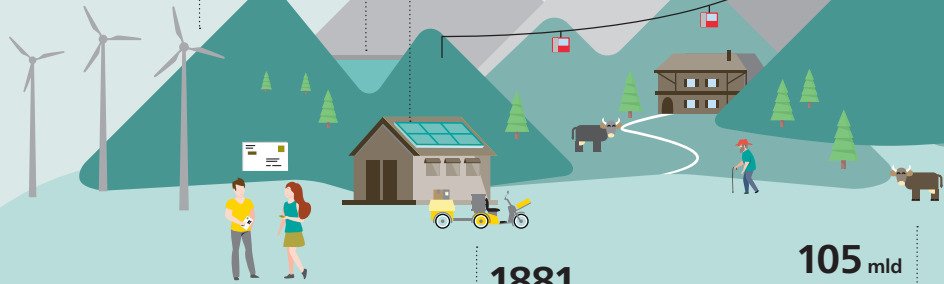
210
punti clienti
commerciali



Circa
1 mln
di contatti diretti
con la clientela al
giorno

100%
di corrente da fonti
rinnovabili

300'000
nuovi utenti IncaMail
nel 2022



1881
località con
servizio a domicilio

105 mld
di franchi di
patrimonio clienti
(PostFinance)

773
filiali gestite in proprio

01011010101010101010110
1110100001010101010101010
1101010000010101101010101
011101010101011101010010
1010101010100001010101010



58,4%
di superfici immo-
biliari di proprietà
riscaldate con
energie rinnovabili

Presso
554
punti My Post Service
è possibile ritirare e
spedire pacchi in modo
flessibile.

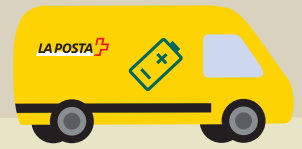
1,9 mln
di clienti hanno un
accesso a e-finance.

64'000
persone registrate
all'app ePost

3,4 mln
di utenti si affidano alla
soluzione di login SwissID.

3,9 mln
di conti clienti
(PostFinance)

3400
hacker hanno cercato
di violare il sistema di
voto elettronico della
Posta lanciando quasi
70'000 attacchi.



Oltre
25'000
veicoli gestiti, interni ed esterni,
di cui oltre 7000 elettrici, la più
grande flotta di questo tipo in
Svizzera (Post Company Cars)

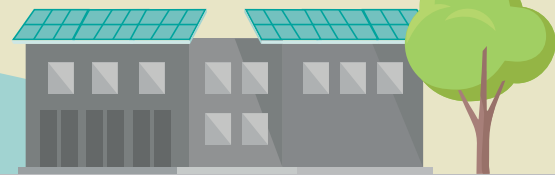
Circa il
60%
dei veicoli nel recapito
(6371 mezzi a due, tre e
quattro ruote) è dotato
di motori alternativi.

1745 mln
di lettere

1332 mln
di invii non indirizzati

194 mln
di pacchi

100%
di invii trasportati
compensando le emissioni
di CO₂ prodotte



867
Postomat

248'687
caselle postali

225
sportelli automatici
My Post 24

76 punti
su 100 nella
soddisfazione
della clientela

31
impianti fotovoltaici
67'992 m²
di superficie di pannelli
10,9 GWh
di energia solare in un anno

Prefazione



Christian Levrat
Presidente del Consiglio di amministrazione



Roberto Cirillo
Direttore generale



**La Posta è e resta un'azienda
del servizio pubblico in grado di
erogare prestazioni che vanno ben
oltre quelle previste dal classico
servizio universale.**

Christian Levrat
Presidente del Consiglio di amministrazione

Gentili Signore e Signori,

ripensando a questi primi due anni del quadriennio strategico in corso, possiamo affermare con soddisfazione che grazie alla Posta di domani abbiamo creato i giusti presupposti per proseguire sul percorso tracciato, dando alla politica il tempo di definire il servizio pubblico del futuro. La nostra è e resta un'azienda del servizio pubblico che eroga alla Svizzera, ai suoi abitanti e alle imprese e organizzazioni che qui hanno sede, prestazioni che vanno ben oltre quelle previste dal classico servizio universale. A causa della situazione geopolitica e del contesto macroeconomico, anche nel 2022 abbiamo tuttavia dovuto affrontare sfide imprevedute, che ci accompagneranno anche nei prossimi mesi e che potrebbero generare impatti ben più significativi sulla Posta e sul sistema economico complessivo del paese. Ma noi abbiamo dimostrato che sulla nostra azienda si può fare affidamento. Ogni singola collaboratrice e ogni singolo collaboratore ha agito con senso di responsabilità e in modo solidale per garantire appieno l'erogazione del servizio pubblico alla popolazione e all'economia svizzera.

Grazie ai risultati positivi dei primi due anni di attuazione della strategia, la Posta continua a godere di buona salute dal punto di vista finanziario. L'azienda ha iniziato a ridurre la propria dipendenza dal mercato in rapida contrazione delle lettere ed è in grado di rispondere a nuove esigenze nell'ambito della logistica e della comunicazione digitale. Anche nel prossimo biennio sarà fondamentale trovare il giusto equilibrio tra investimenti, crescita, adeguamenti tariffari e incrementi dell'efficienza, operando sempre in linea con la strategia. Gli investimenti continueranno a essere destinati in prevalenza a garantire infrastrutture moderne per la logistica e a po-

tenziare le nostre competenze nel campo della digitalizzazione dei servizi. Tale crescita, che avverrà quanto più possibile in modo organico ovvero dall'interno della Posta, sarà integrata, laddove opportuno e necessario, con acquisizioni e rilevamenti di aziende esterne, accuratamente selezionate, e investimenti mirati che si concentreranno prevalentemente sui due mercati chiave della logistica e della comunicazione.

Offrendo prestazioni di altissimo livello nel comparto delle lettere e dei pacchi e potendo contare sulla rete di punti di accesso postali più capillare d'Europa, rendiamo fruibile la nostra offerta per l'intera popolazione, sempre e ovunque, ribadendo la nostra volontà di essere al servizio del paese. Una conferma in tal senso viene anche dall'Unione postale universale che, per la sesta volta consecutiva, ha premiato la nostra eccellenza nel confronto internazionale.

Rinnovando con convinzione il nostro impegno a favore di una Posta sostenibile che guarda al futuro, lavoriamo per rafforzare la competitività dell'economia elvetica e migliorare la qualità di vita nel paese, fornendo il nostro contributo alla creazione di una Svizzera moderna.

A nome del Consiglio di amministrazione e della Direzione del gruppo ringraziamo in modo particolarmente speciale il nostro personale per le prestazioni senza pari fornite durante il 2022 e, al contempo, esprimiamo la nostra gratitudine nei confronti della clientela per la fiducia riposta in noi.



La Posta lavora per rafforzare la competitività e migliorare la qualità della vita in Svizzera.

Roberto Cirillo
Direttore generale

Christian Levrat
Presidente del Consiglio di amministrazione

Roberto Cirillo
Direttore generale

Eventi importanti 2022

Logistica

Più capacità di spartizione grazie ai nuovi centri pacchi

La Posta ha aperto in tempi record due nuovi centri pacchi regionali, uno a Rümlang (ZH) e l'altro a Buchs (AG), che garantiscono una lavorazione più rapida ed ecologica. Da qui al 2030 l'azienda intende investire circa 1,5 miliardi di franchi nell'infrastruttura di spartizione e recapito per assicurare alla popolazione e alle imprese in Svizzera un servizio pubblico di qualità adeguato alle loro esigenze.

→ Pag. 27



Logistica

Logistica di magazzino: al via i lavori a Villmergen

La Posta investirà circa 137 milioni di franchi in quello che al momento è il suo principale cantiere. L'obiettivo: portare a 57'000 m² la superficie del centro logistico di Villmergen (AG) grazie all'aggiunta di fabbricati su più piani e ampliare l'area di stoccaggio altamente automatizzata. Il tutto per rispondere alla crescente richiesta di soluzioni logistiche a 360° per clienti commerciali.

→ Pag. 31

Comunicazione

Una comunicazione digitale sicura firmata Unblu

Acquisendo la partecipazione di maggioranza nell'azienda di software svizzera unblu inc., la Posta assiste in modo ancor più efficace le imprese elvetiche nella transizione digitale e mette a loro disposizione una piattaforma per lo scambio rapido, diretto e sicuro con i clienti e l'invio a prova di intrusione di informazioni sensibili.

→ Pag. 35

Comunicazione

Soluzioni di digitalizzazione per la Svizzera romanda

La Posta consolida la propria offerta digitale e grazie all'acquisizione della partecipazione di maggioranza in Groupe T2i, fornitore di software e servizi della Svizzera romanda, può proporre ora anche ad autorità e aziende francofone soluzioni digitali su misura, semplici e sicure a completamento di quelle esistenti.

→ Pag. 36

Comunicazione

Per una maggiore cibersecurity

Per ampliare le proprie competenze in fatto di sicurezza cibernetica, la Posta ha rilevato la maggioranza azionaria di Hacknowledge SA, società specializzata nel settore che aiuta autorità, PMI e il gruppo stesso a riconoscere e reagire tempestivamente e in modo mirato alle minacce informatiche.

→ Pag. 39



Comunicazione

Verso la sanità digitale con Axsana

La Posta rileva il 75% delle quote di Axsana, la società di gestione della cartella informatizzata del paziente (CIP), e rafforza così la propria posizione di operatore tecnologico. Un importante passo avanti verso la sanità del futuro che si affianca all'investimento in «Cuore – la piattaforma sanitaria svizzera».

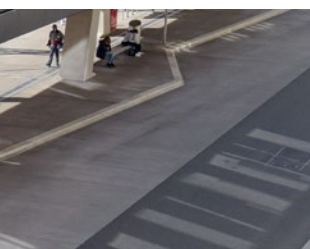
→ Pag. 38

Comunicazione

Test di intrusione: il sistema di voto online della Posta è a prova di hacker

3400 hacker etici hanno tentato per quattro settimane di violare il sistema di voto elettronico della Posta. Con grande soddisfazione, nessuno è riuscito a farlo. Secondo le previsioni dell'azienda, il nuovo canale di voto sarà a disposizione dei primi Cantoni nel 2023.

→ Pag. 37



Mobilità

Il futuro è dell'autopostale elettrico

Con il continuo aumento del numero di autobus elettrici di linea, AutoPostale si avvicina ancor di più all'obiettivo di rinunciare integralmente ai combustibili fossili per il proprio parco veicoli.

→ Pag. 45

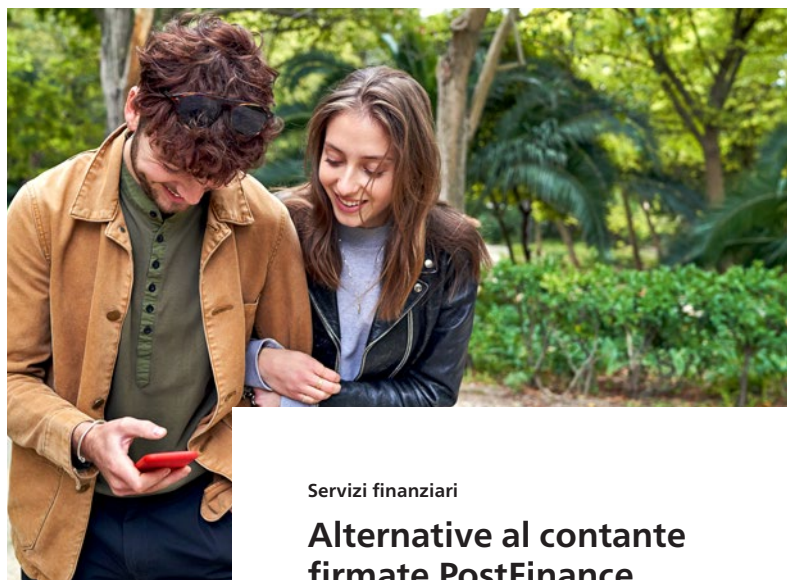


Rete

Le prime assicurazioni malattia e banche approdano nelle filiali

Affinché le filiali continuino a essere un punto di riferimento per la popolazione svizzera, la Posta apre la sua rete a partner. Nel 2022 ha raggiunto importanti traguardi nell'attuazione di questa strategia: le casse malati Sympany e Assura, Banca Migros e Cornèr Banca nonché SwissCaution si sono insediate in una serie di sedi selezionate, sfruttandone la posizione di forte passaggio per promuovere il contatto personale con la clientela.

→ Pag. 41



Servizi finanziari

Alternative al contante firmate PostFinance

Le carte di debito e di credito sono le modalità che vanno per la maggiore, accanto al pagamento mobile che sta diventando sempre più popolare. Ma anche la nuova PostFinance Card combinata con Debit Mastercard® e l'app TWINT riscuotono grande successo.

→ Pag. 50

Il Consiglio di amministrazione

al 31 dicembre 2022



Christian Levrat
Presidente del CdA dal 2021



Thomas Bucher
Membro del CdA dal 2019



Ronny Kaufmann
Membro del CdA (rappresentante
del personale) dal 2018



Bernadette Koch
Membro del CdA dal 2018



Denise Koopmans
Membro del CdA dal 2019



Nadja Lang
Membro del CdA dal 2014



Corrado Pardini
Membro del CdA (rappresentante
del personale) dal 2020



Dirk Reich
Membro del CdA dal 2021



Maria Teresa Vacalli
Membro del CdA dal 2022

Segretario generale



Roger Schoch

➤ Maggiori informazioni
Rapporto finanziario da pag. 75

La Direzione del gruppo

al 31 dicembre 2022

Hansruedi Köng*
CEO PostFinance SA dal 2012

Thomas Baur
Responsabile RetePostale dal 2016,
vicedirettore generale

Christian Plüss
Responsabile
AutoPostale
dal 2018

Wolfgang Eger
Responsabile Informatica/
Tecnologia dal 2022



Johannes Cramer
Responsabile
Servizi logistici
dal 2021

Nicole Burth
Responsabile
Servizi di comunicazione
dal 2021

Roberto Cirillo
Direttore generale
dal 2019

Alex Glanzmann
Responsabile Finanze
dal 2016, vicedirettore
generale

Valérie Schelker
Responsabile Personale
dal 2017

* Quale CEO di PostFinance SA, Hansruedi Köng non è membro della Direzione del gruppo, ma partecipa alle sue sedute in veste consultiva.

Risultato operativo

A fine 2022, a metà del quadriennio strategico in corso, la Posta conferma la validità della strada intrapresa. La nuova strategia «Posta di domani» dà i suoi frutti e, nonostante le numerose sfide impreviste, contribuisce a stabilizzare la situazione finanziaria del gruppo. Benché il risultato d'esercizio, pari a 358 milioni di franchi, evidenzia un calo rispetto a quello particolarmente brillante del 2021, tale sviluppo è da ricondurre in primo luogo a fattori esterni. Gli strascichi della pandemia, il caro-vita e le conseguenze su scala globale della guerra in Ucraina pesano in modo significativo anche sulla Posta e continueranno a far sentire i loro effetti ancora per anni. Le tendenze in atto nel core business proseguono e la strategia fornisce le risposte per affrontarle.

6859 mln
di franchi
Ricavi d'esercizio

295 mln
di franchi
Utile del gruppo

76 punti
Soddisfazione
della clientela
(scala 0-100)

156 mln
Passeggeri
(AutoPostale)

1745 mln
Lettere

194 mln
Pacchi

105 mld
di franchi Ø mensile
Patrimonio dei clienti
(PostFinance)



Intervista



Intervista ad Alex Glanzmann
Responsabile Finanze, membro della
Direzione del gruppo

«La Posta ha saputo superare bene un anno impegnativo»

La grande volatilità che caratterizza la situazione globale ed economica e la conseguente svolta dei tassi d'interesse hanno avuto un impatto significativo sull'andamento del 2022 che si è chiuso, come previsto, con un risultato d'esercizio e un utile in calo rispetto al 2021 a fronte di ricavi d'esercizio stabili. Nel complesso la Posta ha risposto bene alle varie sfide, pur trovandosi a operare in un contesto che resta molto difficile.

Signor Glanzmann, può farci un breve bilancio dell'anno che si è da poco concluso?

Il 2022 è stato un anno fuori dal comune, costellato di eventi quali il repentino aumento dell'inflazione, la svolta nella politica dei tassi, la guerra in Europa, i problemi di fornitura a livello globale. Un contesto geopolitico e macroeconomico che ha inciso pesantemente sul risultato. Alla luce delle condizioni quadro decisamente complesse siamo soddisfatti della performance realizzata.

Avevate previsto un simile risultato?

Sì, già a metà anno avevamo stimato un esito in questo ordine di grandezza. Mentre il primo semestre si è chiuso in modo positivo per tutte le unità, il secondo è stato decisamente più critico, con lettere e pacchi in calo, aumenti record dei prezzi dei carburanti e dell'energia e forti impennate dei costi di produzione. Anche le ultime tre decisioni della Banca nazionale svizzera di alzare il tasso guida hanno finito per erodere a breve termine i ricavi, sebbene accogliamo con favore il ritorno a tassi positivi. Quest'inversione di tendenza infatti avrà in futuro un impatto positivo sul nostro risultato.

Che peso ha avuto l'inflazione?

Significativo. Su un volume annuo di circa 3 miliardi di franchi di acquisti effettuati in Svizzera tocchiamo con mano la portata dei rincari. L'impennata della spesa per carburanti ed energia, oltre che per

l'acquisto di materiale d'esercizio e da costruzione, incide direttamente sui costi di produzione. Nell'ultimo anno solo i prezzi del diesel sono cresciuti del 25%, generando notevoli oneri extra a carico della nostra azienda, che nel 2023 verranno trasferiti in parte alla clientela commerciale con tariffe individuali. È importante precisare, infine, che l'impatto del caro-vita sulle casse della nostra azienda continuerà a farsi sentire anche dopo il 2022. Gran parte dei costi aggiuntivi causati dall'inflazione peserà, infatti, sulla nostra performance a posteriori.

In che modo la Posta gestisce questi fattori d'influenza esterni?

La risposta a questa domanda viene dalla strategia «Posta di domani» che indica i quattro fattori su cui fare leva per conseguire gli obiettivi prefissati: sviluppo, crescita, efficienza e prezzi, sostenibilità, invitandoci a riflettere sugli aspetti a cui dare particolare rilievo in futuro e su quelli eventualmente da ridefinire in caso di cambiamento delle condizioni quadro. Tutto questo rientra nell'attuazione della strategia. La direzione indicata dalla Posta di domani è quella giusta e per questo continueremo a portare avanti tutti e quattro gli orientamenti in egual misura.

Le lettere e i pacchi trattati nel 2022 sono diminuiti. Per quale motivo?

La guerra e l'inflazione hanno indebolito la fiducia dei consumatori, facendo

calare gli acquisti online, e le difficoltà di fornitura su scala globale hanno ridotto la disponibilità dei prodotti o causato ritardi nelle consegne. Questi fattori hanno frenato lo sviluppo dei volumi dei pacchi. Prosegue, invece, la tendenza a lungo termine allo shopping online, che ci spinge a potenziare la nostra infrastruttura come previsto. È ovvio, però, che la Posta non può sostenere con facilità un calo del 4% su 194 milioni di pacchi trattati se i costi di produzione salgono e i prezzi rimangono invariati. Per le lettere confermiamo la ragguardevole cifra di 1745 milioni di invii recapitati, ma anche in questo settore i quantitativi calano di anno in anno. Da qui la scelta di investire nelle soluzioni digitali di Servizi di comunicazione.

Per finire, cosa prevede per il futuro?

Formulare pronostici non è mai stato così difficile come in questo momento. Le sfide dettate dalla situazione geopolitica ed economica permangono, ma la Posta gode di buona salute e può e vuole investire in offerte orientate alle esigenze e al futuro per la sua clientela. È su questo presupposto che si fonda la strategia e il modello di business autofinanziato della nostra azienda. E questo è il nostro mandato e l'impegno che ci assumiamo con responsabilità nei confronti della popolazione, dell'economia e del nostro personale.

Risultato finanziario

Un bilancio solido frutto di una strategia adeguata

La Posta ha chiuso il 2022 con un utile del gruppo di 295 milioni di franchi e un risultato d'esercizio (EBIT) di 358 milioni. Per quanto meno brillante di quella particolarmente positiva dell'anno precedente, questa performance rafforza ulteriormente il bilancio aziendale. I ricavi d'esercizio si attestano, invece, a 6859 milioni di franchi. La strategia in atto funziona: la Posta è solida e pronta per affrontare le numerose sfide che la attendono nel 2023.

Nel 2022 il risultato d'esercizio (EBIT) della Posta ha toccato i 358 milioni di franchi, arretrando di 157 milioni rispetto al 2021. Nel 2022 l'utile del gruppo si è attestato a 295 milioni di franchi, ossia 157 milioni in meno dell'anno precedente. I ricavi d'esercizio si sono fermati a 6859 milioni di franchi, con una riduzione di 18 milioni. Nell'anno in esame sono entrati in gioco numerosi fattori impreveduti, primo fra tutti il conflitto in Ucraina, che hanno pesano fortemente sulla Posta. I costi extra legati ai tassi d'inflazione senza precedenti, i minori ricavi imputabili alla svolta nella politica dei tassi e le flessioni dei volumi di lettere e pacchi hanno avuto ripercussioni sul risultato del gruppo. Contestualmente, però, anche nel 2022 è stato possibile generare un free cash flow positivo, che è confluito nel bilancio dell'azienda aumentandone la liquidità.

Mercato dei pacchi sotto pressione

Il contributo più importante al risultato finanziario dell'esercizio da poco concluso è venuto da Servizi logistici e PostFinance. Nel settore logistico la Posta ha totalizzato un risultato d'esercizio di 358 milioni di franchi, un valore inferiore di 107 milioni rispetto alla chiusura che l'unità Servizi logistici ha fatto registrare l'anno precedente. L'inflazione che si è mantenuta a livelli elevati, l'aumento dei prezzi di carburante ed energia e dei costi di acquisto hanno prodotto in questo comparto nell'anno in esame costi nettamente maggiori.

Tanto i pacchi quanto le lettere hanno registrato, in termini quantitativi, una contrazione di circa quattro punti percentuali rispetto al 2021. L'arretramento del primo comparto è imputabile anche al calo della fiducia dei

consumatori, per altro molto oscillante, e alle difficoltà di fornitura a livello mondiale. La flessione del secondo, che nell'ultimo decennio è stata complessivamente di circa un terzo, è proseguita come atteso anche nel 2022, con un impatto finanziario che neppure le misure tariffarie introdotte nell'anno in esame, pur contribuendo a stabilizzare il risultato, sono riuscite a compensare.

Nonostante il calo dei volumi, nel 2022 si è confermata la tendenza a lungo termine allo shopping online e, rispetto al 2019, la Posta ha trasportato il 30% di pacchi in più.

Il contesto dei tassi penalizza il risultato di PostFinance

PostFinance ha realizzato un risultato d'esercizio di 229 milioni di franchi, ossia 43 milioni in meno dell'anno precedente. Il motivo principale è da ricondurre al calo di 45 milioni del risultato da operazioni su interessi. Il venir meno degli interessi negativi ha avuto un impatto nettamente superiore a quello dei ricavi più elevati delle immobilizzazioni finanziarie, avvertibile solo nel tempo. Tuttavia nel 2022 l'istituto è riuscito a rafforzare la sua posizione di banca d'investimento, superando per la prima volta la soglia del miliardo di franchi nel volume dell'e-gestione patrimoniale. A seguito della decisione storica della Banca nazionale svizzera (BNS) di reintrodurre tassi d'interesse guida positivi, il 1° ottobre PostFinance ha abolito le commissioni sull'aver disponibile per i clienti privati e commerciali, tornando a remunerare i conti di risparmio e previdenza 3a. Quest'inversione di tendenza crea inoltre i presupposti per un miglioramento della redditività dell'istituto in futuro.

Fatti e cifre

6859 mln

di franchi
Ricavi d'esercizio

358 mln

di franchi
Risultato d'esercizio (EBIT)

295 mln

di franchi
Utile del gruppo

-96 mln

di franchi
Valore aggiunto aziendale

9884 mln

di franchi
Capitale proprio

100%

Grado di autofinanziamento degli investimenti



La Posta è pronta per il futuro.

Alex Glanzmann
Responsabile Finanze,
membro della Direzione del gruppo

La rete si apre a nuovi partner

Nel 2022 il risultato d'esercizio di RetePostale è rimasto stabile a -71 milioni di franchi (EBIT 2021: -68 milioni). Anche nell'ultimo anno le tradizionali operazioni effettuate nelle filiali della Posta sono risultate in calo, soprattutto nel traffico dei pagamenti, dove l'unità ha registrato una flessione del 15% circa rispetto all'anno precedente. Queste perdite sono state però ampiamente compensate da aumenti sistematici dell'efficienza. La Posta sta trasformando le filiali in centri servizi regionali con partner in grado di proporre offerte utili per la vita quotidiana. È in quest'ottica che lo scorso anno sono state siglate partnership strategiche con SwissCaution, Assura, Sympany, Banca Migros e Cornèr Banca, i cui effetti non sono tuttavia ancora visibili sul risultato.

Ritorno alla normalità nel settore della mobilità

Nel'anno in esame il risultato dell'unità Servizi di mobilità (AutoPostale e Post Company Cars) ha raggiunto i 27 milioni di franchi, migliorando di 9 milioni quello dell'anno precedente. Cessata l'emergenza sanitaria, la domanda presso AutoPostale ha ripreso a crescere, attestandosi a fine anno al livello pre-pandemia e

innescando un conseguente incremento degli introiti delle vendite dei biglietti. Il contestuale innalzamento dei costi, non da ultimo a causa dell'inflazione, ha portato complessivamente a risultato equilibrato nei trasporti in concessione. La chiusura di Post Company Cars, leggermente migliore delle previsioni, è da ricondurre principalmente al miglior risultato delle attività con terzi nella gestione del parco veicoli per clienti commerciali.

Sviluppo dell'unità Servizi di comunicazione

Il risultato d'esercizio di Servizi di comunicazione, l'unità del gruppo più giovane, si è attestato a -72 milioni di franchi, crescendo di circa 8 milioni rispetto all'anno precedente. Grazie alle acquisizioni effettuate nell'anno in esame l'unità, che si trova tuttora in fase di sviluppo, ha realizzato 73 milioni di franchi di ricavi d'esercizio, ossia 35 milioni in più dell'esercizio precedente (2021: 38 milioni).

➤ Maggiori informazioni sul risultato **Rapporto finanziario** da pag. 35

Maggiori informazioni sulla strategia:

➔ Intervista a Christian Levrat e Roberto Cirillo, da pag. 16

➔ Posta di domani, da pag. 20

Risultati non finanziari

Buoni voti per la Posta

Lettere, pacchi e giornali recapitati puntualmente

I risultati della misurazione dei tempi di percorrenza 2022 dimostrano l'elevata affidabilità con cui la Posta ha recapitato gli invii che le sono stati affidati: il 97,2% delle lettere della Posta A (anno precedente: 97,0%) e il 99,3% di quelle della Posta B (anno precedente: 99,3%) sono arrivati puntualmente a destinazione e il 95,7% dei pacchi Priority (anno precedente: 95,0%) e il 96,9% di quelli Economy (anno precedente: 95,9%) sono stati recapitati entro i termini previsti. L'obiettivo di qualità fissato dalla legislazione postale è del 97% per le lettere e del 95% per i pacchi.

Anche i giornali sono stati consegnati entro le scadenze stabilite nel 98,8% dei casi, superando quindi nettamente l'obiettivo di qualità del 95%. Nella misurazione, che per

questo comparto non era mai stata effettuata in precedenza, è stato considerato il recapito dei quotidiani con orario limite delle 12.30 in aree non servite dal recapito mattutino.

Nel 2022 la misurazione dei tempi di percorrenza dei pacchi è stata eseguita nuovamente su un arco di tempo di dodici mesi, mentre nell'anno precedente era stata circoscritta a otto a causa della pandemia.

Soddisfazione della clientela: le prestazioni della Posta sono in linea con le esigenze dell'utenza

Anche nel 2022 la clientela si è dichiarata soddisfatta dei servizi della Posta, che conferma così di essere in grado di strutturare la propria offerta in funzione delle esigenze dell'utenza. La soddisfazione complessiva di coloro che hanno aderito al sondaggio è sta-

ta di 76 punti. La misurazione 2022 costituisce un rilevamento zero in fatto di soddisfazione della clientela: i risultati ottenuti rispecchiano il nuovo assetto organizzativo in linea con la strategia «Posta di domani». La valutazione delle prestazioni del settore di attività Comunicazione & Logistica (unità del gruppo Servizi logistici, Servizi di comunicazione e RetePostale) si è attestata a 74 punti. I più soddisfatti all'interno del comparto sono stati i grandi clienti (77 punti). La soddisfazione complessiva nei confronti del settore di attività Servizi finanziari (PostFinance) ha ottenuto un punteggio pari a 78, con picchi di 79 punti tra i privati, che si sono detti molto soddisfatti (80 punti) anche dell'offerta del settore di attività Trasporto di persone (AutoPostale).

Il personale è soddisfatto della Posta

Stando al sondaggio annuale del personale, l'organico della Posta è molto soddisfatto dell'azienda per cui lavora. Alle voci «Il mio superiore diretto / La mia superiore diretta» e «Il mio team» ha assegnato, infatti, una valutazione molto positiva, rispettivamente pari a 83 e 80 punti. Il risultato evidenzia, inoltre, un aumento dell'attrattiva di cui l'azienda gode agli occhi delle collaboratrici e dei collaboratori in qualità di datore di lavoro e dell'impegno da loro dimostrato. La valutazione dell'indice «Il mio lavoro» è rimasta invariata rispetto al 2021 (77 punti). In questa sezione il personale ha espresso per la prima volta anche un giudizio sul futuro del proprio posto di lavoro. A livello di gruppo, a questa voce sono stati attribuiti 74 punti, un punteggio che, per quanto positivo, risulta essere il più basso rispetto a tutti gli ambiti inclusi nel sondaggio. Entrambi gli ambiti tematici strategici della Posta di domani «La nostra Posta» e «La nostra cultura aziendale» hanno ottenuto 77 punti, uno in più dell'anno precedente. Ciò significa che il personale ripone maggiore fiducia nella strategia del gruppo.

Clima ed energia: emissioni di gas serra in lieve aumento rispetto al 2021

Nel 2022 le emissioni di gas serra sono salite dello 0,6%, solo lievemente dunque rispetto al 2021. A incidere su questo sviluppo sono stati due fattori contrastanti: da un lato l'aumento del chilometraggio nelle attività con clienti terzi di Post Company Cars rispetto al 2021, anno ancora caratterizzato dalla pandemia, ha fatto lievitare le emissioni e, dall'altro, le emissioni di CO₂ legate alla produzione di calore sono scese per effetto della diminuzione dei giorni di riscaldamento. Le misure



per aumentare la superficie di riferimento energetico riscaldata senza combustibili fossili e per elettrificare il parco veicoli aziendale per il recapito e i viaggi di lavoro procedono e contrastano tale crescita.

Nel 2022 sono state mappate per la prima volta tutte le emissioni rilevanti prodotte da processi di creazione del valore a monte e a valle, traendone obiettivi e provvedimenti. L'effetto tangibile di queste misure sul bilancio delle emissioni di gas serra è atteso a partire dal 2025.

+ Maggiori informazioni sui risultati non finanziari **Rapporto finanziario** da pag. 57

Fatti e cifre

97,2%

Lettere della Posta A recapitate puntualmente

95,7%

Pacchi Priority recapitati puntualmente

85 punti

«**Riconosco il senso del mio lavoro**» (scala da 0 a 100)

76 punti

«**Nel complesso sono molto soddisfatto/a della Posta**» (scala da 0 a 100)

circa il **60%**

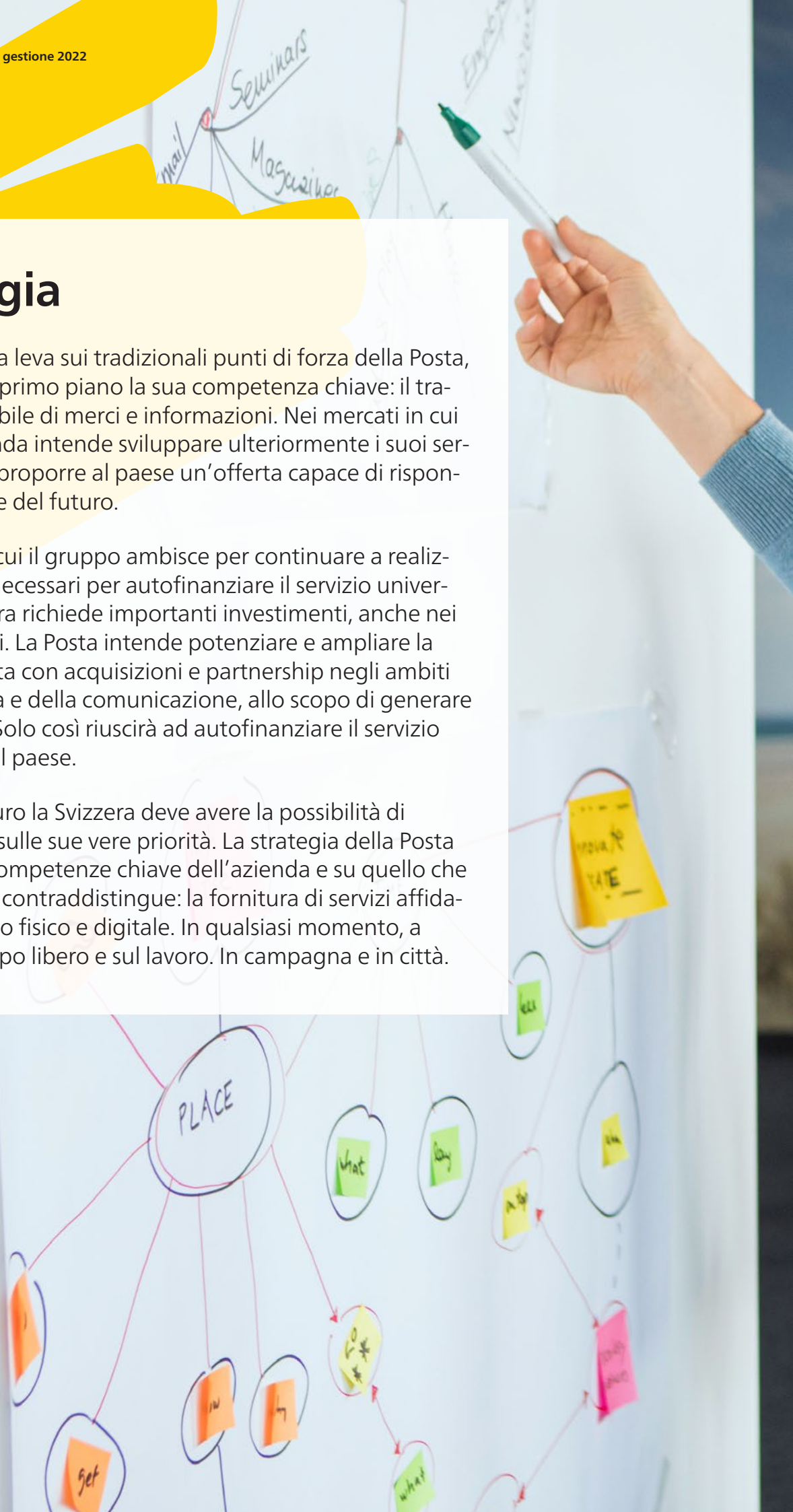
dei **veicoli nel recapito** dotato di **motori alternativi**

Strategia

La strategia fa leva sui tradizionali punti di forza della Posta, mettendo in primo piano la sua competenza chiave: il trasporto affidabile di merci e informazioni. Nei mercati in cui opera, l'azienda intende sviluppare ulteriormente i suoi servizi al fine di proporre al paese un'offerta capace di rispondere alle sfide del futuro.

La crescita a cui il gruppo ambisce per continuare a realizzare gli utili necessari per autofinanziare il servizio universale in Svizzera richiede importanti investimenti, anche nei paesi limitrofi. La Posta intende potenziare e ampliare la propria offerta con acquisizioni e partnership negli ambiti della logistica e della comunicazione, allo scopo di generare nuovi ricavi. Solo così riuscirà ad autofinanziare il servizio universale nel paese.

Anche in futuro la Svizzera deve avere la possibilità di concentrarsi sulle sue vere priorità. La strategia della Posta punta sulle competenze chiave dell'azienda e su quello che da sempre la contraddistingue: la fornitura di servizi affidabili nel mondo fisico e digitale. In qualsiasi momento, a casa, nel tempo libero e sul lavoro. In campagna e in città.





Intervista a Christian Levrat e Roberto Cirillo

«Il cuore della nostra attività è il trasporto affidabile di merci e informazioni»

A fine 2022 si è concluso il secondo anno del quadriennio strategico in corso. Nell'intervista che segue il presidente del Consiglio di amministrazione Christian Levrat e il direttore generale Roberto Cirillo illustrano i traguardi raggiunti finora e gli obiettivi ancora da conseguire.

Signor Levrat, la strategia Posta di domani è stata introdotta due anni fa e l'attuale periodo strategico proseguirà per altri due. Cosa è stato fatto fino a questo momento e quali sono le previsioni per il futuro?

Christian Levrat: La Posta continuerà a svilupparsi in linea con la strategia stabilita per il periodo 2021–2024. Abbiamo definito i punti principali e conosciamo le sfide che ci attendono: saremo chiamati a reagire alla crescente digitalizzazione dei nostri servizi, ad ampliare le nostre capacità per soddisfare le esigenze della clientela nonché ad accelerare il processo di trasformazione verso una maggiore sostenibilità. Probabilmente assisteremo a una più rapida attuazione delle misure stabilite e a modifiche sporadiche, ma i capisaldi della nostra strategia rimarranno gli stessi anche in futuro.

Signor Cirillo, l'attuazione della strategia procede nei tempi previsti?

Roberto Cirillo: L'implementazione della strategia va avanti a pieno ritmo e in generale siamo in linea con la tabella di marcia. L'acorpamento dei settori pacchi e lettere, la costruzione dei centri di distribuzione regionali e i nuovi approcci per quanto riguarda

il recapito nelle aree urbane ci consentono di organizzare la logistica con modalità non solo più efficienti, ma soprattutto più ecologiche. Nel 2030 raggiungeremo la neutralità climatica nelle attività proprie. Inoltre, grazie al rilevamento di aziende attive nella logistica delle merci in Svizzera e nei paesi limitrofi e all'acquisizione della piattaforma di e-commerce transfrontaliero eShopWorld da parte di Asendia, rafforziamo l'infrastruttura svizzera nel trasporto internazionale. La positiva conclusione della vendita dell'affiliata SPS, specializzata in attività di outsourcing, ci permette di concentrare gli investimenti nei nostri mercati chiave della logistica e della comunicazione (digitale). Investendo in servizi digitali ci assicuriamo di poter sviluppare il futuro servizio universale senza ricorrere a fondi pubblici. AutoPostale, a sua volta, persegue una politica rispettosa del clima a livello di parco veicoli e assiste i Cantoni nell'attuazione di nuove offerte di mobilità, tra cui il bus a chiamata. Non da ultimo, poi, anche in questi anni travagliati, la Posta è riuscita a preservare la buona salute di cui gode a livello finanziario. La strada, quindi, è quella giusta, anche se a volte servirebbe un ritmo più sostenuto in termini di attuazione.



Grazie alla Posta, la possibilità di trasmettere dati sensibili in modo confidenziale ricorrendo a un operatore svizzero anche nel mondo digitale è sempre più concreta.

Roberto Cirillo
Direttore generale

La sostenibilità è un tema sempre più presente alla Posta. Che importanza ha per l'azienda?

Christian Levrat: Di recente la Posta ha deciso di accelerare drasticamente sugli obiettivi di sostenibilità, indicando il 2025 come scadenza per l'elettrificazione della flotta utilizzata per il recapito dei pacchi nelle grandi città come Berna, Zurigo, Basilea o Ginevra e il 2030 per l'azzeramento dell'impatto climatico dell'intera infrastruttura postale (Scope 1 e 2). Possedendo il parco veicoli più grande del paese, la nostra scelta di dire definitivamente addio ai combustibili fossili farà la differenza. Per noi la sostenibilità non è una parola vuota. Vogliamo essere precursori in questo campo e ci assumiamo la nostra responsabilità. Ormai è un'esigenza che anche la nostra clientela ha nei nostri confronti. A dettare il ritmo non sono in primo luogo la politica o le autorità, ma l'economia. I grandi clienti che spediscono milioni di pacchi si aspettano da noi che vengano recapitati in modo sostenibile.

La digitalizzazione continua a essere il principale motore dei cambiamenti sociali ed economici in atto. Qual è il suo impatto per la Posta e la sua clientela?

Roberto Cirillo: Le nuove possibilità comunicative create dalla digitalizzazione hanno mutato anche le esigenze della clientela. È proprio per soddisfare queste nuove richieste che è nata l'unità Servizi di comunicazione. La cartella informatizzata del paziente, l'invio criptato con IncaMail, le soluzioni di cibersicurezza e i servizi digitali per le PMI e le autorità sono già disponibili sul mercato. A fine 2022 è stata consegnata ai Cantoni la nostra soluzione di voto online. Grazie alla Posta, la possibilità di trasmettere dati sensibili in modo confidenziale ricorrendo a un operatore svizzero anche nel mondo digitale è sempre più concreta. Come azienda è estremamente importante per noi mantenere la centralità dei clienti, coinvolgendoli nei nostri progetti.

Vicinanza e coesione sono due capisaldi della cultura svizzera. Come si coniuga la vicinanza con la spinta sempre più forte alla digitalizzazione da parte dall'azienda?

Christian Levrat: Vicinanza e coesione sono due priorità anche per la Posta. Per far sì che nessuno sia escluso nella dimensione digitale abbiamo stabilizzato il numero delle filiali in proprio a circa 800 e, aprendole a operatori terzi quali Assura, Sympany, Banca Migros e Cornèr Banca, creiamo sempre più centri servizi all'interno dei comuni svizzeri, il che si traduce, in ultima analisi, in una valorizzazione dei nostri punti di contatto fisici per la clientela.



Per noi la sostenibilità non è una parola vuota.

— **Christian Levrat**
Presidente del Consiglio di amministrazione



Intervista a Christian Levrat e Roberto Cirillo



La concorrenza sul mercato del lavoro si è inasprita.

Roberto Cirillo
Direttore generale

Il pensionamento dei baby boomer accentua il problema della carenza di personale, soprattutto qualificato. Come reagisce la Posta a questa sfida?

Roberto Cirillo: L'unità Personale della Posta ha assegnato nel 2022 circa 3800 posti e tratta ogni anno approssimativamente 62'000 candidature, escluse quelle del personale in formazione, trovandosi a gestire in modo permanente circa 350-400 offerte d'impiego. Un compito non sempre facile, visto che anche noi risentiamo della carenza di forza lavoro qualificata. Negli ultimi anni la concorrenza sul mercato del lavoro si è notevolmente inasprita e oggi lo riscontriamo non solo in settori come quello dell'informatica, della tecnologia, dell'innovazione o della logistica, ma anche per realtà come RetePostale e Auto-Postale. In concreto, da qui al 2026 dovremo occupare circa dalle 11'000 alle 12'000 posizioni a tempo pieno sostanzialmente per due ragioni: entro tale data scatterà il pensionamento ordinario o anticipato per circa 4000 collaboratrici e collaboratori e all'incirca 7500 posti si renderanno vacanti a seguito di partenze volontarie. Per quanto la fluttuazione sia relativamente contenuta, la mobilità professionale è in generale in aumento. Pertanto è fondamentale che la Posta riesca a far conoscere all'interno e all'esterno dell'azienda quello che, in qualità di datore di lavoro, ha da offrire: un'eccezionale varietà di mansioni e possibilità di sviluppo in un ventaglio di oltre 100 professioni.

Che importanza ha la cultura aziendale per la Posta?

Roberto Cirillo: Perseguire con successo una strategia, per quanto valida e innovativa possa essere, può rivelarsi complesso o addirittura impossibile se non è in linea con la cultura dell'azienda o questa ne ostacola l'attuazione. Per questo motivo alla Posta abbiamo sviluppato, contestualmente alla strategia, un modello della cultura auspicata che stiamo cercando di consolidare a livello organizzativo e di team. In concreto, intendiamo rafforzare la centralità del cliente, promuovere la lungimiranza e guardare alla Posta in un'ottica

complessiva. Vogliamo agire con più coraggio e rafforzare il senso di responsabilità e lo spirito imprenditoriale del nostro personale. In questa prospettiva resta fondamentale poter contare su processi efficienti, un grande punto di forza della nostra azienda. Pacchi e lettere devono essere recapitati puntualmente e in modo affidabile. Anche i rapporti interpersonali e la responsabilità sociale restano un tassello importante della nostra cultura.

Nell'ottica della cultura aziendale, che rilevanza assume la compliance?

Christian Levrat: Fondamentale! È nostra intenzione, infatti, considerarla come un'opportunità per riconoscere tempestivamente i rischi ed evitare i danni. Vogliamo e dobbiamo imparare dagli errori, senza nasconderli, ma analizzandoli in modo da capire le ragioni che ci hanno indotto a commetterli e individuare possibili strategie per non ripeterli in futuro. Gli obiettivi che ci siamo prefissati sono, volutamente, ambiziosi. L'integrità è il presupposto di una compliance efficace e sono soprattutto le persone che svolgono un ruolo direttivo a doverla vivere in prima persona in azienda.

Quest'anno ricorre il 175° anniversario della nascita della Confederazione, seguita a pochi mesi di distanza dall'istituzione della Posta. Che importanza ha la storia dell'azienda per il suo presente?

Roberto Cirillo: Nel suo intimo la nostra azienda non è cambiata e il suo cuore è, come allora, il trasporto affidabile di merci e informazioni. Nel corso degli anni, tanto la società quanto il mondo del lavoro e le tecnologie sono profondamente mutati. La Posta ha adeguato costantemente offerte e servizi, sfruttando le innovazioni più recenti per aumentare la propria efficienza e semplificare, per quanto possibile, la quotidianità delle persone. Grazie alla nostra storia siamo parte integrante dell'identità svizzera. Un elemento fondamentale di questa tradizione è la nostra vocazione alla modernità, unita alla capacità di anticipare quale contributo potremo offrire in futuro al paese.

Cosa può dirci circa il servizio pubblico del futuro?

Christian Levrat: Il servizio pubblico del futuro non nasce nelle segrete stanze della Posta. Si tratta di garantire alle persone che vivono in Svizzera e alle aziende e organizzazioni che qui hanno sede di ricevere gli stessi servizi agli stessi prezzi, indipendentemente dal luogo in cui risiedono o esercitano la propria attività. Ciò implica la necessità di reagire ai cambiamenti sociali ed economici, anticipando possibilmente gli sviluppi in modo da garantire che il servizio pubblico sia rapidamente accessibile anche in momenti di trasformazione e rinnovamento. La Posta non è fine a se stessa! La nostra ragion d'essere è unire la Svizzera e sostenere le persone e le aziende con i nostri servizi.



La Posta non è fine a se stessa!

Christian Levrat
Presidente del Consiglio di amministrazione



Smart Governance

La Posta è dotata di un sistema di gestione della governance che sviluppa costantemente. La regolamentazione normativa, che ne è parte integrante, era fino a questo momento una realtà piuttosto complessa e articolata. Nel lavoro quotidiano, il personale doveva seguire un'infinità – quasi 1000 pagine per tutto il gruppo (unità del gruppo escluse) – di disposizioni dettagliate, in particolare in materia di sponsoring o anticorruzione. Il progetto «Smart Governance» punta a snellire e semplificare la situazione da questo punto di vista, limitando le disposizioni

allo stretto necessario a favore della massima libertà imprenditoriale. Il personale deve poter agire orientandosi a principi, assumendosi maggiori responsabilità e prendendo più spesso l'iniziativa. La nuova regolamentazione normativa entrerà in vigore a livello di gruppo nella primavera 2023, insieme a un nuovo applicativo informatico che garantirà una migliore accessibilità. Successivamente verranno snelliti i documenti normativi delle singole unità del gruppo. PostFinance dispone di un proprio sistema di gestione della governance.



La Posta di domani

La Posta raccoglie le sfide del futuro, facendo leva sui suoi punti di forza, ovvero il trasporto di merci, informazioni e persone e la fornitura di servizi finanziari, e operando investimenti mirati per acquisire nuove competenze laddove le sono richieste. Il tutto con un unico obiettivo: autofinanziare il servizio postale universale. Di oggi e di domani.

La nuova strategia è in vigore dal 1° gennaio 2021.

Sfide e orientamenti strategici

Un modello collaudato da sviluppare

Baluardo della coesione nazionale, da quasi 175 anni la Posta fornisce prestazioni del servizio pubblico su incarico della Confederazione. Con la sua strategia risponde alle sfide attuali e crea i presupposti per continuare a essere un punto di riferimento per il paese anche in futuro.

Finora la politica postale si è sempre fondata su una triade di elementi strutturali: proprietà dello Stato, servizio universale e autonomia finanziaria. Le evoluzioni sociali e tecnologiche degli ultimi anni hanno accelerato, tuttavia, lo sviluppo dei mercati, ridisegnando in modo significativo il contesto in cui la Posta si trova a operare. La crescente digitalizzazione dei processi aziendali ha avuto un effetto particolarmente dirompente: modificando le esigenze della clientela, ha innescato un costante calo dei volumi delle lettere e una contrazione della domanda di servizi nelle filiali, un fenomeno che nemmeno l'espansione nel settore dei pacchi è riuscita del tutto a compensare. Da qui la continua diminuzione del valore del monopolio residuo per le lettere di peso inferiore a 50 grammi che, abbinata al persistere della fase di tassi d'interesse bassi, ha fatto lievitare il deficit finanziario del servizio universale.

Adempiere il mandato del Consiglio federale

Mantenere il giusto equilibrio tra proprietà dello Stato, servizio universale e autonomia finanziaria è sempre più difficile. Lo si evince anche dalle disposizioni strategiche per il quadriennio 2021–2024 con cui il Consiglio federale chiede alla Posta di offrire, nell'ambito dell'attività di base, prodotti, servizi e soluzioni di qualità, innovativi e competitivi, in forma fisica ed elettronica. Ridefinendo le indicazioni strategiche, l'organo esecutivo della Confederazione riconosce che l'azienda sta attraversando una complessa fase di trasformazione, ma esige contestualmente che entro il 2024 crei i presupposti per garantire stabilmente il proprio valore nel medio termine. Inoltre, tutti gli ambiti di attività, a eccezione del settore sovvenzionato nel contesto di AutoPostale, dovranno far registrare risultati in linea con il relativo comparto.

La Posta di domani

Con la strategia «Posta di domani» l'azienda vuole sviluppare il collaudato modello attuale

e aggiungere alla proprietà statale, al servizio universale e all'autonomia finanziaria un quarto elemento, ossia la crescita sostenibile, in modo da realizzare gli obiettivi strategici del Consiglio federale. Oltre a effettuare investimenti importanti, intende continuare a generare utili da destinare alla crescita del business e all'adempimento del mandato di servizio universale.

Quattro orientamenti strategici

La strategia «Posta di domani» si fonda su quattro cardini:

- potenziamento dei servizi, delle offerte e dell'infrastruttura;
- efficienza a livello organizzativo-processuale e adeguamenti tariffari;
- crescita e acquisizioni in settori di attività esistenti e affini;
- sostenibilità ecologica, economica e sociale in ogni ambito dell'operato aziendale.

La Posta potenzia l'offerta in tutti i cinque mercati (cfr. pagg. 22–23) in cui è attiva, preservando così la sua centralità e capacità di affrontare il futuro con successo.

- + Maggiori informazioni sul contesto e sulla strategia **Rapporto finanziario** pagg. 14–24



La Posta di domani mira a un servizio pubblico forte e si concentra sui mercati esistenti.

Roberto Cirillo
Direttore generale



Promuovere gli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'ONU

La Posta agisce oggi per il domani, per il bene delle generazioni future e a favore di uno sviluppo sostenibile per l'ambiente e la società. Fulcro dell'Agenda 2030 dell'ONU, i 17 obiettivi per lo sviluppo sostenibile (Sustainable Development Goals, SDGs) dovranno rispondere da qui al 2030 alle sfide più urgenti che il mondo si trova ad affrontare. La Posta può

intervenire in particolare su sei obiettivi ed è soprattutto su questi che concentra i propri sforzi.

- + Maggiori informazioni sugli SDGs rdg.posta.ch/sdg
- Maggiori dettagli sulla strategia di Corporate Responsibility alle pagg. 68–69

Strategie di mercato

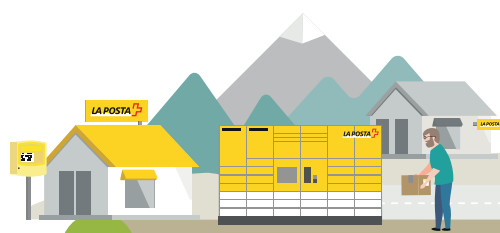
La Posta, un'azienda che unisce il paese

La Posta mi offre tutto quello che mi serve, sempre e ovunque.



Quando ne ho bisogno, la Posta c'è.

Rete



Logistica



Le filiali della Posta sono centri servizi regionali a disposizione di tutti. Attraverso una rete dotata di punti di accesso sempre nuovi, l'azienda contribuisce a creare una Svizzera moderna. Nelle sedi gestite in proprio consente a partner di offrire alla clientela un'assistenza affidabile e personale, instaurando un rapporto di vicinanza in un mondo sempre più digitalizzato. Maggiori informazioni sull'utilità della strategia:

→ rete, da pag. 40

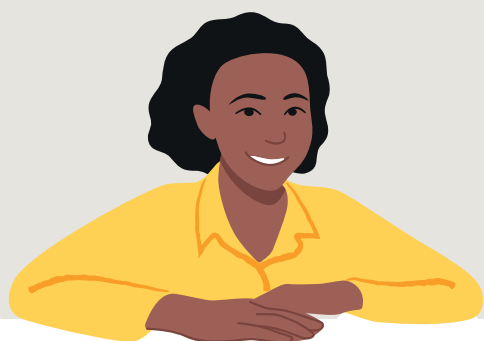
Partner affidabile per i flussi di merci del futuro, la Posta collega tra loro le regioni della Svizzera e il paese con il mondo. Preservando le proprie competenze chiave nella Posta di domani, amplia la sua offerta logistica oggi estremamente apprezzata per proporsi come operatore a tutto tondo nel settore. Maggiori informazioni sull'utilità della strategia:

→ logistica, da pag. 26

La Posta mi garantisce un'efficienza logistica senza precedenti.



La Posta mi accompagna nella dimensione digitale.



Comunicazione

La Posta mi aiuta ad avviare con successo il mio business digitale o a espanderlo in modo efficace.



Servizi finanziari



La Posta trasforma la sua connotata competenza nella trasmissione sicura di informazioni sensibili, non solo nel mondo fisico, ma anche in quello digitale. Alle persone, alle aziende e alle autorità in tutta la Svizzera offre così servizi digitali intuitivi e una gestione dei dati semplice e sicura. Maggiori informazioni sull'utilità della strategia:

➔ comunicazione, da pag. 34

La Posta collega la Svizzera con comode e moderne soluzioni di mobilità su strada. Assicurando una mobilità accessibile e sostenibile in tutti gli angoli del paese, conferma il suo ruolo di colonna portante dell'economia e della società, oltre che di quintessenza del servizio pubblico. Maggiori informazioni sull'utilità della strategia:

➔ mobilità, da pag. 44

Con l'obiettivo di rendere il banking semplice e divertente, la Posta disegna il futuro con PostFinance, mettendo al centro le persone e le loro diverse esigenze. Con soluzioni finanziarie intelligenti e innovative, pensate appositamente per la Svizzera. Maggiori informazioni sull'utilità della strategia:

➔ servizi finanziari, da pag. 48

La Posta mi semplifica la vita e mi permette di concentrarmi su quello che so fare meglio.



Mercati

In qualità di azienda del servizio pubblico, la Posta intende offrire nei mercati in cui è attiva prestazioni infrastrutturali orientate al futuro, autofinanziandosi e mantenendo la propria rilevanza per i clienti. Deve quindi adattare costantemente tutte le sue offerte alle esigenze in continua evoluzione e sviluppare nuovi settori di attività nell'ambito delle proprie competenze chiave.

Per reagire tempestivamente alle tendenze di oggi e di domani, la Posta investe in modo mirato là dove la sua offerta attuale non soddisfa ancora le future esigenze in termini di infrastrutture efficienti. Oltre a svilupparsi ulteriormente nei mercati chiave della logistica, della comunicazione, della mobilità e dei servizi finanziari, la Posta mira a far sì che le filiali continuino a essere punti di riferimento per la popolazione svizzera. Per farlo potenzia la propria rete e la apre a una serie di partner.



Logistica

Strategia di mercato

La Posta intende difendere la propria posizione di vertice come offerente di servizi logistici a 360°, sia fisici che digitali, in Svizzera e per la Svizzera. L'azienda ha pertanto orientato la sua strategia in modo mirato ai settori di mercato in cui intende operare e alle rispettive esigenze. Il suo motto è rafforzare quanto già realizzato, crescere in nuovi campi e, in qualità di partner affidabile, collegare la Svizzera con il mondo per i flussi di merci del futuro.

La Posta gestisce i servizi **corriere, espresso, pacchi (CEP) e mail** in ambito nazionale e internazionale. Il settore CEP è soggetto a una forte competizione. La Posta propone un'offerta globale, sostenibile e di alta qualità e mira ad aumentare ulteriormente la comodità per chi invia e chi riceve e semplificare le procedure di sdoganamento.

La Posta consegna anche giornali e pubblicità indirizzata e non. Il **mercato dei media e pubblicitario** è fortemente influenzato dalla digitalizzazione. La Posta riesce a mantenere la propria rilevanza in questo mercato ampliando i propri servizi con offerte digitali ed espandendosi in settori di attività a monte e a valle.

L'esplosione dell'e-commerce ha fatto emergere la rilevanza della **logistica delle merci** per le aziende postali. Alla luce di queste considerazioni la Posta investe in modo mirato nel mercato interno e nei paesi limitrofi, al fine di agganciare la sua logistica nazionale ai flussi internazionali di merci.

Al proprio know-how e alle competenze logistiche la Posta associa servizi digitali per offrire **soluzioni settoriali** su misura.

Tappe principali del 2022

- A Buchs e Rümlang sono entrati in funzione nuovi centri pacchi regionali
- La Posta lancia i nuovi prodotti SmallPac, VinoLog Priority e DigitalStamp e definisce il supplemento per l'energia e di rincaro
- La Posta lancia soluzioni intelligenti per l'importazione per il commercio internazionale
- Sono iniziati i lavori per la costruzione del centro logistico di Villmergen
- Nel mercato pubblicitario la Posta introduce il programmatic advertising nella propria offerta
- La Posta offre soluzioni settoriali, come la preparazione sterile di materiale medico nell'ambito della logistica per la salute

Prospettive 2023+

- Ulteriore potenziamento dell'infrastruttura dei pacchi
- Stretta integrazione con i flussi logistici internazionali grazie ad acquisizioni mirate nel settore della logistica delle merci
- Elettrificazione del parco veicoli del recapito nelle aree urbane entro il 2024
- Rafforzamento della posizione nel mercato pubblicitario



Lavorazione di domani

Nuove strade nella lavorazione dei pacchi

Nel 2022 la Posta ha aperto in tempi record due nuovi centri pacchi regionali, uno a Rümlang (ZH) e l'altro a Buchs (AG), che garantiscono una lavorazione più rapida ed ecologica. Per andare incontro ai crescenti volumi di pacchi, la Posta aumenterà entro il 2030 le capacità di spartizione anche presso altre sedi in Svizzera.

Da maggio 2022, le spartitrici del nuovo centro pacchi regionale (CPR) di Rümlang (ZH) lavorano a pieno ritmo. Sui nastri trasportatori e gli scivoli sfrecciano circa 5000 pacchi all'ora. A Rümlang vengono spartiti ogni giorno, in base al peso e all'indirizzo di consegna, circa 60'000 pacchi che vengono poi preparati per essere recapitati nell'area di Zurigo Nord. In soli 14 mesi la Posta ha ristrutturato un capannone per la logistica situato in un'area industriale, creando così 60 nuovi posti di lavoro. «Con l'ampliamento della nostra rete logistica e l'apertura dei nuovi CPR ci avviciniamo ancora di più alla clientela, accorciamo le distanze di trasporto e siamo in grado di elaborare i pacchi in modo più rapido ed ecologico», afferma Stefan Nolte, responsabile Servizi logistici Operations, parlando dell'importanza dei nuovi centri pacchi.

Tecnologie innovative

Anche a Buchs (AG) i lavori di pianificazione e costruzione del nuovo CPR sono proceduti a ritmi sostenuti malgrado le difficoltà legate alla pandemia di coronavirus e alle problematiche incontrate nelle catene di fornitura in tutto il mondo. Qui, da luglio 2022, 175 collaboratrici e collaboratori si dedicano alla spartizione e al recapito dei pacchi per la regione. Per ristrutturare un magazzino sfitto, con tanto di stazioni di ricarica per i veicoli elettrici ad ogni ingresso, la Posta ha investito 15 milioni di franchi. E poiché la superficie esistente era piuttosto piccola per un centro pacchi, si è dovuta ingegnare con soluzioni creative puntando su tecnologie innovative: i pacchi, infatti, raggiungono in pochi secondi la spartitrice, situata a tre metri di altezza, su nastri trasportatori a spirale poco ingombranti.

Un team di persone impegnate

«Investendo in tecnologie all'avanguardia riusciremo a soddisfare anche in futuro le esigenze della clientela», afferma Stefan Nolte.

«La gente vuole ordinare oggi e ricevere la merce il giorno dopo. Dobbiamo quindi essere in grado di trattare sempre più pacchi in modo sempre più rapido». Ma il cuore pulsante di un centro pacchi è rappresentato sempre e comunque dalle collaboratrici e dai collaboratori, che si impegnano per far funzionare perfettamente le spartitrici, alimentarle con i pacchi e far sì che questi giungano il prima possibile a privati e aziende. Attualmente a Buchs circa una persona ogni 35 lavora presso la Posta. E ne seguiranno altre: nel 2023 il recapito delle lettere di Aarau, che conta circa 100 persone, si trasferirà dalla sua attuale sede nel CPR di Buchs. In questo modo la Posta creerà un centro logistico in linea con gli standard più recenti con recapito di lettere e pacchi.

Investimenti nel servizio pubblico

Entro il 2030 la rete logistica della Posta dovrà includere, oltre alle sedi per la spartizione delle lettere, anche circa 15 sedi per la spartizione dei pacchi. Per tale potenziamento, e quindi per garantire alla popolazione e alle imprese in Svizzera un servizio pubblico di alta qualità e in linea con le loro esigenze, la Posta investirà fino ad allora circa 1,5 miliardi di franchi, mettendo al sicuro o creando 1500 impieghi a tempo pieno nel settore pacchi. I lavori di pianificazione per l'apertura di altri centri vicino ai grandi agglomerati di Basilea, Berna e Zurigo procedono già a pieno ritmo.

Contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile

- SDG 8** Lavoro dignitoso e crescita economica
- SDG 9** Industria, innovazione e infrastrutture
- SDG 11** Città e comunità sostenibili

rdg.posta.ch/sdg



Grazie alla lavorazione dei pacchi a livello regionale alleggeriamo i grandi centri di trattamento nei periodi di punta, riduciamo le distanze e tuteliamo l'ambiente.

Stefan Nolte

Responsabile Servizi logistici Operations



Supplementi sulle tariffe pacchi per i grandi clienti

Nel 2022, l'incremento dei prezzi di energia e carburante e il generale aumento dell'inflazione si sono tradotti in costi supplementari elevati per la logistica dei pacchi, di cui la Posta si è fatta carico. Dal 2023 l'azienda trasferirà una parte dei costi introducendo aumenti di prezzo moderati. Questa misura interesserà circa 3500 grandi clienti che hanno concordato tariffe individuali. La Posta applicherà un supplemento di rincaro dell'1,9% della tariffa pacchi e un supplemento per l'energia che varia a seconda del prezzo medio mensile di diesel, benzina ed elettricità.

Logistica a impatto climatico zero

Un parco veicoli del recapito sempre più rispettoso del clima

Scooter cargo e veicoli di trasporto elettrici sono i nuovi mezzi a emissioni zero utilizzati per recapitare lettere e pacchi. Le sedi di recapito si attrezzano con stazioni di ricarica elettrica e gli hub di logistica cittadina accorciano le distanze.



La flotta di veicoli elettrici della Posta è alimentata con energia ecologica al 100% certificata «naturemade star» proveniente dalla Svizzera.

Renato Ercolani
Responsabile della gestione dei veicoli nel recapito

La Posta utilizza per il recapito di lettere e pacchi veicoli elettrici a tre ruote. Nel 2022 sono stati sostituiti 800 scooter elettrici. Il treruote cargo di ultima generazione è dotato di un grande vano di carico sul retro. Nel complesso il veicolo può trasportare, nella parte posteriore e in quella anteriore, fino a 230 chili di invii e, facoltativamente, un carico supplementare tramite rimorchio. Una soluzione perfetta quindi per il recapito misto di lettere e pacchi, impiegata soprattutto nelle aree che negli ultimi anni hanno visto aumentare considerevolmente il volume dei pacchi.

Già oggi 93 delle circa 450 sedi di recapito consegnano lettere e pacchi esclusivamente con veicoli elettrici. «Dopo Zurigo, Berna, Ginevra e Basilea, entro la fine del 2024 se ne aggiungerà un'altra settantina», afferma Renato Ercolani, responsabile della gestione dei veicoli nel recapito. Per l'acquisto dei veicoli elettrici per il recapito e della necessaria infrastruttura di ricarica, la Posta collabora a stretto contatto con Post Company Cars, il gestore di parchi veicoli del gruppo, e con Posta Immobili Management e Servizi SA.

Per realizzare una logistica a zero emissioni sono chiamati all'appello anche i partner e subappaltatori della Posta: dal 2040 le emissioni nette dovranno essere pari a zero («net zero») in tutta la catena di creazione



del valore. Di recente, l'azienda logistica Hugelshofer, partner di trasporto strategico della Posta, ha messo in funzione tre veicoli di trasporto elettrici con un'autonomia fino a 550 chilometri, che attualmente vengono impiegati per la Posta per il trasporto di pacchi nella Svizzera orientale e a Zurigo. I veicoli utilizzano la corrente generata dai pannelli solari prodotti dall'azienda.

Nuovo hub di logistica cittadina a Zurigo Spreitenbach

Contribuiscono al recapito a emissioni zero anche gli hub di logistica cittadina di Zurigo Enge e Neumünster, aree di trasbordo locali da cui partono gli invii postali destinati a privati e aziende. Quest'anno se n'è aggiunto un altro a Spreitenbach. Tutte e tre insieme, le sedi recapitano ogni giorno nel complesso 127'000 lettere e 3550 pacchi a circa 65'000 economie domestiche.

➔ Maggiori informazioni a pag. 46

Contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile

- SDG 3** Salute e benessere
- SDG 7** Energia pulita e accessibile
- SDG 8** Lavoro dignitoso e crescita economica
- SDG 9** Industria, innovazione e infrastrutture
- SDG 11** Città e comunità sostenibili

rdg.posta.ch/sdg



6000

veicoli per il recapito a tre ruote con rimorchio e **364 furgoni elettrici** recapitano lettere e pacchi a privati a impatto climatico zero.

7000 t di CO₂

vengono risparmiate ogni anno solo grazie ai 6000 scooter elettrici.

30 milioni

sono i **pacchi** recapitati ogni anno a **impatto climatico zero** dalla Posta, così come tutte le lettere.

10,9 GWh

di **energia elettrica** vengono generati ogni anno dai **pannelli solari** montati sui tetti dei centri di lavorazione.

100

è la **percentuale di recapito a impatto climatico zero** a Zurigo e Berna.



Collaborazione con FFS Cargo

Più pacchi trasportati su rotaia

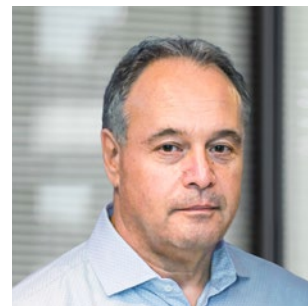
La Posta intende trasportare ancora più pacchi su rotaia e sfruttare i vantaggi ecologici del trasporto ferroviario, ma per farlo servono tratte più frequenti e veloci. Nel 2022 la Posta ha testato, in collaborazione con il partner di trasporti strategico FFS Cargo, l'impiego di un treno navetta tra i centri pacchi di Frauenfeld, Härkingen e Dailens. Grazie alla trazione ibrida, il treno passa direttamente sotto il terminale dei centri pacchi senza compiere manovre complesse e risparmiando parecchio tempo. La Posta gestisce attualmente oltre dieci sedi logistiche con collegamento su rotaia. FFS Cargo impiega quotidianamente 45 treni per il trasporto di pacchi e 15 treni per il trasporto di lettere in tutta la Svizzera, per un totale di circa 470 vagoni. Lettere e pacchetti vengono trasportati in vagoni speciali su treni merci particolarmente veloci. La Posta ha prorogato il contratto con FFS Cargo fino al 2026.

Contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile

- SDG 3** Salute e benessere
- SDG 8** Lavoro dignitoso e crescita economica
- SDG 9** Industria, innovazione e infrastrutture
- SDG 11** Città e comunità sostenibili

Intervista

Valori comuni



Martin Derungs
Fulfilment Sourcing Management presso IKEA

Che cosa vi ha spinto a collaborare con la Posta?

La Posta ci offre lo standard di servizio che desideriamo e garantisce il recapito puntuale e sostenibile delle merci ordinate online fino a 30 chili. Come partner si assume le proprie responsabilità sociali, ecologiche ed economiche, e soddisfa quindi i nostri requisiti.

Che importanza riveste per IKEA il recapito sostenibile?

Trovare soluzioni a emissioni zero è fondamentale se intendiamo essere un'azienda di successo anche in futuro. Entro il 2025 vogliamo consegnare tutti gli ordini in Svizzera senza produrre emissioni e raggiungere la positività climatica da qui al 2030. Per riuscirci dobbiamo puntare su partner che operano nel rispetto dell'ambiente.

Cosa unisce IKEA e la Posta?

Perseguiamo lo stesso obiettivo: azzerare le emissioni del nostro parco veicoli e conseguire la neutralità climatica. Desideriamo offrire il miglior servizio possibile e pertanto investiamo in processi, sistemi e procedure operative. Inoltre, entrambe attribuiamo molta importanza al nostro codice di condotta e ci impegniamo per l'ambiente e condizioni di lavoro eque.

Logistica per la salute

Materiale medico direttamente in sala operatoria

Fornire e conservare il materiale medico, elaborare e consegnare gli ordini, ritirare, pulire e sterilizzare gli strumenti chirurgici utilizzati: la Posta offre a ospedali, cliniche e ambulatori servizi a 360° nell'ambito della logistica per la salute. E nel 2022 ha potenziato l'offerta nella Svizzera romanda.

Nella sala operatoria dell'ospedale GZO Wet-zikon è tutto pronto: bisturi, forbici e pinze, tamponi, garze e asciugamani sterili. I materiali medici, preparati appositamente per l'intervento in questione, vengono consegnati su appositi carrelli di trasporto da Steriplus, una società affiliata della Posta. Ad aprile, Steriplus ha attivato a Kaltbrunn (SG) una nuova unità di ricondizionamento, che oltre a commissionare l'attrezzatura e i materiali di consumo, si occupa anche di ritirare gli strumenti chirurgici presso ospedali, cliniche e ambulatori, per poi pulirli, disinfettarli, controllarli, imballarli e sterilizzarli.

Con soluzioni per la logistica della salute, la Posta intende contribuire all'aumento dell'efficienza e a contenere le spese nel settore sanitario. Il Medical Service Center nel centro logistico di Villmergen (AG) è un importante elemento cardine in tale contesto. Per accorciare le distanze nella Svizzera romanda, la Posta ha acquisito MW Partners Holding SA, azienda con sede nel Cantone di Vaud che offre un ampio ventaglio di servizi logistici per il settore medico.

Contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile

SDG 9 Industria, innovazione e infrastrutture

SDG 12 Consumo e produzione responsabili

rdg.posta.ch/sdg

Economia circolare

La Posta promuove gli imballaggi sostenibili

In Svizzera, sempre più spesso le persone si fanno consegnare comodamente a casa i prodotti ordinati su internet. Una comodità che però comporta un aumento dell'utilizzo di materiali di imballaggio. Nell'intento di promuovere soluzioni sostenibili nell'ottica dell'economia circolare, la Posta ha quindi rilevato l'azienda Kickbag GmbH, una startup di San Gallo che ha sviluppato una soluzione innovativa per il commercio online: il Kickbag, una busta richiudibile realizzata in PET o plastica riciclati a impatto climatico zero. Il Kickbag può essere riutilizzato fino a 30 volte e già dal secondo impiego risulta più ecologico del

cartone o della plastica. Lo si utilizza per restituire la merce oppure lo si rispedisce gratuitamente al commerciante imbucandolo semplicemente in una cassetta delle lettere gialla.

In qualità di partner logistico, la Posta sostiene il commercio online anche con diverse soluzioni per imballaggi riutilizzabili, nell'ottica di promuovere modalità di spedizione sostenibili.

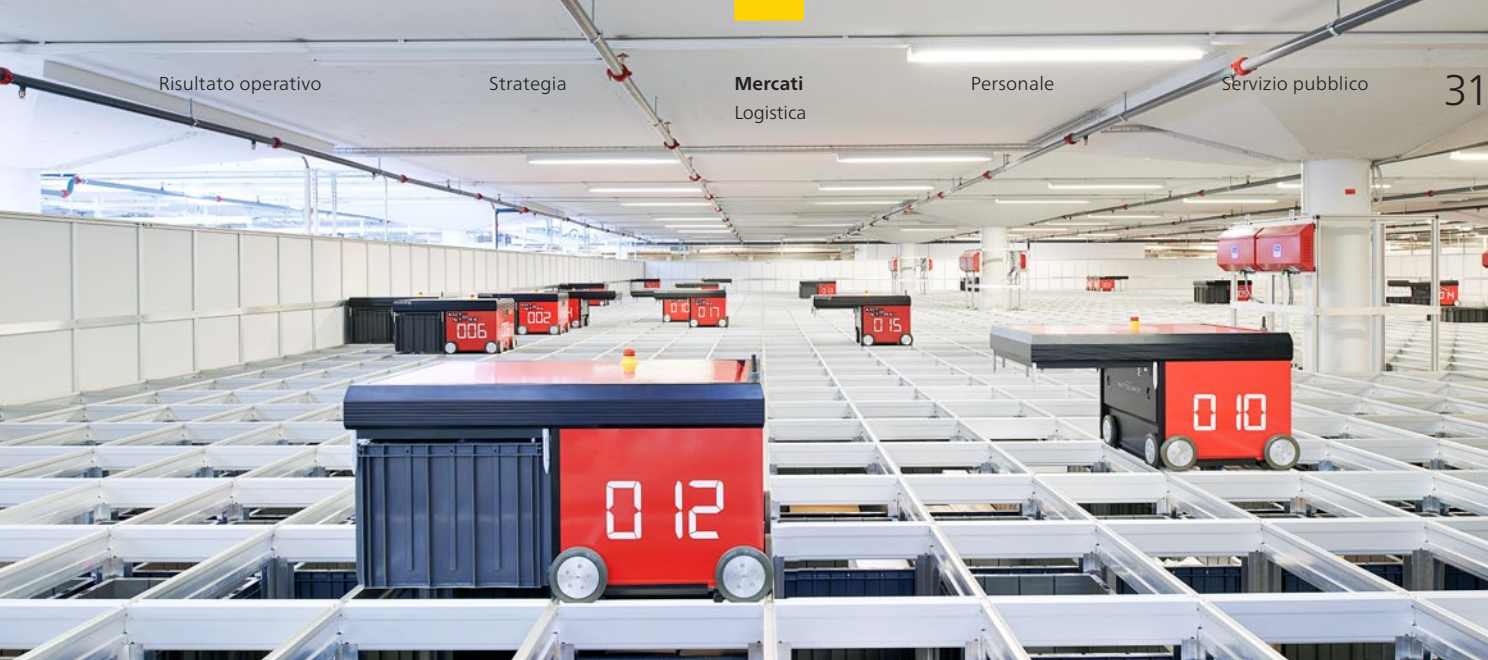
Contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile

SDG 9 Industria, innovazione e infrastrutture

SDG 12 Consumo e produzione responsabili

rdg.posta.ch/sdg





Ampliamento del centro logistico

Villmergen: nuovi standard nella logistica di magazzino

Immagazzinare le merci, imballarle, sdoganarle e spedirle: la Posta è un operatore logistico a 360° gradi per sempre più clienti commerciali. L'azienda è ora impegnata nell'ampliamento della sede di Villmergen nel Cantone di Argovia per trasformarla, entro il 2025, nel più grande centro per la logistica di magazzino. Si tratta del progetto di costruzione attualmente più ambizioso della Posta.

Con la crescita del commercio online la Posta consegna sempre più pacchi a privati e immagazzina quantità sempre maggiore di merci per la clientela commerciale: dai frigoriferi, ai frullati proteici fino alle sostanze pericolose, la Posta offre la soluzione di stoccaggio adatta a tutte le esigenze.

Investimento in un mercato in crescita

«L'offerta di aree adatte a stoccare soprattutto merci con caratteristiche particolari come prodotti fragili, di piccole dimensioni o ingombranti è scarsa», afferma André Brühlmann, responsabile Centro logistico «e la domanda di servizi di logistica di magazzino a 360° aumenta costantemente in tutti i settori». La Posta ha deciso quindi di aumentare notevolmente le capacità del centro logistico di Villmergen (CLV) nel Cantone di Argovia: la superficie di stoccaggio altamente automatizzata e a temperatura controllata passerà dagli attuali 20'000 a 57'000 m² (l'equivalente di quasi otto campi da calcio) grazie all'aggiunta di fabbricati disposti su più piani. Il CLV è specializzato, tra l'altro, nello stoccaggio conforme di medicinali e dispositivi medici. «Siamo certificati da Swissmedic, per questo tra i nostri clienti rientrano anche aziende farmaceutiche e ospedali», prosegue André Brühlmann.

La cerimonia di inizio lavori per quello che diventerà il più grande magazzino logistico della Posta si è tenuta a giugno 2022. La messa in funzione è prevista per il 2025. La Posta investirà in questo progetto di costruzione, attualmente il più grande previsto dall'azienda, circa 137 milioni di franchi, creando così 100 nuovi posti di lavoro a tempo pieno oltre ai 70 già esistenti. Un impianto fotovoltaico installato sul tetto genererà oltre 1200 megawattora di energia solare l'anno, in grado di coprire gran parte del fabbisogno energetico del centro.

Contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile

SDG 7 Energia pulita e accessibile

rdg.posta.ch/sdg

i

La Posta rafforza la logistica delle merci

I crescenti flussi di merci non si fermano di fronte ai confini nazionali, ma si orientano verso la clientela e i siti di produzione, e per questo la Posta continua ad ampliare la propria rete logistica a livello transfrontaliero. Nel 2022 la Posta ha acquisito le seguenti aziende o quote di esse: Stella Brandenberger Transporte AG, con sede a Pratteln (BL), è specializzata nella spedizione nazionale di container per il trasporto marittimo. Con la tedesca Hugger GmbH, un'impresa di spedizioni specializzata nel trasporto di merci su strada, la Posta rafforza la sua presenza nel Baden-Württem-

berg. Dell'azienda Logistik Center Villingen GmbH di Villingen-Schwenningen, specializzata in servizi di stoccaggio, ha acquistato alcune quote. Con l'impresa H. Bucher Internationale Transporte AG, situata ad Alpnach (OW), la Posta può offrire alla clientela aziendale ulteriori servizi logistici e rafforzare la propria rete nella Svizzera centrale, e grazie all'azienda informatica Eoscop di Balsthal (SO), specializzata nello sviluppo di applicazioni digitali specifiche, può infine standardizzare e perfezionare i propri processi logistici.

**E-commerce**

Soluzioni per l'importazione intelligenti per una gamma più ampia di prodotti

Le nuove soluzioni SmartGate della Posta consentono soprattutto agli shop online esteri più piccoli di accedere al mercato svizzero, mentre i clienti privati locali beneficiano di un'offerta più ampia e ricevono i prodotti come se li avessero ordinati in Svizzera.

Dopo aver visto un paio di fantastiche infrazioni su uno shop online tedesco, Nico le inserisce nel carrello e digita il suo indirizzo di Berna. Ed ecco la delusione: per l'articolo selezionato non è prevista la consegna in Svizzera. Perché i commercianti online sono restii a offrire questa possibilità? Tra i vari motivi vi sono le complesse disposizioni in materia di importazione ed esportazione tra l'Unione europea e la Svizzera e i costi legati allo sdoganamento e alla logistica.

La soluzione a tutto tondo della Posta

La Posta è riuscita a ovviare al problema con la nuova soluzione per l'importazione SmartGate, che copre tutti i passaggi logistici dal commerciante nell'Unione europea fino al cliente, facilitando così agli shop online dell'UE l'accesso al mercato svizzero. Per i consumatori l'esperienza di acquisto e di consegna è identica a quella che offre uno shop online in Svizzera: nessuna spesa per l'importazione da pagare alla consegna e gli invii possono essere gestiti, come di consueto, tramite il login della Posta.

SmartGate considera il fatto che molti commercianti vendono i loro prodotti attraverso diversi canali, non solo quindi sul proprio shop online, ma anche, ad esempio, sulle piattaforme di e-commerce. SmartGate copre entrambe le casistiche con oneri logistici minimi per i commercianti, i quali non devono far altro che spedire la merce a un hub della Posta nel sud della Germania. Da qui la Posta si occupa dell'esportazione dall'UE, sdogana la merce per poi importarla in Svizzera, dove verrà recapitata al destinatario. È già in fase di preparazione una soluzione per il rinvio.

Le soluzioni come SmartGate sono di importanza strategica. Infatti, proprio nell'ambito dell'e-commerce internazionale, i fornitori come la Posta devono coprire sempre più l'intera catena dell'offerta, e proporre servizi non solo logistici ma anche digitali, come soluzioni per gli shop online. La Posta si concentra sulle proprie competenze chiave in ambito logistico, in Svizzera e nei paesi limitrofi, mentre ai servizi digitali pensa la joint venture Asendia.

i**Dieci anni di Asendia: una storia di successo**

Dalla sua fondazione nel 2012 Asendia, joint venture della Posta e della francese La Poste, è diventata leader mondiale di soluzioni di e-commerce e ha quintuplicato il proprio fatturato, che solo nel 2021 è aumentato di circa il 18%. Il segreto del suo successo? La presenza con 32 sedi in quattro continenti, la competenza nell'e-commerce in mercati strategici e la consegna in oltre 200 paesi. Negli ultimi anni, Asendia ha rafforzato ulteriormente la propria posizione acquisendo le aziende tecnologiche eShopWorld (esw) e Scalefast, le cui soluzioni digitali vengono impiegate anche nell'ambito del commercio online svizzero.

Mercato pubblicitario

Con la Posta la pubblicità arriva dritta all'obiettivo

Grazie allo sviluppo di un ecosistema pubblicitario crossmediale, la Posta consente ai clienti pubblicitari di raggiungere in ogni momento il loro gruppo target, in modo semplice e con un elevato tasso di successo. Coordinando perfettamente tra loro canali fisici e digitali, l'impatto pubblicitario è garantito.

«Kein Senf!», ossia «Niente senape!», in riferimento al modo in cui da tradizione va gustato il bratwurst di San Gallo, la cui immagine campeggia su annunci di colore giallo e viola, è l'incisivo claim protagonista di una campagna pubblicitaria crossmediale che promuoveva un abbonamento di telefonia mobile della società St. Gallisch-Appenzellische Kraftwerke (SAK). Un successo su tutta la linea per SAK, che ha ottenuto ampia risonanza e registrato un considerevole aumento di traffico e abbonamenti sottoscritti. La campagna è stata concepita e realizzata dalla Posta, che ora offre un servizio di pubblicità crossmediale a tutto tondo. Per questa campagna, gli esperti di pubblicità hanno coordinato tra loro i più disparati canali fisici e digitali puntando, ad esempio, sulla pubblicità a schermo sugli autopostali, il marketing via e-mail e le lettere.

Raggiungere le persone sui mezzi pubblici e online

Affinché le campagne raggiungano la popolazione anche sui mezzi pubblici e in modo

mirato a livello regionale, la Posta ha acquisito Livesystems, fornitore leader di spazi pubblicitari digitali nel trasporto pubblico. Gli schermi vengono collocati anche nelle filiali della Posta, nelle stazioni di servizio, di fronte alle stazioni e nel settore retail. La Posta ha completato così la propria offerta con uno strumento di massa ad ampio raggio composto da oltre 10'000 schermi posizionati in luoghi di forte passaggio.

Nel settore online la Posta ha registrato una crescita organica e ha deciso di aprire pagine particolarmente visitate del sito posta.ch, come «I miei invii», al cosiddetto programmatic advertising, ovvero la pubblicità personalizzata in base agli interessi degli utenti. La nuova superficie pubblicitaria digitale viene messa a disposizione dei clienti commerciali, che beneficiano così di oltre tre milioni di opportunità di contatto alla settimana.

Intervista

Un mix crossmediale ottimale

Perché la Posta rafforza la propria presenza sul mercato pubblicitario?

Da decenni la Posta distribuisce pubblicità stampata, attività che rientra nel suo core business. Ora la clientela richiede sempre più soluzioni digitali. Intendiamo potenziare questi servizi per mantenere la nostra rilevanza sul mercato.

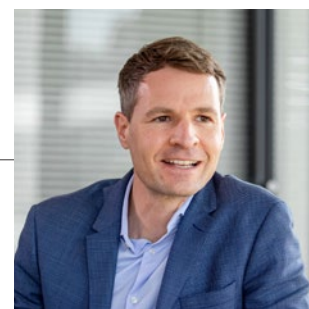
Cosa prevede il portafoglio di offerte?

Ai clienti pubblicitari offriamo campagne con un mix crossmediale ottimale con le quali raggiungere i gruppi target non solo a casa, ma anche fuori. Combiniamo i canali fisici e

digitali, dal mailing con campioni di merce alla Post-App, fino a comprendere la pubblicità digitale nel traffico urbano o su app per lo shopping.

La Posta, con la sua offerta, fa concorrenza alle aziende private?

La Posta realizza oltre l'80% del suo fatturato in regime di libera concorrenza con le altre aziende. Intendiamo rafforzare la nostra posizione nel mercato pubblicitario e ottenere così più utili. La Posta deve infatti crescere per poter sviluppare e finanziare il servizio postale universale del futuro.



Oliver Egger
Responsabile Mercato dei media e pubblicitario

Comunicazione

Strategia di mercato

La Posta assume il ruolo di intermediario affidabile e indipendente nell'interfaccia tra il mondo fisico e quello digitale, focalizzandosi su quattro settori di mercato.

Con **servizi di informazione affidabili**, trasmette i dati in modo sicuro, garantendone l'integrità e la tracciabilità e assicurando che mittenti e destinatari siano autorizzati a inviare e ricevere le informazioni.

Attraverso **servizi di assistenza digitali**, fa sì che le interfacce tra il mondo fisico e quello digitale funzionino in modo ottimale, aiutando così le aziende svizzere e la popolazione a muoversi in modo sicuro e semplice nel mondo digitalizzato.

La Posta consolida la propria posizione di fornitore di **servizi digitali sicuri e a norma di legge per le autorità**, con l'obiettivo di favorire l'ulteriore digitalizzazione dei processi per Confederazione, Cantoni e Comuni e di facilitare il dialogo tra la popolazione e lo Stato.

La Posta rafforza il suo ruolo di operatore globale leader nelle **soluzioni digitali per il settore sanitario** ed esplora nuovi settori di attività.

Tappe principali del 2022

- La Posta consolida le competenze acquisite nel campo della cibersecurity e a livello di piattaforme di dialogo sicure e soluzioni per le autorità
- L'infrastruttura di voto elettronico della Posta ha superato con successo il test di intrusione pubblico
- Con l'acquisizione della partecipazione di maggioranza in axsana AG, la Posta rafforza il proprio ruolo di partner tecnologico nell'ambito della cartella informatizzata del paziente
- 3,4 milioni di utenti si affidano alla soluzione di login SwissID

Prospettive 2023+

- Ampliamento e rafforzamento delle competenze digitali con acquisizioni mirate, ad es. nell'ambito della comunicazione clienti
- Potenziamento dell'offerta di soluzioni digitali, semplici e sicure per aziende, autorità e settore sanitario tramite prodotti e prestazioni della Posta, integrazione di partner e dei rispettivi servizi
- Creazione di un sistema di voto elettronico per Confederazione e Cantoni



Servizi di informazione affidabili

Per una comunicazione rapida, diretta e sicura

Offrendo un ampio ventaglio di soluzioni e servizi, la Posta consente a cittadini, imprese, sanità e istituzioni in Svizzera interazioni digitali intuitive e un trattamento semplice e sicuro dei dati. Con il rilevamento di unblu inc. l'azienda amplia ulteriormente le competenze acquisite nell'ambito del digitale.

Condividere file nel cloud, firmare digitalmente documenti, trasmettere informazioni confidenziali alle autorità e richieste clienti tramite chat: la domanda di servizi digitali è forte e aumenta di pari passo con la crescente digitalizzazione della vita quotidiana, tanto nel privato quanto nel mondo dell'imprenditoria, delle istituzioni e della sanità. Quello che un tempo si spediva per posta oggi giunge a destinazione attraverso canali come e-mail o servizi di messaggistica. Da quasi 175 anni la Posta è garante del segreto epistolare nel mondo fisico e recapita lettere e pacchi assicurando l'inviolabilità dei contenuti. Con la stessa sicurezza e affidabilità intende trasportare dati e informazioni anche nell'universo digitale.

Comunicare in modo sicuro con la clientela

«Per ampliare i nostri servizi e le offerte in questo campo consolidiamo continuamente il nostro know-how», afferma Nicole Burth, responsabile Servizi di comunicazione. «Al fine di assicurarci competenze tecniche e conoscenze specialistiche specifiche puntiamo altresì a una crescita inorganica, effettuando acquisizioni ed espandendoci in modo puntuale e mirato laddove ciò crea un valore aggiunto per la clientela». Proprio come è successo a novembre 2022 con il rilevamento della partecipazione di maggioranza della società svizzera di software unblu inc., la cui piattaforma consente alle aziende di dialogare con la clientela in modo rapido, diretto e sicuro, garantendo anche l'invio protetto di informazioni sensibili. Attualmente il portale viene usato soprattutto da grandi fornitori internazionali di servizi finanziari e assicurativi per trasferire, in tutta sicurezza, l'assistenza e il supporto clienti dal mondo fisico a quello digitale.

Dalla lettera alla chat video e vocale

La comunicazione all'interno di gruppi chiusi di utenti è rappresentata principalmente dallo scambio tra aziende e relativi clienti. «Il che avviene nei modi più disparati», afferma Nicole Burth. Acquisendo la piattaforma di dialogo di Unblu, la Posta è oggi in grado di coprire l'intero spettro della comunicazione con la clientela con servizi che spaziano da app di messaggistica sicure a live chat, videochat e chat vocali, co-browsing e screen sharing. In futuro la Posta potrà così supportare in modo ancor più efficace le imprese svizzere nella transizione digitale.

L'azienda con sede principale a Basilea e affiliate a Francoforte (Germania), Sofia (Bulgaria), Londra (Gran Bretagna), New York (Stati Uniti) e Victoria (Canada) continua a operare come società indipendente e a presentarsi come marchio a sé stante anche in seguito all'acquisizione, mantenendo in servizio i suoi circa 100 collaboratori e collaboratrici.

 unblu.com

Contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile

SDG 9 Industria, innovazione e infrastrutture

SDG 12 Consumo e produzione responsabili

 rdg.posta.ch/sdg



Con Unblu siamo in grado di offrire alle aziende un'assistenza ancor più efficace nella transizione digitale.

Nicole Burth
Responsabile Servizi di comunicazione

Video

Visione in un minuto

L'unità Servizi di comunicazione proietta aziende, autorità, sanità e popolazione svizzera nell'era digitale e lo fa in modo divertente e originale con un filmato di 60 secondi, in cui presenta il team, la vision e tutti i servizi offerti, compresi quelli delle società affiliate della Posta.



E-government

Soluzioni digitali per autorità e imprese

Anche nel 2022 la Posta ha consolidato la propria posizione di fornitore affermato di servizi digitali sicuri e a norma di legge per autorità e aziende. Grazie a una partecipazione di maggioranza in Groupe T2i è in grado di proporre ora soluzioni digitali sicure e personalizzate anche nella Svizzera romanda.

Per semplificare la comunicazione tra cittadinanza e amministrazione pubblica la Posta offre una serie di soluzioni digitali ad hoc per «My Local Services», l'invio protetto di messaggi elettronici tramite IncaMail e, prossimamente, per la partecipazione a votazioni ed elezioni elettroniche sicure mediante voto online.

Competenze digitali per la Svizzera romanda

Per rafforzare la propria offerta digitale e assicurare know-how e risorse, la Posta persegue una stretta collaborazione mirata con altri operatori di mercato. L'acquisizione nell'anno in esame del 51% delle quote di Groupe T2i, società di Sierre (VS) specializzata in sviluppo di software e servizi IT, le permette di integrare nel ventaglio esistente soluzioni digitali semplici e sicure anche per le autorità e le aziende francofone. Martina Müggler, responsabile E-Government, è convinta di questo passo: «Groupe T2i è una realtà fortemente radicata

nella Svizzera romanda e offre soluzioni di digitalizzazione che completano in modo perfetto le nostre. Unendo il nostro personale specializzato e il nostro know-how a quello delle società del gruppo siamo in grado di proporre servizi online semplici, integrati e sicuri per Cantoni, Comuni e imprese».

Già a fine 2021 la Posta aveva acquisito una partecipazione di maggioranza pari all'81,5% in Dialog Verwaltungs-Data AG, società di Baldegg (LU) che sviluppa soluzioni software e cloud per amministrazioni pubbliche in Svizzera ed è specializzata nello scambio sicuro, confidenziale e digitale di informazioni con le autorità. Il suo fiore all'occhiello è il software per amministrazioni comunali creato in proprio come soluzione globale integrata.

Contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile

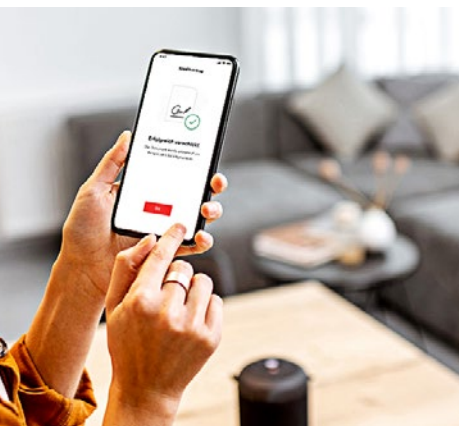
SDG 9 Industria, innovazione e infrastrutture
SDG 12 Consumo e produzione responsabili

rdg.posta.ch/sdg



Groupe T2i è una realtà fortemente radicata nella Svizzera romanda, le cui soluzioni di digitalizzazione completano in modo perfetto le nostre.

Martina Müggler
Responsabile E-Government



Un passepartout digitale

SwissID: il login sicuro per i servizi online

Gestire pacchi e lettere, spedire cartoline postali digitali o conferire procure: la Posta si affida a una soluzione di login unica, semplice, sicura e certificata per i suoi servizi online. SwissID diventa quindi un valido aiuto nella vita quotidiana, una sorta di passepartout digitale. Da qui il numero crescente di aziende e autorità che utilizzano il servizio per accedere, già oggi, a più di 200 applicazioni online. SwissID sostituisce il Login clienti Posta che

sarà messo fuori servizio nel corso del 2023. 3,4 milioni di utenti si affidano già alla soluzione di login SwissID. La società emittente è SwissSign AG, interamente di proprietà della Posta.

swissid.ch

Contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile

SDG 9 Industria, innovazione e infrastrutture

rdg.posta.ch/sdg

Voto elettronico

Sistema di voto online a prova di hacker

Per sviluppare una soluzione di voto online sicura e inviolabile, per la Posta è fondamentale conoscere il punto di vista esterno di specialisti indipendenti. Già dal 2021 sottopone quindi software e documentazione al vaglio di esperti di tutto il mondo e nel 2022 ha invitato hacker etici ad attaccare il sistema.

Quasi 70'000 attacchi da tutto il mondo in quattro settimane: su invito della Posta, 3400 hacker etici, ovvero esperti di computer che non violano sistemi esterni con intenti criminali, ma migliorativi, hanno cercato di mettere in scacco il sistema di voto elettrico sviluppato dall'azienda. Con grande soddisfazione, nessuno è riuscito a farlo.

Durante il test di intrusione pubblico, i pirati informatici hanno potuto simulare anche il processo di votazione sul portale dedicato servendosi di fac-simile di certificati elettorali. Per quanto non siano emerse lacune rilevanti per la sicurezza, sono state individuate alcune possibilità per snellire la trasmissione delle informazioni, migliorie che la Posta metterà ora in atto.

Verifica richiesta dalla Confederazione

Già nel 2021 la Posta aveva aperto i propri sistemi a esperti esterni pubblicando i principali documenti e componenti della versione beta della sua futura soluzione di voto elettrico a verificabilità completa. Contestualmente la Confederazione aveva affidato l'incarico di esaminare il sistema a un'equipe di specialisti indipendenti da cui ad aprile 2022 è arrivata una sostanziale promozione, pur con l'indicazione di alcune possibili migliorie da implementare per poi procedere a una nuova verifica.

Secondo le previsioni della Posta, il nuovo sistema di voto elettronico sarà a disposizione dei primi Cantoni nel corso del 2023.

L'elettorato che potrà usufruire del voto online riceverà per posta il materiale relativo alla votazione o all'elezione e, in aggiunta, i codici di sicurezza personali da utilizzare per accedere alla piattaforma dedicata del proprio Cantone ed esprimere il voto elettronicamente. Tutte le informazioni trasmesse in tale sede saranno anonimizzate e protette con codifica end-to-end. Solo le autorità elettorali cantonali potranno visualizzarne il risultato. A partire dai voti non sarà possibile in alcun modo risalire a chi li ha espressi.

Contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile

SDG 9 Industria, innovazione e infrastrutture

rdg.posta.ch/sdg



Per creare un sistema di voto online sicuro è fondamentale conoscere il punto di vista esterno di specialiste e specialisti indipendenti.

Martina Mügler
Responsabile E-Government



Digital health

Nuovo slancio alla sanità digitale

La Posta rafforza il proprio ruolo di partner tecnologico nell'ambito della cartella informatizzata del paziente grazie all'acquisizione della partecipazione di maggioranza in axsana AG e, inoltre, investe in «Cuore – la piattaforma sanitaria svizzera». Due importanti passi avanti per potenziare il settore sanitario del futuro.

Mettere in rete e fungere da trait d'union per nuovi sviluppi: è in questo ruolo che la Posta promuove la cartella informatizzata del paziente (CIP). Un traguardo significativo in tal senso è l'acquisizione del 75% delle azioni di Axsana, una società di gestione della CIP. «Quest'operazione aziendale ci consente di uniformare processi e tecnologia», spiega Rajesh Nair, responsabile Digital Health. La Posta potenzia costantemente l'infrastruttura CIP guardando a potenziali casi d'uso futuri, tra cui la Cartella di vaccinazione elettronica, la Prescrizione medica elettronica e il collegamento a terminali mobili come smartphone. A beneficiare di queste applicazioni sono tanto la popolazione quanto gli enti che erogano le prestazioni, quali ospedali, studi medici, organizzazioni di assistenza e cura a domicilio e residenze sanitarie.

Per consentire a operatori e strutture di collaborare in modo proficuo, nell'anno in esame la Posta ha lanciato «Cuore – la piattaforma sanitaria svizzera» che permette ai fornitori di prestazioni di usufruire di servizi digitali ad hoc in grado di agevolarli nello scambio quotidiano con i pazienti. Un campo, questo, in cui la Posta può far leva su una delle sue competenze chiave: il trasporto affidabile e sicuro di informazioni sensibili e riservate.

«I progetti di digitalizzazione in ambito sanitario vanno considerati nel loro insieme per far sì che creino un vero valore aggiunto», afferma Rajesh Nair. Grazie alle soluzioni e ai servizi digitali della Posta, i fornitori di prestazioni possono concentrarsi maggiormente sulle proprie attività principali e quindi sul trattamento dei pazienti.



I progetti di digitalizzazione del settore sanitario vanno considerati nel loro insieme.

Rajesh Nair
Responsabile Digital Health

Contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile

SDG 8 Lavoro dignitoso e crescita economica
SDG 9 Industria, innovazione e infrastrutture

rdg.posta.ch/sdg



Sicurezza informatica

Solide competenze nel campo della cibersecurity

I modelli di business digitali creati dalla Posta devono essere affidabili. Per far sì che la clientela possa fare affidamento sui servizi digitali proposti dall'azienda e sul trattamento sicuro dei dati, è fondamentale intervenire sul fronte della cibersecurity.

Cliccare inavvertitamente su un link può provocare danni enormi. Ed è proprio laddove pensano di scovare potenziali interlocutori pronti ad abboccare che i criminali informatici gettano il proprio amo. Per via della digitalizzazione anche le PMI svizzere sono sempre più esposte ad attacchi ed estorsioni sul web.

Da anni la Posta investe molto nella sicurezza cibernetica addentrando anche in territori inesplorati, come ha fatto tre anni fa con l'avvio di un programma bug bounty globale. Con l'acquisizione della maggioranza azionaria di Hacknowledge SA, società con sede a Morges (VD), la Posta amplia ulteriormente le proprie solide competenze in materia di sicurezza informatica e acquisisce ulteriore know-how per ridurre al minimo i rischi per i propri servizi digitali. «Vogliamo assicurarci che clienti, società affiliate e partner sappiano riconoscere e reagire tempestivamente alle minacce informatiche», spiega Daniel Gerber, responsabile Digital Enabling e Sviluppo dell'unità alla

Posta. La Posta intende trasferire nel mondo digitale la fiducia che le persone e le aziende in Svizzera ripongono in quello analogico, rafforzandola. Per questo investe in modo massiccio nella sicurezza e nell'affidabilità di informazioni e dati.

In qualità di affiliata della Posta, Hacknowledge opera come azienda indipendente, mettendo a disposizione di autorità, PMI, società partner e affiliate del gruppo soluzioni semplici ed efficaci per consentire loro di monitorare le proprie attività IT, riconoscere le minacce, segnalare incidenti e reagire a eventuali violazioni.

hacknowledge.com

Contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile

SDG 9 Industria, innovazione e infrastrutture

rdg.posta.ch/sdg



Vogliamo assicurarci che i nostri clienti e partner sappiano riconoscere e reagire tempestivamente alle minacce informatiche.

Daniel Gerber
Responsabile Digital Enabling
e Sviluppo dell'unità

Intervista

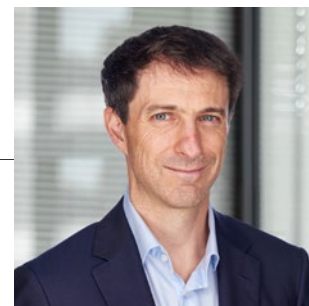
La sicurezza è un processo

Che cosa l'ha spinto a fondare Hacknowledge?

La voglia di soddisfare l'esigenza di molte imprese di una soluzione per la cibersecurity solida, completa e accessibile. Quella che proponiamo è una formula adattabile alle dimensioni dell'azienda, dai costi contenuti e di semplice utilizzo, che consente ai clienti di utilizzare in modo ottimale i propri dispositivi.

Quali sono le vostre priorità?

Il nostro obiettivo è quello di essere al 100% a prova di hacker. Ma la sicurezza è un processo, non uno stato. Per questo ci aspettiamo da un momento all'altro nuove forme di minacce informatiche che dobbiamo riconoscere sul nascere per poter reagire in modo rapido e flessibile. È importante anche inquadrare la cibersecurity in una visione d'insieme e non considerarla un elemento a sé, ma il frutto dell'interazione tra persone, processi e tecnologia. Ed è proprio da qui che partiamo.



Paul Such
CEO di Hacknowledge



Rete

Strategia di mercato

La presenza fisica della Posta in tutte le regioni della Svizzera è in linea con la concezione di un servizio universale diffuso su scala nazionale. L'azienda amplia ulteriormente la sua rete che conta quasi **4900 punti di accesso**, introducendo nuovi sportelli automatici, punti clienti commerciali o prestazioni a domicilio e investe circa 40 milioni di franchi nella modernizzazione di più di 300 filiali gestite in proprio. Grazie al supporto di propri collaboratori e collaboratrici in loco, alle formazioni per il personale dei partner e a un'infrastruttura a misura di cliente, **migliora la qualità delle filiali in partenariato**.

La Posta stabilizza la rete, mantenendo a circa 800 il numero delle sedi gestite autonomamente. Inoltre, **apre le porte alle autorità e ad aziende del settore bancario, assicurativo, sanitario e delle casse malati**, consentendo loro di entrare in contatto con l'utenza sia in un contesto rurale sia urbano. In questo modo La Posta crea nuovi centri servizi dislocati in tutte le regioni del paese, che propongono offerte di cui usufruire nella vita di ogni giorno.

Tappe principali del 2022

- Attivazione della live chat e di WhatsApp come ulteriori modalità per accedere in tutta semplicità al Contact Center
- Avvio delle prime partnership strategiche con SwissCaution, Sympany, Assura, Banca Migros e Cornèr Banca e insediamento in singole filiali
- Sperimentazione di successo della nuova generazione di sportelli automatici My Post 24 nelle sedi di Biberist (SO) e Bern Gäbelbach
- Test di mercato per l'apertura della rete nel Cantone del Giura con il Guichet virtuel e nel Cantone di Basilea Campagna con le iscrizioni nel registro di commercio e le modifiche di quelle esistenti

Prospettive 2023+

- Realizzazione delle prime partnership strategiche con compagnie assicurative, autorità e fornitori di servizi sanitari
- Altri test di mercato per l'apertura della rete con partner di diversi settori
- Diffusione degli sportelli automatici My Post 24 di nuova generazione su scala nazionale
- Impiego di persone con disabilità all'interno delle filiali gestite in proprio di tutta la Svizzera
- Prove dei nuovi capi d'abbigliamento nelle filiali gestite autonomamente

Apertura della rete

Mantenere la centralità delle filiali della Posta

Per far sì che le filiali continuino a essere punti di riferimento per la popolazione svizzera, la Posta sviluppa la sua rete aprendola a partner. Nel 2022 sono stati raggiunti importanti traguardi nell'attuazione di questa strategia con l'avvio delle prime cooperazioni con casse malati e banche.

La Posta apre le porte ad autorità e partner del settore bancario, assicurativo, sanitario e delle casse malati con l'obiettivo di trasformare le filiali in centri servizi regionali. Ubicate in punti facilmente raggiungibili, le sue circa 800 sedi sono il luogo ideale in cui le aziende possono presentare prodotti e servizi, coltivare il contatto personale con la clientela e farsi conoscere all'interno della regione. «Abbiamo bisogno di nuove prestazioni e nuovi clienti nelle nostre filiali», spiega Thomas Baur, responsabile RetePostale. «Solo così riusciremo a mantenere la nostra rilevanza per la popolazione nonostante il calo dell'affluenza per le operazioni postali tradizionali».

Le assicurazioni malattia sfruttano la vicinanza ai clienti nelle filiali

Oltre a essere presente nei locali della Posta in otto comuni della Svizzera tedesca e romanda, la cassa malati Sympany si avvale oggi della collaborazione del personale postale per fissare appuntamenti di consulenza in 90 filiali. Assura ha messo in funzione punti di consulenza propri in otto filiali della Posta dove il personale della cassa malati assiste sul posto le persone interessate in caso di domande sull'assicurazione malattia. In ulteriori 104 filiali in tutta la Svizzera il personale della Posta si occupa di intermediare gli appuntamenti per Assura.

Una presenza più forte sul territorio

Al loro interno, le filiali della Posta ospitano altri due istituti finanziari oltre a PostFinance: Banca Migros e Cornèr Banca. La prima è presente in sette filiali della Svizzera tedesca e

romanda con propri box per le consulenze e, in altre 26 sedi, si affida al personale della Posta per la prenotazione di appuntamenti di consulenza e l'inoltro delle richieste della clientela. L'istituto finanziario ticinese, invece, ha attivato il servizio di acquisto e ricarica delle proprie carte prepagate in 154 filiali, mentre in altre 20 si avvale della collaborazione del personale postale per farsi trasmettere i contatti di eventuali clienti interessati ad altri prodotti finanziari. Tutte le filiali continuano a proporre i servizi finanziari e per il traffico dei pagamenti di PostFinance senza variazioni. Si prevede di ampliare il numero di sedi e di servizi offerti in base alle richieste della clientela.

Formazione e perfezionamento del personale

Il personale delle filiali ha sempre dimostrato flessibilità e capacità di svolgere un ruolo di intermediazione delle nuove offerte. Prima dell'insediamento dei partner nelle rispettive sedi, le consulenti e i consulenti clienti hanno seguito formazioni e aggiornamenti su temi specifici inerenti i vari operatori e settori.

Contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile

SDG 8 Lavoro dignitoso e crescita economica
SDG 9 Industria, innovazione e infrastrutture

rdg.posta.ch/sdg



Test di mercato su scala regionale

Perché non acquistare abbonamenti o biglietti per il trasporto pubblico regionale alla Posta? In collaborazione con l'azienda di trasporti pubblici di Friburgo, la Posta testerà fino ad aprile 2023 questo tipo di servizio in cinque filiali. Grazie a offerte come queste, che vengono sviluppate sempre più spesso direttamente dal personale delle sedi coinvolte, l'azienda può rispondere alle esigenze regionali e rafforzare la cooperazione con imprese locali.

Sviluppo della rete

Presente là dove serve

Attualmente la Posta dispone di circa 800 filiali gestite in proprio ubicate in luoghi di forte passaggio dove registra ogni giorno più di 320'000 contatti con la clientela. L'obiettivo da qui al 2024 è portare il numero di punti di accesso da quasi 4900 a oltre 5000.

Un restyling all'insegna della freschezza e della modernità, nuovi sportelli per le consulenze e più servizi, tra cui gli sportelli automatici My Post 24 dove impostare e ritirare pacchi a qualsiasi ora: dal 2019 a oggi la Posta ha investito circa 40 milioni di franchi per rinnovare il look delle filiali gestite in proprio. Qui il personale continua a fornire informazioni sulle offerte. «La consulenza, l'assistenza e l'informazione da persona a persona sono una priorità per noi», afferma Ueli Lüdi, responsabile Gestione della rete. «A dispetto della digitalizzazione, nelle nostre sedi registriamo tuttora più di 320'000 contatti quotidiani con la clientela. È per questo che investiamo nella nostra rete di circa 800 filiali in proprio ammodernandola». Sono circa 300 le sedi che sono già state ristrutturare.

Entro il 2024 la Posta intende portare i punti di accesso da quasi 4900 a oltre 5000 anche grazie all'introduzione di nuovi punti di impostazione e di ritiro nei negozi, sportelli automatici My Post 24 o punti per i clienti commerciali. Nelle ormai collaudate filiali in partenariato che propongono orari di apertura a misura di cliente, l'offerta verrà integrata da pratici moduli self-service e il personale in loco riceverà un'apposita formazione per offrire un'assistenza più efficace.

➕ Maggiori informazioni sulla rete
Rapporto finanziario pagg. 8-9

Contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile

SDG 9 Industria, innovazione e infrastrutture

➕ rdg.posta.ch/sdg



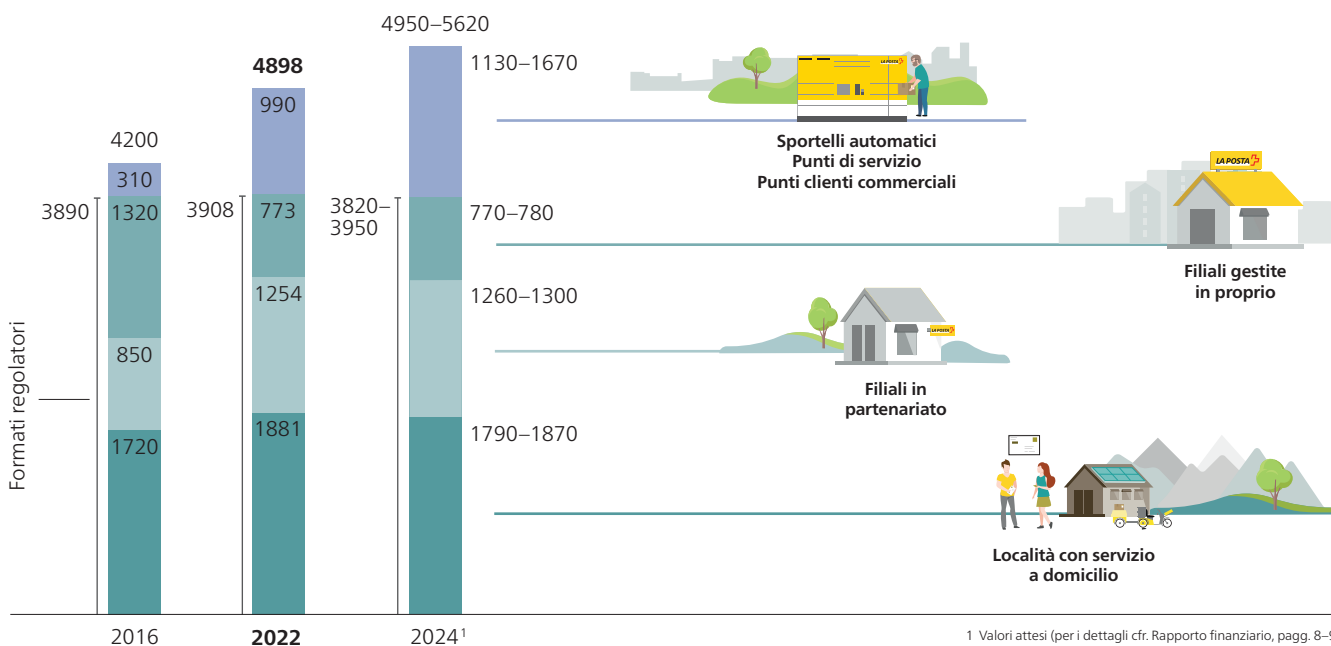
Essere presenti con i nostri punti di accesso là dove la clientela ha bisogno di noi: questo è il nostro obiettivo.

Ueli Lüdi

Responsabile Gestione della rete

Numero di punti di accesso

al 31 dicembre



Sportelli automatici My Post 24

Una nuova generazione di sportelli automatici

Gli sportelli automatici My Post 24 consentono di ricevere o spedire pacchi in autonomia e senza vincoli di orario. Grazie all'introduzione dei nuovi apparecchi 2.0, più semplici ed economici, la rete diventa ancora più fitta.

Ricevere e spedire pacchi e lettere agli sportelli automatici My Post 24 piace sempre di più: nel 2022 nelle 225 sedi che ne sono provviste sono stati impostati e prelevati rispettivamente quasi due milioni e un milione di invii, a fronte dei circa 450'000 e 700'000 del periodo precedente alla pandemia. La Posta lancia ora la generazione di sportelli 2.0 dotati di un innovativo sistema di gestione tramite smartphone che consente l'accesso senza barriere anche alle persone ipovedenti. I nuovi sportelli automatici non necessitano di sofisticate tecnologie per il funzionamento e sono privi di display, il che ne rende l'acquisto e la manutenzione più sostenibile e conveniente. La Posta prevede di introdurre i nuovi impianti in numerose altre sedi e in particolare di intensificarne la presenza nei quartieri residenziali. L'installazione è iniziata a fine settembre. Gli sportelli esistenti resteranno in funzione e potranno essere utilizzati in futuro tramite display e smartphone.



11'000

pacchi arrivano ogni giorno nelle mani dei clienti attraverso gli sportelli automatici My Post 24.

Filatelia

Prima mondiale per i crypto-francobolli

La Posta rinalda sempre di più il legame tra filatelia, mondo digitale e tecnologie blockchain. Ad agosto 2022 ha lanciato la serie «Swiss Crypto Stamp 2.0» con una novità assoluta su scala mondiale: per la prima volta, infatti, la versione digitale dei dentelli cartacei non è costituita da un'immagine, ma da dieci brevi videoclip, ispirati ai diversi motivi dei francobolli fisici che, messi insieme, formano visivamente un mosaico armonioso. La

seconda emissione di crypto-francobolli, che rende omaggio alla Svizzera e al mondo del cinema, è stata realizzata in collaborazione con il Locarno Film Festival. I motivi sono stati ideati da esponenti emergenti del panorama cinematografico elvetico. I pezzi da collezione digitali sono registrati in una blockchain e possono essere scambiati e negoziati su marketplace dedicati.

📍 posta.ch/crypto-stamp





Mobilità

Strategia di mercato

La Posta è un operatore di spicco del **trasporto pubblico di persone su strada** e con i propri autopostali intende rafforzare ulteriormente questa posizione. Il settore del trasporto pubblico in Svizzera deve preservare la sua attrattiva e soddisfare le esigenze dell'utenza anche in futuro. Poiché il traffico regionale viaggiatori è finanziato per metà con mezzi pubblici, la Posta si adopera al massimo per impiegare nel modo più efficiente possibile le indennità provenienti dalla Confederazione, dai Cantoni e dai Comuni.

La Posta completa la propria offerta sul mercato della mobilità con Post Company Cars, il principale **gestore full service di parchi veicoli** della Svizzera. Leader nel campo delle soluzioni di mobilità personalizzate e sostenibili nonché centro di competenza per l'e-mobilità, quest'ultimo semplifica alla propria clientela il passaggio alla trazione elettrica.

Tappe principali del 2022

- Introduzione dei primi autopostali elettrici di linea nella Svizzera romanda
- Lancio di una nuova soluzione on demand per viaggi d'escursione con l'app Bus alpin
- Partecipazione di AutoPostale a numerosi grandi eventi in veste di partner di trasporto
- Elettrificazione del parco veicoli del recapito della Posta nelle aree di Zurigo e Berna grazie a Post Company Cars
- Attivazione di una soluzione di ricarica elettrica per clienti commerciali e supporto nella transizione verso la mobilità elettrica ad opera di Post Company Cars
- Collaborazione tra Post Company Cars e Repanet Suisse per offrire una gestione dei sinistri sostenibile

Prospettive 2023+

- Mettere in circolazione 100 autopostali elettrici entro il 2024
- Rinunciare integralmente ai combustibili fossili per l'alimentazione degli autopostali da qui al 2040
- Promuovere l'elettrificazione del parco veicoli della Posta e della clientela commerciale
- Sviluppare offerte nel campo della Mobility as a Service

Motori alternativi

Il futuro è dell'autopostale elettrico

Con l'ulteriore aumento del numero degli autopostali elettrici di linea, da oggi in circolazione anche nella Svizzera romanda e nei Grigioni, AutoPostale si avvicina ancor di più all'obiettivo di rinunciare integralmente ai combustibili fossili per il proprio parco veicoli.

Da giugno 2022 chi si sposta con i mezzi pubblici nel centro di Delémont può godere di un'esperienza di viaggio silenziosa, a emissioni zero e, non da ultimo, priva dei tipici scatti dovuti ai cambi di marcia. Tra le vie della città circola, infatti, il primo autopostale elettrico di linea della Svizzera romanda, che ha una capienza di 20 posti e un'autonomia di 200 km. L'energia generata dai tre pannelli solari installati sul tetto contribuisce al funzionamento delle porte, del sistema computerizzato, dell'impianto di climatizzazione e del riscaldamento.

Anche il Cantone dei Grigioni ha dato il via libera all'introduzione dei primi autobus elettrici di linea: dalla primavera 2023 quattro tratte AutoPostale tra Coira e Bad Ragaz saranno servite in totale da undici veicoli di diverse dimensioni alimentati a batteria. AutoPostale ha avviato l'acquisto dei mezzi, l'azienda energetica grigionese Repower ha installato l'infrastruttura di ricarica e il Cantone si è fatto carico dei costi aggiuntivi dell'intervento.

«Da qui a fine 2024 intendiamo elettrificare 100 autopostali», afferma Mark Bögli, a capo del progetto di trasformazione Mobilità elettrica presso AutoPostale, «ed entro il 2040 dire definitivamente addio ai combustibili fossili per l'intera flotta». Per farlo l'azienda investe in progetti di e-mobilità, come quelli delle navette elettriche attive a Saas-Fee dal 2016, del bus di dodici metri a batteria in circolazione

sulla linea Sarnen–Alpnach dal 2018, dell'autobus elettrico introdotto nel 2021 nella regione di Brugg o, ancora, su diverse linee di Interlaken e dintorni nell'anno in esame. Dal 2028 intende, inoltre, acquistare solo autobus alimentati senza combustibili fossili.

E-diesel, una soluzione transitoria

Per quanto AutoPostale scommetta sugli autobus elettrici per il futuro, ci sono tipologie di veicoli come quelli a pianale rialzato per i quali con ogni probabilità dopo il 2028 non saranno ancora disponibili alternative a batteria. L'e-diesel potrebbe essere in tal senso una soluzione transitoria. A differenza del biodiesel ottenuto da biomassa o materiali di scarto, questo carburante sintetico viene prodotto sfruttando l'energia generata da acqua e carbonio.

Contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile

- SDG 3** Salute e benessere
- SDG 7** Energia pulita e accessibile
- SDG 9** Industria, innovazione e infrastrutture
- SDG 11** Città e comunità sostenibili

rdg.posta.ch/sdg



Convertiamo sempre più linee all'elettrico.

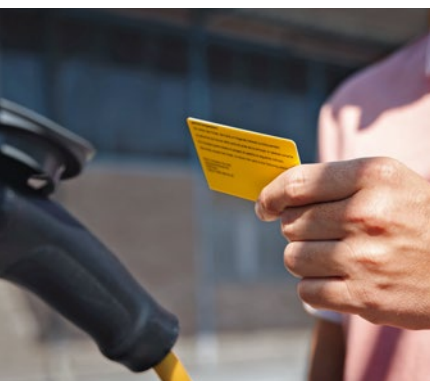
Mark Bögli
Responsabile Trasformazione
Mobilità elettrica



Primo bando di concorso OMC per l'acquisto di autobus elettrici

Intenzionata ad acquistare da qui ai prossimi anni un numero maggiore di autobus elettrici, AutoPostale ha indetto per la prima volta nel 2022 un bando di concorso OMC a cui hanno partecipato dieci fornitori di tutto il mondo. Ad aggiudicarsi l'appalto sono state due aziende, una svizzera e l'altra tedesca, con cui sono stati siglati contratti quadro per procedere all'ordine di bus elettrici, snodati e non, a piano ribassato e che ne semplificheranno l'acquisto.

AutoPostale ha bandito un appalto anche per bus diesel a pianale ribassato e rialzato e ha firmato contratti di acquisto con quattro fornitori. Per i bus elettrici sono state presentate più offerte che per i veicoli diesel.



Gestione del parco veicoli

Prosegue l'elettrificazione del parco veicoli del recapito

Nonostante le difficoltà di fornitura Post Company Cars ha portato avanti con successo l'elettrificazione della flotta acquistando mezzi elettrici per il recapito. Grazie alla soluzione di e-ricarica, il gestore di parchi veicoli della Posta propone soluzioni di mobilità sostenibili anche a terzi.

i

Riparare anziché sostituire

La gestione dei sinistri fa parte del servizio a 360° offerto da Post Company Cars. E anche nell'approccio ai danni si guarda alla sostenibilità: da qui la decisione del gestore di parchi veicoli di avviare una partnership con la rete di carrozzerie specializzate Repanet Suisse. Le officine aderenti, più di 200 in tutto il paese, seguono una filosofia ben precisa che punta sull'esecuzione delle riparazioni riducendo al minimo impatto ambientale e consumo energetico. Inoltre, per contenere la produzione di rifiuti, i pezzi danneggiati non vengono sostituiti, ma nel limite del possibile aggiustati.

Nel 2022 Post Company Cars ha acquistato 325 veicoli elettrici per il recapito di lettere e pacchi. «Una sfida impegnativa», commenta il direttore Nigel Storny. «Per via degli effetti della pandemia e della guerra in Ucraina ci sono state continue interruzioni delle catene di fornitura e ritardi nelle consegne di chip, semiconduttori e cablaggi che hanno messo in difficoltà il settore dell'automotive. Ma grazie al rapporto di fiducia che da anni ci lega al fornitore e alle prenotazioni effettuate con anticipo siamo riusciti a farci consegnare i mezzi che avevamo ordinato». La Posta risparmierà così 850 tonnellate di CO₂ all'anno.

Per elettrificare completamente il recapito nelle aree di Berna e Zurigo, sono stati ordinati 240 veicoli elettrici che sono stati consegnati tra novembre 2022 e gennaio 2023. L'obiettivo della Posta, di dotarsi entro il 2030 di una flotta clima neutrale per il recapito, è ancora più vicino.

Soluzione di e-ricarica: infrastruttura e valutazione del parco veicoli per terzi

Principale gestore full service di parchi veicoli indipendente della Svizzera, Post Company Cars propone servizi anche a terzi. Tra questi, ad esempio, la soluzione di e-ricarica supporta la clientela nella transizione alla mobilità elettrica: BKW si occupa di realizzare, a nome di Post Company Cars, l'infrastruttura di ricarica per i veicoli elettrici presso la sede dell'azienda e il domicilio del personale, mentre Post Company Cars gestisce le stazioni e provvede alla corretta fatturazione di tutte le ricariche.

Con il check e-mobility del parco veicoli si valutano, invece, la possibile introduzione di mezzi elettrici nella flotta esistente e l'infrastruttura di ricarica richiesta a tale scopo. Nel 2022 questo tipo di verifica è stata eseguita anche per i veicoli del personale e dei quadri della Posta.

Contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile

- SDG 3 Salute e benessere
- SDG 7 Energia pulita e accessibile
- SDG 9 Industria, innovazione e infrastrutture
- SDG 11 Città e comunità sostenibili

Soluzioni on demand

Viaggi d'escursione a portata di app

Chi desidera visitare il parco naturale della Gruyère in estate o fare trekking sull'altopiano della Greina in autunno oggi può prenotare comodamente il trasferimento in Bus alpin tramite app. L'offerta on demand della rispettiva regione e le corse possono essere prenotate in tutta semplicità con la nuova applicazione Bus alpin, che offre anche la possibilità di acquistare i biglietti senza contanti.

Per i gestori delle linee, tra cui AutoPostale, le prenotazioni tramite app sono meno onerose di quelle effettuate per telefono. Il vantaggio principale, però, è che l'app offre loro un quadro più preciso della situazione e permette di evitare viaggi a vuoto, a beneficio non solo del portafoglio ma anche dell'ambiente. Alle regioni della Greina, del Gantrisch e della Val de Charmey in cui è già stata introdotta con successo, ne seguiranno altre. A idearla basandosi sulla piattaforma on demand di AutoPostale è stata l'associazione Bus alpin, che promuove offerte di trasporto pubblico nelle aree montane svizzere.

**Contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile**

SDG 9 Industria, innovazione e infrastrutture
SDG 11 Città e comunità sostenibili

rdg.posta.ch/sdg

Partnership di trasporto

Corse speciali e prestazioni eccezionali per grandi eventi

AutoPostale è stata un partner di trasporto affidabile per numerosi grandi eventi che si sono susseguiti nel 2022, dalla Festa federale della lotta svizzera e delle tradizioni alpine di Pratteln al Campo federale degli scout di Goms.

Per il primo, che è il principale appuntamento sportivo periodico della Svizzera, ha organizzato il servizio navette Park-and-Ride tra Kaiseraugst e l'area della festa, garantendo corse 24 ore su 24 per quattro giorni, in parte anche a cadenza continua, e coinvolgendo 30 conducenti e dieci persone addette all'indirizzamento del pubblico. I momenti di maggiore affluenza sono stati nelle mattinate di sabato e domenica, quando in due ore sono

confluite nella zona ben 7000 persone. AutoPostale è stata in prima linea anche in occasione di altri eventi legati alla lotta svizzera che si sono svolti sul Brünig, sull'Engstlenalp e sulla Schwägalp.

Un vero e proprio tour de force dal punto di vista logistico è stato anche il più grande campo scout di sempre, che ha radunato a Goms 35'000 persone e ha richiesto un massiccio dispiego di autopostali, fino a 30 al giorno, o addirittura superiore nei momenti clou.

Contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile

SDG 11 Città e comunità sostenibili

rdg.posta.ch/sdg

Servizi finanziari

Strategia di mercato

Con la strategia SpeedUp, PostFinance si trasforma in un operatore finanziario diversificato, votato all'innovazione e focalizzato in modo ancora più sistematico sulle esigenze della clientela. A tal fine suddivide il suo core business in quattro settori di attività.

Nel **traffico dei pagamenti** (Payment Solutions) PostFinance è il partner affidabile dei commercianti e degli emittenti di fatture in Svizzera per le soluzioni d'incasso e di pagamento.

Nel **Retail Banking** offre ai clienti privati e commerciali soluzioni valide e consulenze per gestire il denaro nel modo più intelligente possibile, sia nel mondo fisico sia in quello digitale.

Nel **Digital First Banking** propone sul mercato Yuh, un'offerta interamente improntata al digitale per il «Banking & Beyond», che sviluppa e perfeziona costantemente.

Infine, con **Platform Business** PostFinance crea la piattaforma svizzera indipendente per il confronto e la stipula di finanziamenti, assicurazioni e soluzioni di previdenza.

Tappe principali del 2022

- Con la nuova PostFinance Card combinata con Debit Debit Mastercard® ora è possibile effettuare pagamenti anche oltre confine
- Insieme alla piazza finanziaria svizzera, PostFinance assicura una transizione agevole alla QR-fattura e supporta l'introduzione dei prodotti che prenderanno il posto delle polizze di versamento
- A fine 2022 l'app finanziaria Yuh conta più di 100'000 clienti
- Tramite l'offerta e-gestione patrimoniale PostFinance amministra oltre un miliardo di franchi

➤ Altri traguardi importanti

Rapporto di gestione 2022 di PostFinance

Prospettive 2023+

- Semplificazione dei pagamenti negli shop online grazie a PostFinance Pay
- Commercio e custodia di criptovalute
- Prodotti previdenziali 3a: panoramica generale più chiara sui fondi di previdenza e sottoscrizione semplificata per la clientela

Intervista

PostFinance accoglie con favore la svolta nella politica dei tassi d'interesse e registra un risultato stabile

Il CEO di PostFinance Hansruedi Köng intravede nella normalizzazione della situazione legata ai tassi d'interesse i presupposti, nel medio termine, per un significativo miglioramento della redditività. La PostFinance Card con modalità di pagamento supplementari, lanciata nel 2022, risponde ancora meglio alle esigenze e alle tendenze della clientela. La progressiva digitalizzazione impone inoltre ulteriori sviluppi, come la QR-fattura, e un'attuazione ragionevole del mandato di servizio universale a partire dal 2030.

Signor Köng, il 2022 è stato un anno travagliato per il settore finanziario. Come ha reagito PostFinance?

Personalmente sono soddisfatto del risultato raggiunto. Nonostante le avverse condizioni di mercato non abbiamo perso di vista i nostri obiettivi. Grazie alla normalizzazione dei tassi, a ottobre abbiamo potuto revocare le poco gradite commissioni sull'aver disponibile, i cosiddetti interessi negativi, per la nostra clientela. Inoltre abbiamo continuamente ottimizzato l'offerta di prodotti, con coraggio e spirito di innovazione.

Da settembre 2022, con il ritorno a un tasso guida positivo, si è chiusa l'era degli interessi negativi. Che importanza ha questo passo verso la «normalità» per PostFinance?

A medio termine il ritorno a tassi positivi sarà una benedizione dal punto di vista finanziario per PostFinance, che accoglie con favore quest'inversione di tendenza, anche nell'interesse della clientela. Nel breve periodo i rendimenti positivi degli investimenti non compenseranno integralmente la perdita dei ricavi da interessi negativi nelle operazioni interbancarie. La graduale normalizzazione del margine d'interesse, unita ai maggiori proventi delle attività indipendenti dagli interessi, creerà tuttavia i presupposti per un significativo miglioramento della nostra redditività a partire dal 2024.

PostFinance ha lanciato una nuova PostFinance Card combinata con Debit Mastercard®. Che vantaggi offre alla clientela?

Da anni portiamo avanti lo sviluppo di soluzioni pratiche e sicure per i pagamenti senza contanti. La nuova PostFinance Card permette di eseguire transazioni praticamente ovunque, sia in Svizzera sia oltre confine, e può essere utilizzata anche per effettuare ordini online, da casa o in mobilità, su siti di operatori e-commerce svizzeri ed esteri. Rispondiamo così all'esigenza della clientela e alla crescente tendenza a sostituire i contanti con mezzi di pagamento elettronici.



Da anni portiamo avanti lo sviluppo di soluzioni pratiche e sicure per i pagamenti senza contanti.

Hansruedi Köng
CEO PostFinance SA

Con il lancio della QR-fattura è stato raggiunto un altro traguardo nel campo della digitalizzazione. Qual è l'andamento del numero delle transazioni allo sportello?

L'introduzione della QR-fattura tiene conto, da un lato, della progressiva digitalizzazione dei processi dei nostri clienti

aziendali e, dall'altro, consente di applicare le disposizioni normative in materia di lotta al riciclaggio di denaro e finanziamento del terrorismo. Oltre a migliorare l'identificazione di chi paga in contanti, ciò semplifica l'esecuzione degli accertamenti sull'avente diritto economico previsti dalla legge. Che questi sviluppi tecnologici avrebbero accelerato il calo dei versamenti in contanti allo sportello che prosegue ormai da anni era chiaro da tempo. Questa tendenza è destinata a protrarsi, rendendo ancor più complessa la questione del finanziamento della costosa infrastruttura di sportelli fisici.

La politica sta discutendo attualmente del futuro del mandato di servizio universale della Posta e del mandato relativo al traffico dei pagamenti a esso collegato. Come vede il mandato di servizio universale a partire dal 2030?

Stabilire che tipo di servizio universale vuole avere in futuro la Svizzera per il traffico dei pagamenti è una questione politica. Il Consiglio federale vorrebbe presentare proposte concrete entro l'estate 2023. La Posta e PostFinance accolgono con favore quest'intenzione e sottolineano la propria disponibilità a partecipare ai lavori, fornendo le basi che consentano alla politica di decidere. Auspico una soluzione che tenga conto delle esigenze di aziende e popolazione e sia ragionevolmente attuabile dal punto di vista tecnico e finanziario.



Traffico dei pagamenti digitale

Le soluzioni di PostFinance per reagire al calo dei pagamenti in contanti nel 2022

Pagare in contanti è sempre meno frequente in Svizzera. Nel 2022 le carte di debito e di credito sono state le modalità andate per la maggiore, accanto al pagamento mobile che sta diventando sempre più popolare. Ma anche la nuova PostFinance Card combinata con Debit Mastercard® e l'app TWINT riscuotono grande successo.

Sempre più persone scelgono di pagare con la carta, sempre meno con i contanti: una tendenza confermata da diversi studi che da alcuni anni indagano sulle abitudini di pagamento della popolazione elvetica. Anche nell'anno in esame la carta di debito si è confermata essere la modalità di pagamento più in voga in Svizzera, sia in termine di utilizzo sia di fatturato. L'uso del contante si è mantenuto stabile al secondo posto: nella vendita diretta, ad es. in negozi o al ristorante, una transazione su tre, soprattutto di piccoli importi, continua a essere eseguita con monete e banconote. Per quanto stia guadagnando sempre più terreno, il pagamento mobile tramite cellulare resta nettamente indietro rispetto alla carta di debito, di credito e al contante. Un discorso a parte meritano, invece, gli acquisti online: qui è la carta di credito a farla da padrone, seguita

da TWINT e dalle carte di debito, in netto vantaggio sul pagamento contro fattura.

Con la PostFinance Card più possibilità di pagamento in tutto il mondo

PostFinance promuove da anni lo sviluppo di soluzioni pratiche e sicure per il pagamento senza contanti. Nell'anno in esame ha lanciato la nuova PostFinance Card, combinata con Debit Mastercard, che permette di effettuare transazioni praticamente ovunque, sia in Svizzera sia all'estero, oltre che di ordinare online da casa e in viaggio. «La combinazione con Debit Mastercard aumenta notevolmente l'appeal della nostra carta per i 2,6 milioni di clienti che la utilizzano», afferma Benjamin Staeheli, responsabile Payment Solutions presso PostFinance.



Siamo orgogliosi di poter proporre, grazie alla combinazione con Debit Mastercard, una carta gialla ancor più allettante, che offre possibilità di pagamento pressoché illimitate, sia in presenza sia virtuali.

Benjamin Staeheli
Responsabile Payment Solutions
presso PostFinance



TWINT, sempre più in voga

Secondo recenti sondaggi, oltre la metà della popolazione svizzera non sarebbe più disposta a rinunciare a TWINT. A fare uso dell'app di pagamento elvetica ideata da quella che in origine era una società affiliata di Post Finance è soprattutto la fascia d'età 18–25, che apprezza la velocità e la convenienza delle transazioni, oltre al fatto di poterle eseguire senza dover inserire dati personali. Un'altra nota di merito all'innovativa tecnologia: dopo aver superato nel 2022 la soglia del milione di download, alla fine dello stesso anno con ben oltre 1'125'000 utenti registrati la Post-Finance TWINT App ha conquistato il titolo di app TWINT più amata del paese. Oggi costituisce circa il 21% circa dell'intero ecosistema di TWINT.

Contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile

- SDG 8** Lavoro dignitoso e crescita economica
- SDG 9** Industria, innovazione e infrastrutture
- SDG 12** Consumo e produzione responsabili

rdg.posta.ch/sdg



Calcolatore di CO₂

La spesa per la settimana al supermercato, una nuova aspirapolvere, un viaggio a Parigi: acquistando ciò di cui si ha bisogno nella quotidianità o togliendosi ogni tanto qualche sfizio si producono inevitabilmente emissioni di CO₂. Considerando le enormi potenzialità che risiedono nel cambiamento delle abitudini di consumo individuali, Post-Finance ha sviluppato un proprio calcolatore di CO₂ che registra tutte le transazioni effettuate con la Post-Finance Card, una carta di credito di PostFinance o TWINT e stima in seguito l'impronta ecologica del consumo quotidiano con l'aiuto di un apposito fattore di emissione CO₂. Chi possiede un login e-finance può visualizzare e analizzare i propri dati relativi a 14 categorie. Più si è informati, infatti, e più si è stimolati ad agire.

Traguardi raggiunti

Yuh

A maggio 2022 l'app finanziaria Yuh ha festeggiato il suo primo compleanno in compagnia di 60'000 «Yusher». Il prodotto digitale, nato dalla collaborazione tra Swissquote e PostFinance, riunisce i principali strumenti finanziari in un'app innovativa, particolarmente apprezzata da chi preferisce il digitale per le proprie operazioni utilizzando le app da smartphone. La peculiarità di Yuh: oltre a permettere di creare piani di risparmio ed eseguire pagamenti, la neobanca consente anche di accedere in tutta semplicità al trading e negoziare criptovalute. Nell'autunno 2022 ha fatto inoltre da apripista, concedendo interessi sulle giacenze in contanti già dal 1° settembre, ancor prima di altri istituti. A fine 2022 l'app ha raggiunto per la prima volta il traguardo di oltre 100'000 utenti.

yuh.com

Contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile

- SDG 8** Lavoro dignitoso e crescita economica

rdg.posta.ch/sdg

E-gestione patrimoniale

L'e-gestione patrimoniale di Post-Finance ha guadagnato terreno: nel 2022 il patrimonio amministrato ha superato la soglia del miliardo di franchi e il numero di utenti che usufruiscono dell'offerta ha superato le 20'000 unità. Molte di queste persone scelgono tale canale per investire importi relativamente modesti, facendo affidamento sul fatto che il personale esperto di PostFinance collocherà il capitale in modo ottimale in base alla strategia d'investimento individuale. Nell'anno in esame è stata introdotta inoltre la possibilità di investire nell'e-gestione patrimoniale anche mediante un piano di risparmio, beneficiando così dell'effetto del prezzo medio.

postfinance.ch/egp

Lancio dei fondi ESG

Risparmiare per la vecchiaia in modo sostenibile: la richiesta di prodotti finanziari ad hoc sta crescendo. Per questo PostFinance ha sviluppato la sua offerta e, da maggio, i quattro fondi di previdenza PostFinance Pension si orientano dal punto di vista strategico ai criteri di sostenibilità ESG: ambiente, società e governance. PostFinance applica inoltre l'approccio «best-in-class», investendo cioè in aziende che all'interno del proprio settore sono le migliori in termini di performance di sostenibilità. Tenendo conto di questi criteri, per i rispettivi fondi d'investimento vengono raggiunti un punteggio ESG più elevato e un'impronta di CO₂ meno pesante rispetto all'indice di riferimento.

postfinance.ch/fondi-strategici

Contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile

- SDG 7** Energia pulita e accessibile
- SDG 9** Industria, innovazione e infrastrutture
- SDG 12** Consumo e produzione responsabili

rdg.posta.ch/sdg

Personale

«Essere il motore di una Svizzera moderna»: è questa la nostra vision per la Posta di domani. A far girare questo motore sono le nostre collaboratrici e i nostri collaboratori: circa 46'500 persone che compongono il mondo giallo e sono attive in tutti i Cantoni, le regioni linguistiche e gli 833 comuni del paese. La Posta offre loro condizioni d'impiego eque e interessanti, che definiscono gli standard sul mercato. Vantando 1839 apprendisti in 19 professioni, l'azienda è uno degli enti più importanti nel campo della formazione professionale e offre ai giovani interessanti possibilità di stage e accesso alla vita lavorativa al termine degli studi. In un mondo del lavoro in rapida evoluzione la Posta supporta e promuove lo sviluppo professionale del proprio personale con mansioni operative e direttive attraverso proposte di formazione e perfezionamento ad hoc, sostenendo ogni forma di diversità e inclusione.



Intervista

«Cerchiamo persone che abbiano voglia di crescere»

Trovare personale qualificato, promuovere la diversità e rafforzare la salute: sono queste le priorità della Posta che punta sul reclutamento per rendere l'azienda più versatile e dinamica, come spiega Valérie Schelker, responsabile Personale, nell'intervista che segue.

Signora Schelker, in che modo la Posta fa fronte alla carenza di forza lavoro specializzata?

Nel 2022 abbiamo messo a concorso quasi 3800 posti e trattato circa 62'000 candidature, escluse quelle del personale in formazione. Entro il 2026 avremo all'incirca tra 11'000 e 12'000 posti vacanti da occupare. «Tingi il futuro di giallo» è il messaggio che lanciamo sul mercato del lavoro, mostrando che la Posta offre molteplici possibilità e più di un centinaio di profili professionali. Assumiamo persone di cui riconosciamo le potenzialità anche se il profilo non soddisfa integralmente i requisiti richiesti e investiamo nella formazione e perfezionamento del nostro personale per far sì che abbia le carte in regola per affrontare le sfide del mondo del lavoro di oggi.



Alla Posta si può crescere professionalmente.

Valérie Schelker
Responsabile Personale,
membro della Direzione del gruppo

Cosa è stato fatto lo scorso anno sul fronte della diversità?

Abbiamo fatto graduali passi avanti. Entro il 2024, in tutti i livelli quadri e nelle funzioni direttive previste dal CCL dovrà essere presente almeno il 30% di donne e il 20% di collaboratrici e collaboratori che parlano una lingua diversa dal tedesco. La «short list» per le posizioni di quadro deve essere bilanciata rispetto ai criteri di ge-

nerie e lingua nazionale e le offerte d'impiego formulate di conseguenza. Accanto allo SmartWork che ci ha permesso di creare i presupposti per offrire modalità di lavoro flessibili, senza vincoli di tempo e luogo, intensifichiamo il numero di posti part time, in job sharing o top sharing, tutte formule che favoriscono la diversità. Attualmente alla Posta abbiamo già circa 70 duo di gestione che si suddividono le responsabilità direttive.

In che modo la Posta tutela e rafforza la salute del personale?

Nella spartizione e nel recapito, ad esempio, negli ultimi due anni abbiamo creato circa 500 nuovi posti per suddividere meglio la mole di lavoro. Inoltre abbiamo un'ampia offerta per quanto riguarda l'ambito della sicurezza sul lavoro e della protezione della salute e sensibilizziamo in particolare i responsabili sui temi legati alla salute e sulla prevenzione.

Quali sono le priorità per il 2023?

Le stesse che ho citato poc'anzi e, in aggiunta, quella della «gestione improntata alla salute». Perché i responsabili possono dare un contributo fondamentale, anche per favorire il ritorno al lavoro di persone che hanno subito malattie o infortuni.



124'200

offerte di lavoro conteggiate dall'Ufficio federale di statistica nel terzo trimestre 2022 (+26,6% rispetto al 2021).

3791

posti messi a concorso dalla Posta nel 2022, il 12,4% in più dell'anno precedente.

61'861

candidature inviate alla Posta per i 3791 posti messi a concorso nel 2022. Per ogni posto equivale al 12% in meno rispetto al 2021.

11'000–12'000

posti vacanti da occupare alla Posta entro il 2026.





Carenza di personale qualificato

Acquisire nuovi talenti e fidelizzare risorse specializzate

Calano le candidature e aumenta il tempo richiesto per occupare i posti vacanti: anche la Posta risente della carenza di forza lavoro che preoccupa l'intero paese. E visto che la difficoltà di reperire personale qualificato è destinata a durare, ha introdotto un nuovo Employer Brand.

Personale cercasi con urgenza! Nel 2022 il numero di posti vacanti in Svizzera ha raggiunto livelli record. La ripresa dell'economia dopo gli anni della pandemia ha fatto crescere la richiesta di manodopera. Questa tendenza si è fatta sentire anche alla Posta: «Anche se siamo riusciti a occupare la maggior parte dei posti», afferma Judith von Moos, responsabile Reclutamento, «rispetto al 2021 abbiamo ricevuto meno candidature e impiegato più tempo per reperire figure che stavamo cercando». Per alcune mansioni altamente qualificate nel campo degli acquisti, delle finanze e dell'IT in alcuni casi non è stato possibile trovare la persona adatta e, in altri, solo con grandi difficoltà.

Per acquisire nuovi talenti, la Posta deve presentarsi in modo mirato sul mercato, fortemente conteso, del lavoro. Questo posizionamento è stato rafforzato sulla base della strategia aziendale e dalla revisione della proposta di valore come datore di lavoro è nato un Employer Brand moderno e inconfondibile, accompagnato dal claim «Tingi il futuro di giallo», che sottolinea l'eccezionale varietà di mansioni e possibilità offerta dall'azienda. Utilizzata in annunci, campagne o in occasione di eventi come il campionato delle professioni SwissSkills, la nuova immagine ideata per il mercato del lavoro interno ed esterno permette alla Posta di attirare l'attenzione sui diversi temi che ha a cuore come datore di lavoro in modo adeguato ai gruppi target.

«La crescente carenza di personale è una tendenza che avevamo osservato già prima del 2022», aggiunge Judith von Moos. A causa dei numerosi pensionamenti della generazio-

ne dei baby boomer, anche nei prossimi anni la Posta continuerà a risentire di questo fenomeno, accentuato per altro dalla repentina trasformazione del mondo del lavoro. L'automazione e la digitalizzazione richiedono, infatti, nuove competenze specifiche sempre meno disponibili sul mercato. Per consentire al suo personale di acquisirle la Posta lancia diverse proposte e iniziative. Tra queste, il programma «Pronti per il mondo del lavoro» nato dalla collaborazione con le parti sociali sindacom e transfair che offre a chi vi partecipa la possibilità di analizzare, durante appositi workshop, interessi e punti di forza individuali e ricevere supporto e assistenza per crescere professionalmente e pianificare la propria carriera futura.

i

Inaugurata la sede IT in Portogallo

Scontrandosi con la crescente difficoltà di reperire risorse IT qualificate in Svizzera, la Posta esplora nuove strade e inaugura in Portogallo un proprio centro di sviluppo europeo che impiegherà a medio termine circa 120 persone. In questo modo va a integrare i centri di sviluppo IT presenti a Berna, Neuchâtel e Bellinzona e si assicura di fornire anche negli anni a venire servizi logistici e offerte digitali di alta qualità alle persone e alle aziende in Svizzera.

Il mercato del lavoro elvetico resta comunque centrale per la Posta, che non trasferisce posizioni nell'IT all'estero e prevede, da qui al 2030, di creare circa 200 nuovi impieghi nel settore all'interno del paese.



Formazione professionale

Formare oggi le risorse specializzate di domani

Tra le maggiori aziende di formazione in Svizzera, la Posta offre più di 100 profili professionali e consente a giovani talenti di ricevere una formazione varia e in grado di rispondere alle sfide del futuro. In questo modo contribuisce anche a far fronte alla carenza di personale qualificato, non da ultimo nel settore dell'ICT.



La Posta approda su TikTok

Da metà 2022 anche la Posta è su TikTok, il portale che aggiunge alle funzionalità di un social network la possibilità di caricare brevi videoclip con musica di sottofondo. Lanciata nel 2016, la piattaforma viene utilizzata in Svizzera da poco meno di un milione di utenti, principalmente di età compresa tra 18 e 25 anni. I contenuti della Posta sono dedicati a questo target e pensati soprattutto per presentarla come azienda di formazione e datore di lavoro.

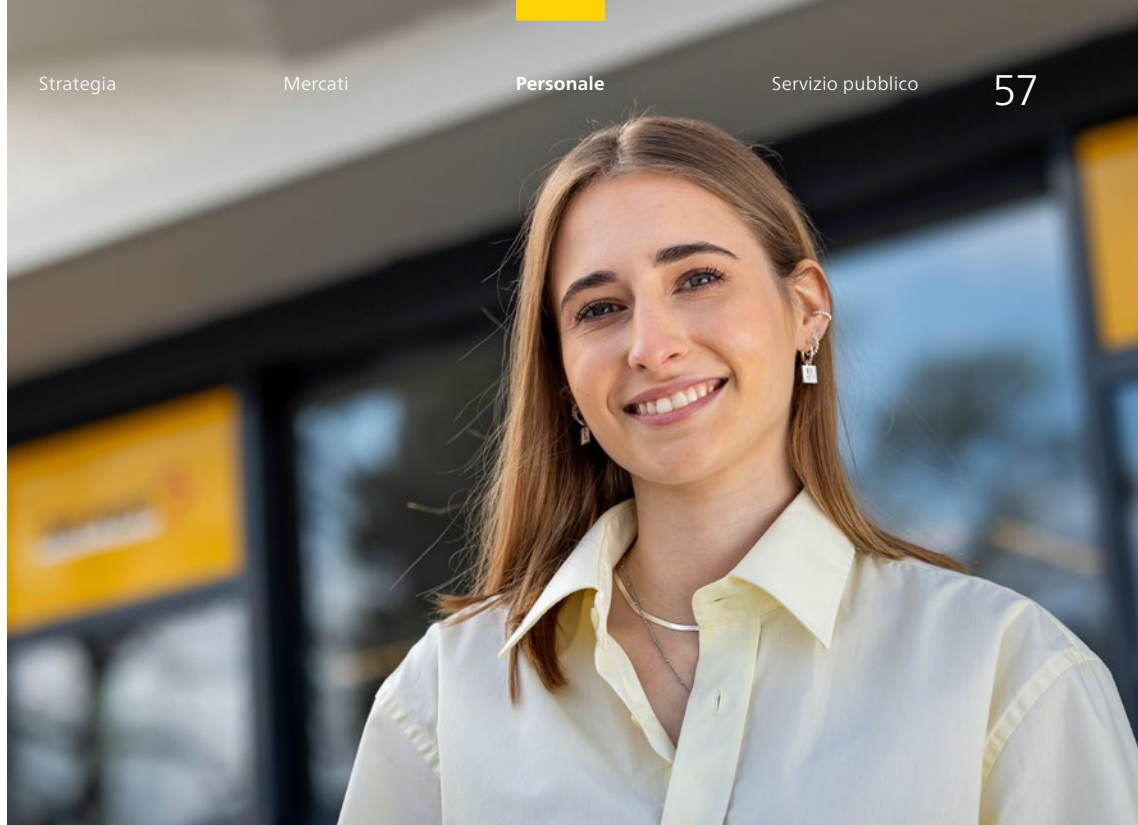
+ [tiktok.com/@swisspost](https://www.tiktok.com/@swisspost)

Da quello di montatrice in automazione a quello di mediamatica o addetto alla logistica, sono 19 i mestieri che si possono apprendere in azienda. I posti di apprendistato vengono offerti in tutte le regioni linguistiche, tanto in città quanto in campagna o nelle aree montane. Sono circa 2000 le persone in formazione occupate in modo permanente alla Posta e quasi 750 quelle che ogni anno si affacciano al mondo del lavoro. «Per noi formare non significa solo istruire», spiega Bruno Schumacher, responsabile Formazione professionale Posta, «ma seguire i giovani da vicino fornendo loro una preparazione diversificata e soprattutto insegnando loro ad assumersi da subito le proprie responsabilità e dare un contributo attivo nel contesto in cui operano». In azienda non si acquisiscono solo competenze tecniche, ma anche personali che si riveleranno preziose per la carriera futura. Una volta completato il percorso di formazione alla Posta, il 97% di chi lo ha seguito ha in tasca un diploma. L'azienda

mantiene così la promessa di offrire alle nuove generazioni le migliori opportunità sul mercato del lavoro.

Co-promotrice di un nuovo apprendistato professionale ICT

«Nonostante tutto questo non ci fermiamo», continua Bruno Schumacher, «ma aggiorniamo continuamente i corsi, in funzione delle esigenze dei giovani, del mercato del lavoro e della Posta». Nel 2022 è stato lanciato per la prima volta l'apprendistato quadriennale per sviluppatrice/sviluppatore di business digitale AFC nato in collaborazione con organizzazioni e aziende partner: una formazione a cavallo tra tecnica, economia ed essere umano, unica nel suo genere in Svizzera e in linea con la crescente digitalizzazione in atto alla Posta, anche a livello di prodotti e servizi. «Con il nuovo tirocinio intendiamo anche contrastare la drastica carenza di personale ICT qualificato», aggiunge Bruno Schumacher.



La Posta investe da anni nella formazione in questo settore professionale: da questo impegno sono nate due fucine di talenti per informatiche e informatici, il Campus ICT Posta e il Competence Center for Young Professionals (CCYP) di PostFinance.

Stand interattivo al campionato svizzero delle professioni

La centralità del sistema di formazione professionale svizzero è stata sottolineata con forza anche nel corso dell'edizione 2022 degli SwissSkills, che ha offerto a una platea di più di 120'000 persone, di cui 64'000 in età scolare, interessanti informazioni su ben 150 diversi profili professionali, oltre alla possibilità di seguire i campionati nazionali delle professioni in 87 categorie. La Posta ha presenziato all'evento di cinque giorni con uno stand interattivo in cui ha fornito indicazioni sull'ingresso nel mondo del lavoro e sui 19 indirizzi di formazione offerti. Anche dieci persone in

formazione dell'azienda hanno partecipato al concorso nelle categorie addetta/o alla logistica, IT Software Solutions for Business, Mediamatics, Web Technologies e impiegata/o di commercio. Al termine della gara Yaël Wehrli, che si è aggiudicata il bronzo per la categoria Web Technologies e perfino il primo posto nella Speed Challenge, ha affermato: «Il solo fatto di essere riuscita a qualificarmi per gli SwissSkills è stata una soddisfazione immensa. Ma l'emozione di essere stata l'unica donna tra 23 uomini a conquistare il gradino più alto del podio è stata indescrivibile. Spero di essere riuscita a dimostrare alle visitatrici della fiera che l'informatica non è un mondo per soli maschi».



La Posta prepara i giovani al mondo del lavoro.

Bruno Schumacher
Responsabile Formazione
professionale Posta



Sviluppo dei quadri

La leadership come leva della trasformazione

Le persone investite di responsabilità direttive influenzano notevolmente la cultura aziendale. Per supportare l'attuazione della strategia «Posta di domani», il gruppo si affida a un programma di leadership appositamente orientato alla trasformazione che ha preso il via nel 2022, in seguito all'implementazione delle prime misure nel corso dell'anno precedente.

Per attuare con successo la strategia «Posta di domani», l'azienda deve far leva sui propri punti di forza e sviluppare la sua cultura. Questo compito riguarda in particolare le persone che svolgono un ruolo direttivo e che influenzano in modo significativo i principi e i valori fondanti dell'impresa nel lavoro quotidiano, nei progetti e nelle tematiche specifiche e li veicolano al personale.

Da fine 2021 la Posta punta a radicare la nuova idea di gestione a livello aziendale attraverso un programma di leadership appositamente orientato alla trasformazione. Battezzato «En viadi», locuzione della lingua romancia che significa «in viaggio», quest'ultimo si prefigge di sviluppare tra le persone con responsabilità direttive una concezione comune di come la Posta vive la gestione, imposta la collaborazione e attribuisce importanza alle competenze richieste a questa categoria di personale. Il programma, che fino a fine 2022 è stato seguito con successo da quasi 600 responsabili, proseguirà nel 2023 e verrà esteso con appositi adeguamenti ad altri livelli direttivi.

Obiettivi

Più diversità nella gestione aziendale

Per promuovere la diversità del personale responsabile in termini di genere e lingua nazionale, la Direzione del gruppo Posta si è prefissata nel 2022 un obiettivo ambizioso: entro il 2024 in tutti i livelli quadri e nelle funzioni direttive previste dal CCL almeno il 30% dovrà essere rappresentato da donne e il 20% da collaboratrici e collaboratori che parlano una lingua diversa dal tedesco. A tale scopo l'azienda recluta in modo ancor più mirato donne e persone non germanofone e punta su condizioni d'impiego allettanti come posti a tempo parziale, home office o SmartWork.

Inclusione

Reintegrazione nel mondo del lavoro: un vantaggio per tutti

Le assenze prolungate per malattia o infortunio sono una fonte di stress per il personale. Il Case Management della Posta aiuta le persone che ne sono interessate a trovare una via d'uscita e a reinserirsi nel mondo del lavoro.

Quando a causa di problemi di salute di natura fisica o psichica si è costretti a restare a casa dal lavoro per molto tempo, reinserirsi nella realtà professionale può diventare complesso. È qui che entra in gioco il Case Management della Posta che, attraverso personale specializzato, assiste e supporta le collaboratrici e i collaborati in questione nella delicata fase del rientro al lavoro. «Insieme ai diretti interessati e in stretta collaborazione con responsabili, consulenti HR e partner esterni quali assicurazioni sociali e medici cerchiamo la soluzione ottimale per un reinserimento duraturo sul posto di lavoro», spiega Claudia Gruber, responsabile Case Management.

Più assenze

Da alcuni anni le assenze per malattia e infortunio alla Posta stanno aumentando e dal 2021 si registra un'intensificazione. Uno dei principali motivi è l'invecchiamento del personale, la cui età media si aggira intorno ai 46 anni. Con l'avanzare dell'età le persone non si ammalano più spesso, ma si assentano tendenzialmente più a lungo per problemi

di salute. Costituendo una fetta importante dell'organico, ciò incide notevolmente sui dati relativi alla salute. «Nel Case Management lo notiamo», afferma Claudia Gruber. «Il regolamento della Cassa pensioni Posta prevede che dal compimento del 50° anno di età chi ha 20 o più anni di servizio ha diritto a essere reintegrato sul posto di lavoro. Pertanto anche il numero di richieste di affiancamento da parte del Case Management aumenta. Una reintegrazione riuscita, però, non è una questione di età e conviene a tutti». Potendo impiegare le proprie competenze in un settore d'attività adeguato il personale, infatti, risulta motivato, mentre la Posta può preservarne il know-how in azienda più a lungo, il che alla luce dell'attuale carenza generalizzata di forza lavoro qualificata è più importante che mai.

Contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile

SDG 3 Salute e benessere

rdg.posta.ch/sdg

Fatti e cifre

636

persone sono state assistite al 31 dicembre 2022 dal Case Management del gruppo (ad esclusione di PostFinance), il 19,3% in più del 2021.

585

persone sono state segnalate per la prima volta al Case Management (ad esclusione di PostFinance) nel 2022, 55 in più rispetto al 2021.

64,4%

è la **quota di reintegrazione** (ad esclusione di PostFinance) di casi complessivi che hanno richiesto particolare assistenza (2021: 58,7%).

i

Contratti collettivi di lavoro Posta CH e PostFinance SA prorogati fino a fine 2024

L'accordo CCL mantello e i due CCL aziendali Posta CH e PostFinance SA saranno prorogati di un anno fino alla fine del 2024, secondo quanto stabilito di comune accordo dalle parti sociali, ovvero la Posta e i sindacati syndicom e transfair. Nonostante il periodo economicamente impegnativo, la Posta continua così a offrire ai suoi circa 30'000 membri del personale condizioni quadro eque e stabili. Nell'anno della proroga sarà comunque possibile modificare singole disposizioni del CCL, consensualmente e nell'ottica delle esigenze aziendali. Il CCL aziendale AutoPostale resta in vigore fino alla fine del 2024 e verrà negoziato separatamente.

Impegno a tutto tondo per una Svizzera forte e moderna

L'impegno della Posta a favore della Svizzera non si limita solo a fornire al paese, oggi e domani, un servizio universale di qualità. Con l'obiettivo di essere all'altezza delle sfide del futuro e la convinzione che una rete solida aumenti la capacità di innovazione, l'azienda collabora infatti con startup e atenei. Oltre a essere partner e sponsor dell'Associazione Sentieri Svizzeri, del Locarno Film Festival e della Croce Rossa Svizzera, finanzia il Museo della comunicazione di Berna, di cui è co-fondatrice. Nell'anno in esame è stata altresì partner principale del «CaFe», il Campo federale scout organizzato in Vallese. Anche la Corporate Responsibility è parte integrante della strategia del gruppo: la Posta, infatti, vuole essere il motore di una Svizzera moderna e di uno sviluppo sostenibile anche per le generazioni future.





pro clima
Traguardo sicuro?
Elettricità ecologica!

In viaggio
senza
effetti
clima

TI-160804



Il servizio universale del futuro

Portare avanti il dialogo sul futuro

Quella svizzera è oggi l'organizzazione postale numero uno al mondo. Per mantenere questo primato, occorre ridefinire il servizio universale del futuro. Le discussioni in merito hanno preso il via nell'anno in esame.

i

Il dibattito politico è iniziato

A inizio 2022 una commissione di esperti presieduta dall'ex consigliera agli Stati Christine Eggerszegi ha espresso in un rapporto le proprie considerazioni sul ruolo che la Posta dovrà ricoprire in futuro. Anche se l'azienda non condivide tutte le misure proposte, le analisi elaborate coincidono sostanzialmente con quelle formulate dal gruppo nel 2019 e utilizzate come base per l'attuale strategia «Posta di domani» (2021–2024). Il dibattito politico per i prossimi anni può dirsi, dunque, iniziato.

Quali prestazioni dovrà fornire la Posta a partire dal 2030 in regime di servizio universale? Di questo devono discutere ora in Svizzera tutti gli attori coinvolti: politica, economia e società. Al centro c'è la Posta, con le sue competenze e i suoi quasi 175 anni d'esperienza.

I punti cardine di cui l'azienda deve tenere conto per l'organizzazione del servizio pubblico di domani sono tre.

- Il servizio pubblico deve rispondere alle esigenze attuali e future della popolazione e delle imprese in Svizzera e, anche dopo il 2030, dovrà prevedere prestazioni fisiche e digitali per la clientela.
- Proporre un'offerta adeguata di servizi logistici è da sempre l'elemento chiave del mandato di servizio pubblico della Posta. Alla luce dei cambiamenti della società il servizio universale deve però evolvere, da

un lato per soddisfare le richieste della popolazione e dall'altro per poter continuare a essere finanziato. In altre parole, per garantire un rapporto costi-benefici ottimale dal punto di vista sociale. I flussi di merci e informazioni devono essere orientati in modo efficiente e sostenibile, senza perdere di vista le necessità della clientela nelle regioni rurali e urbane del paese.

- Dalla digital health al voto elettronico, la Posta gestisce e sviluppa piattaforme digitali ed ecosistemi aziendali che presuppongono una comunicazione digitale semplice e sicura, non da ultimo nel rapporto con la cittadinanza e la pubblica amministrazione. Grazie alla sua presenza capillare sul territorio, l'azienda contribuisce attivamente alla promozione delle competenze digitali della popolazione svizzera.



SEF.NextGen

Il servizio pubblico di domani visto dalla generazione Z

Nella pianificazione del futuro la Posta tiene conto anche dell'opinione dei giovani e per questo scende in campo come partner strategico dei SEF.NextGen Camps, eventi della durata di più giorni in cui protagonista è la generazione Z, ovvero giovani tra i 18 e i 24 anni che affrontano sfide realistiche e cercano soluzioni a questioni concrete del mondo dell'imprenditoria.

Anche la Posta lancia ogni volta una sfida: se nella primavera 2022 aveva chiesto al pubblico presente di indicare le esigenze nei confronti del servizio pubblico del 2030, in autunno ha interpellato gli ex studenti chiedendo loro cosa può fare oggi la Posta per restare un punto di riferimento per bambini e ragazzi in età scolare. L'obiettivo dell'impegno sul fronte SEF.NextGen è scoprire cosa le nuove generazioni si aspettano dal servizio pubblico di domani. Perché i giovani di oggi non saranno solo le persone che fruiranno dell'offerta, ma anche coloro che le daranno forma in modo determinante.

➤ Maggiori informazioni:
sef-nextgen.ch



Per noi è importante sapere cosa si aspettano i giovani dal servizio pubblico di domani.

Kim Haldemann
Responsabile di progetto Sponsoring

Con la strategia «Posta di domani» dà alla Confederazione e al Parlamento il tempo necessario e il margine di manovra per definire il servizio pubblico dal 2030 senza pressioni economiche impellenti. L'azienda continuerà a impegnarsi attivamente nel dialogo intrapreso. Per una Svizzera forte con una Posta forte.

- ➔ Intervista a Christian Levrat e Roberto Cirillo, pagg. 16–19
- ➔ Strategia «Posta di domani», pagg. 20–23
- ➔ post.ch/politica

Contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile

- SDG 9** Industria, innovazione e infrastrutture
- SDG 11** Città e comunità sostenibili
- SDG 12** Consumo e produzione responsabili

➔ rdg.posta.ch/sdg



Solide reti di partner per la Svizzera

Promuovere la Svizzera come piazza economica e polo di ricerca

Per tenere il passo con le sfide di domani, la Posta collabora con startup e atenei. Quest'approccio di rete non rafforza solo l'azienda e la sua clientela, ma anche la Svizzera come piazza economica e polo di ricerca.

Come accorciare i tragitti per continuare a offrire prezzi per il recapito di lettere e pacchi economicamente sostenibili? Come applicare nuovi dispositivi tecnologici per tutelare il personale addetto alla logistica da rischi legati alla salute? Dove impiegare con intelligenza veicoli autonomi robotizzati? Domande come queste sono al centro di numerosi progetti innovativi portati avanti da tutte le unità della Posta in stretta collaborazione con partner esterni del mondo dell'economia privata e della ricerca al fine di migliorare i servizi esistenti e sviluppare nuove offerte. Startup agili e specializzate forniscono conoscenze,

idee ed esperti con un solido know-how che, non dovendosi occupare dell'attività postale quotidiana, possono dedicarsi interamente al progetto che seguono.

Vantaggi su tutta la linea

Come sottolinea Thierry Golliard, responsabile Open Innovation & Venturing, queste partnership generano vantaggi per entrambe le parti: «Per alcune startup la Posta è il primo cliente di riferimento con cui poter testare e sviluppare la propria tecnologia e i prodotti o servizi offerti. Oltre alle sfide con cui cimentarsi, mettiamo a disposizione l'esperienza derivante



Lorenz Wyss
Responsabile Gestione innovazioni

Intervista

Una rete solida dà slancio all'innovazione

Perché la Posta deve essere innovativa?

Perché il mondo è in continua evoluzione e le esigenze e richieste della nostra clientela sono in costante cambiamento. Anche noi dobbiamo adeguarci giocando d'anticipo e lavorando già oggi ai servizi postali di domani e dopodomani.

Perché la Posta ha bisogno di partner in questo sviluppo?

Perché oltre ad aumentare e velocizzare la capacità di innovazione una buona rete ci assicura le competenze e risorse necessarie di cui non disponiamo internamente.

Avvalersi della collaborazione di partner esterni non è oneroso?

È quasi sempre più efficiente collaborare con i partner giusti piuttosto che acquisire le competenze richieste a livello interno e ripartire da zero ogni volta. Tuttavia sarebbe di gran lunga più dispendioso rinunciare ai progetti d'innovazione. La Posta, oggi, è un'azienda redditizia e di successo di proprietà della Confederazione e deve continuare a esserlo anche in futuro.



Nella nostra rete di partner sviluppiamo con successo sempre nuovi modelli commerciali.

Thierry Golliard

Responsabile Open Innovation & Venturing

dal nostro core business e una struttura delle giuste dimensioni per soluzioni scalabili». Per queste giovani imprese la Posta svolge quindi il ruolo di sparring partner e costituisce un'importante referenza sul mercato per acquisire altri clienti. Le startup, in gran parte svizzere, crescono insieme alla Posta e creano posti di lavoro. Per quanto generalmente si mantenga un rapporto cliente, a volte la Posta investe in aziende tecnologiche in rapida espansione, di cui acquisisce tuttavia quasi sempre partecipazioni di minoranza in modo da consentire loro di mantenere la propria libertà e flessibilità.

Progredire con il supporto del mondo scientifico

Gli atenei e le scuole universitarie svizzere hanno un ruolo importante nel processo di innovazione della Posta. Questi enti, infatti, affiancano progetti, mettono a disposizione i risultati più recenti delle ricerche internazionali e valutano i dati in base a parametri scientifici. Un approccio che, oltre a fornire preziose informazioni, supporta le decisioni economiche da prendere e consente alla Posta di posizionarsi nei confronti del rispettivo campus come datore di lavoro interessante e acquisire talenti. Anche questa partnership è proficua per entrambe le parti in quanto gli atenei ottengono dall'azienda progetti di ricerca concreti e fondi di terzi per finanziare ricerca e tirocini.

Accanto a startup e università, della rete della Posta fanno parte anche enti pubblici, aziende postali estere e imprese di altri settori. «Queste collaborazioni mirate sviluppate negli anni ci permettono di individuare, sviluppare e testare di continuo e con successo nuovi modelli commerciali», afferma Thierry Golliard. A trarne vantaggio è in primis la clientela della Posta: in termini di nuovi prodotti, maggiori opzioni e un accesso più semplice a servizi postali innovativi e ottimizzati, con la certezza che anche tra 10, 20 e 30 anni l'azienda sarà in grado di soddisfare le giuste esigenze.

Contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile

SDG 9 Industria, innovazione e infrastrutture

rdg.posta.ch/sdg

Successi

La soluzione a portata di voce

Chi compone il numero del Contact Center della Posta non deve più distreggiarsi tra un menu multilingue con opzioni predefinite. D'ora in poi basterà semplicemente comunicare a voce il motivo della chiamata. Il sistema sviluppato dalla ditta Spitch trasforma il messaggio vocale in testo e trasferisce in pochi secondi la richiesta a una persona esperta in materia.

spitch.ai

Più sicurezza con gli esoscheletri

Per permettere al personale addetto alla logistica di sollevare pacchi pesanti proteggendo la schiena, la Posta testa gli esoscheletri ideati dalla spin-off del Politecnico federale di Zurigo Auxivo e dalla startup olandese Laevo. Queste strutture meccaniche sostengono e sgravano l'apparato muscolare o forniscono ulteriore forza dall'esterno in caso di movimenti faticosi.

auxivo.com

laevo-exoskeletons.com

Un aiutante davvero «smart»

Nei quattro mesi di sperimentazione Robi, il veicolo robotizzato semiautonomo della startup TwinswHeel, ha trasportato i bagagli dei turisti nella rinomata località senz'auto di Saas-Fee. Il progetto, sviluppato in collaborazione con la Scuola universitaria professionale della Svizzera occidentale (HES-SO) nell'ambito del mobility lab, ha fornito alla Posta dati importanti sui possibili servizi di mobilità del futuro.

twinswheel.fr

hes-so.ch

mobilitylab.ch

Il giro di recapito ottimale

Insieme alla startup notime, rilevata nel 2020, e al Politecnico federale di Zurigo, la Posta ottimizza i giri di recapito. Gli algoritmi e i tool di pianificazione sfruttano le conoscenze scientifiche più recenti per calcolare e mostrare diversi percorsi quanto più possibile brevi e selezionare così l'opzione migliore.

notime.ch

ethz.ch

Campo federale scout

La Posta in campo per un evento senza eguali

30'000 scout e divertimento sconfinato: il Campo federale «CaFe» di Goms (VS) è stato un enorme successo. Anche la Posta ha partecipato al grande raduno, fornendo un supporto costante su vari fronti e regalando esperienze indimenticabili. In perfetto spirito «mova», il motto dell'evento.





Un gigantesco villaggio di tende grande come 170 campi da calcio: dal 23 luglio al 6 agosto, la località vallesana di Goms ha ospitato circa 30'000 bambini e giovani iscritti al movimento scout che, muniti di sacco a pelo, stivali di gomma e zaino, sono giunti qui da tutto il paese per il più grande Campo federale di sempre. Di giorno il programma prevedeva giochi e sport a contatto con la natura, mentre la sera trascorrevano tra le chiacchiere e il suono della chitarra intorno al falò.

Al CaFe, di cui è stata partner principale, la Posta ha presenziato con uno stand interattivo a forma di maxi pila di pacchi con tanto di sfondo fotografico, atelier dedicato alle cartoline e lounge in cui immortalare i momenti più belli dell'evento. Grande successo hanno avuto anche i riscìo in stile AutoPostale, ideali per pedalare su e giù per il BuLaVard. Sull'area della festa è stata allestita anche una filiale speciale con un proprio NPA che ha ricevuto ogni giorno quasi 2000 pacchi di vivande e squisitezze. Le consegne speciali, ad esempio i regali di compleanno, sono state affidate invece a Benno Posta B, un postino molto originale a bordo di uno scooter elettrico agghindato con ghirlande e bandierine.

Un incarico senza precedenti per AutoPostale

AutoPostale ha iniziato a prepararsi all'evento già 36 mesi prima ed è riuscita così ad assicurare per due settimane gli spostamenti di circa 50'000 persone nell'ambito del CaFe. Il personale conducente e d'esercizio ha lavorato a ritmi sostenuti, assoldando anche pensionati come conducenti di riserva o assistenti alla clientela. Il giorno clou sul fronte logistico è stato il 29 luglio, giornata di visita e partenza dei giovani «lupetti»: 2000 passeggeri hanno preso l'autopostale in una direzione e 9000 nell'altra, per un totale di 43 veicoli in servizio.

i

Un francobollo che sa di falò

Per celebrare il grande evento di portata nazionale, la Posta ha emesso il francobollo speciale «Campo federale» che ritrae cinque giovani seduti intorno a un falò mentre cantano e raccontano storie. Sfriggendolo, si sprigiona un inconfondibile profumo di legna bruciata. Per la realizzazione del dentello è stato indetto un concorso.



Croce Rossa Svizzera

Insieme contro la povertà in Svizzera

All'insegna del motto «Insieme nella lotta contro la povertà in Svizzera», è stata siglata una partnership ufficiale della durata di tre anni tra la Croce Rossa Svizzera e la Posta, che si impegna così a sostenere l'ente in quest'importante battaglia nel corso di tutto l'anno.

Insieme a CRS, SRG SSR e Coop, la Posta promuove dal 1997 l'iniziativa di beneficenza «2 x Natale», facendosi carico dei costi di spedizione dei pacchi da donare. La nuova cooperazione farà tesoro delle esperienze di questa storia di successo.

+ 2xnatale.ch

Impegni

Escursionismo

L'escursionismo è lo sport popolare per eccellenza in Svizzera. Partner principale dell'Associazione Sentieri Svizzeri, la Posta propone un ampio ventaglio di attività ed escursioni principalmente rivolte alle famiglie.

+ posta.ch/escursionismo

Arte in periferia

Durante gli eventi del ciclo «Arte in periferia», realizzati con il patrocinio della Posta in località suggestive e lontane dai percorsi battuti quali la valle di Safien o la gola di Twingi, sono state esposte opere di artisti legate alle realtà locali.

+ scoprire-arte.ch

Locarno Film Festival

La rinomata rassegna cinematografica internazionale, di cui la Posta è sponsor da 20 anni, richiama ogni anno decine di migliaia di visitatori che utilizzano il servizio navetta di AutoPostale.

+ posta.ch/locarno-festival

Museo della comunicazione

Il Museo della comunicazione di Berna è l'unico ente museale in Svizzera a ospitare un'esposizione interattiva dedicata alla comunicazione e alla sua storia. La Posta e Swisscom ne sono le fondatrici.

+ posta.ch/sponsoring

Strategia di Corporate Responsibility

Agiamo oggi per il domani

Datore di lavoro socialmente responsabile, acquisti responsabili, soluzioni clienti sostenibili, bene comune, clima ed energia: sono questi i cinque settori d'intervento in cui si declina l'operato della Posta in termini di responsabilità.



Garantire un futuro sostenibile per le generazioni future è una priorità per la Posta.

Christian Plüss
Responsabile Servizi di mobilità

La Corporate Responsibility è parte integrante della strategia del gruppo: la Posta, infatti, vuole essere il motore di una Svizzera moderna e di uno sviluppo sostenibile anche per le generazioni future. Per questo motivo persegue una strategia aziendale improntata a principi di responsabilità, tutela del clima ed etica, con l'obiettivo di raggiungere un giusto equilibrio tra successo economico, operato ecologicamente sostenibile e responsabilità sociale, senza mai perdere di vista le esigenze delle generazioni odierne e future. Accanto al clima e all'energia (cfr. riquadro sottostante) la Posta ha individuato altri quattro settori d'intervento prioritari.

Datore di lavoro socialmente responsabile

La Posta crea condizioni d'impiego eque, attraenti ed economicamente sostenibili e un ambiente lavorativo che favorisce il rendimento individuale e la conciliabilità tra lavoro e altri aspetti della vita. Promuove inoltre la diversità, si adopera per l'integrazione delle persone con le storie più diverse e non lascia spazio alla discriminazione.

Bene comune

La Posta genera valore aggiunto per l'economia e la società svizzere e contribuisce al bene comune. Con una presenza capillare su tutto il territorio, assicura l'accesso alle prestazioni

Clima ed energia al centro

I nostri obiettivi

Dal **2025** recapiteremo **lettere e pacchi** nei **centri urbani a impatto climatico zero**.

Entro il **2030** raggiungeremo la **neutralità climatica nelle attività proprie**.

Nel **2040** conseguiremo l'obiettivo di **emissioni nette pari a zero** lungo l'**intera catena di creazione del valore**.



Puntiamo a fornire **trasporti di merci e persone** a impatto climatico zero, passando a veicoli con motori alternativi.

Costruiamo e gestiamo edifici sostenibili: entro il 2030, l'**80% delle superfici degli edifici della Posta** sarà riscaldato senza combustibili fossili.

Utilizziamo l'energia solare, eolica e idraulica puntando sulla **produzione di elettricità proveniente al 100% da fonti rinnovabili svizzere**.



Operiamo nel rispetto delle risorse e tenendo conto della nostra responsabilità sociale.

Johannes Cramer
Responsabile Servizi logistici

importanti collegando tra loro regioni e generazioni e autofinanzia un'offerta di servizio pubblico che sviluppa dialogando con i gruppi d'interesse coinvolti.

Acquisti responsabili

Perseguendo una politica di acquisti responsabili, la Posta assume un ruolo di apripista nel campo della sostenibilità e include appositi criteri nelle gare d'appalto e nei processi d'acquisto. Si rapporta con i fornitori in modo responsabile e adotta un approccio innovativo per garantire la riduzione delle emissioni di CO₂ nella catena di creazione di valore.

Soluzioni clienti sostenibili

La Posta sfrutta potenziali di mercato sviluppando e proponendo soluzioni clienti rispettose delle risorse e socialmente responsabili. Grazie alle solide competenze logistiche, si posiziona come offerente di soluzioni globali per l'attuazione dell'economia circolare in Svizzera.

- + Maggiori informazioni sulla strategia CR nel **Rapporto finanziario** alle pagg. 25-32
- + Maggiori informazioni sul contributo della Posta agli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDG 3, 7, 8, 9, 11 e 12) rdg.posta.ch/sdg
- + Cosa significa responsabilità per la Posta: posta.ch/impegno



Neutralizziamo le emissioni residue: sottraiamo dall'atmosfera le emissioni di CO₂ che non possono essere evitate.



Allegato «La Posta: un esempio di sostenibilità per il clima»

Come grande azienda logistica, la Posta gioca un ruolo particolarmente importante nella riduzione delle emissioni di CO₂ e del consumo di energia. Per maggiori dettagli su questo settore d'intervento si rinvia all'allegato a pag. 1 del rapporto annuale.

- + rapportodigestione.posta.ch/allegato

Intervista

CR come orientamento strategico



Alexandra Hofmann
Responsabile Sviluppo aziendale

Cosa intende la Posta per «sostenibilità»?

È un principio che influenza in modo determinante il nostro modo di pensare e agire all'interno del gruppo. Perseguire uno sviluppo sostenibile significa tenere conto di tutte le dimensioni, dall'ecologia all'economia fino alla responsabilità sociale, e soddisfare le nostre esigenze attuali, senza andare a scapito delle generazioni future. L'impegno degli ultimi 25 anni e la volontà di accelerare sull'obiettivo climatico ed energetico che ci siamo prefissati lo dimostrano chiaramente.

In che modo la Posta si assume la propria responsabilità sociale?

Promuovendo la diversità culturale, l'integrazione e la realizzazione di punti di accesso senza barriere per consentire alle persone con disabilità di fruire dei nostri servizi. Creiamo inoltre possibilità di lavoro in tutta la Svizzera, anche nelle regioni isolate, e proponiamo ogni anno circa 2000 posti di formazione. Insieme ai nostri partner aiutiamo le persone in difficoltà.

Come vede il futuro dello sviluppo sostenibile?

Ci assumiamo pienamente le nostre responsabilità e mettiamo in campo tutte le nostre forze, non solo nell'ambito delle attività proprie. Lungo l'intera catena di creazione del valore e in tutti i settori d'intervento in cui operiamo abbiamo bisogno di nuovi approcci e idee, che sviluppiamo insieme a partner e clienti, ponendoci come modello.

Informazioni sul rendiconto

Struttura dei documenti

Il rendiconto 2022 della Posta comprende i seguenti documenti:

- Rapporto di gestione della Posta
 - Rapporto annuale
 - Rapporto finanziario (relazione annuale, Corporate Governance e chiusure annuali del gruppo, de La Posta Svizzera SA e di PostFinance SA)
 - cifre relative al Rapporto di gestione
 - indice Global Reporting Initiative
- Rapporto di gestione di PostFinance SA

Questi documenti possono essere scaricati in formato elettronico all'indirizzo

👉 rapportodigestione.posta.ch/downloads, dove è possibile consultare la versione online del Rapporto di gestione. Il Rapporto annuale e il Rapporto finanziario della Posta, così come il Rapporto di gestione di PostFinance SA, sono inoltre disponibili in formato cartaceo.

Lingue

Il Rapporto di gestione della Posta è pubblicato in tedesco, francese, italiano e inglese. Fa fede la versione in lingua tedesca.

Ordinazione

La versione su carta del Rapporto di gestione della Posta può essere ordinata su

👉 posta.ch/ordinazione-rapportodigestione. Il personale della Posta può 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. +41 848 888 888
Contatto per i media +41 58 341 00 00
posta.ch

Concezione e gestione del progetto

Martin Clausen e Benjamin Blaser,
Comunicazione Posta, Berna
Dr. Andreas Sturm, phorbis Communications SA, Basilea

Testi

Redazione Posta, Berna
Sandra Schindler, Mareike Fischer, Barbara Meier e
Beat Büchler, Klarkom AG, Berna

Fotografie

Comunicazione Posta e altre fonti

Layout e composizione

Ilona Troxler Smith e Franck Schirmer,
phorbis Communications SA, Basilea

Revisione e traduzioni

Servizio linguistico Posta, Berna

Stampa

Stämpfli SA, Berna

Sulla carta

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

Cifre degli ultimi cinque anni

		2018	2019	2020	2021	2022
Risultato						
Ricavi d'esercizio	mln di CHF	7'254	7'168	6'548	6'877	6'859
conseguiti sul libero mercato	% dei ricavi d'esercizio	84,8	85,4	84,8	86,1	86,0
conseguiti all'estero ¹	% dei ricavi d'esercizio	14,6	14,8	9,5	9,1	9,9
Risultato d'esercizio	mln di CHF	505	450	258	515 ²	358
conseguito sul libero mercato	% del risultato d'esercizio	72,5	75,1	68,2	79,8	87,7
Utile del gruppo	mln di CHF	404	255	178	452 ^{2,3}	295
Capitale proprio	mln di CHF	6'759	6'834	6'906	8'918 ³	9'884
Creazione di valore						
Valore aggiunto aziendale	mln di CHF	-24	-17	-125	-8 ^{2,4}	-96
Creazione di valore aggiunto	mln di CHF	4'613	4'616	4'180	4'376 ²	4'296
per il personale	mln di CHF	3'802	3'764	3'529	3'448 ²	3'496
per i finanziatori terzi	mln di CHF	48	75	50	44	66
per l'amministrazione pubblica	mln di CHF	42	32	28	55	37
per la proprietaria	mln di CHF	200	50	50	50	50
per l'azienda	mln di CHF	521	695	523	779	647
Impieghi						
Organico (senza personale in formazione)	unità di personale	39'932	39'670	32'696	33'207	34'072
Personale in formazione in Svizzera	persone	2'001	1'894	1'863	1'860	1'839
Impieghi nelle regioni periferiche ⁵	persone	16'765	16'073	15'655	16'660	16'224
Tasso di fluttuazione (partenze volontarie)	in % dell'organico medio	5,5	5,1	4,1	5,0	6,2
Licenziamenti dettati da motivi economici	persone	152	105	73	102	32
Rapporti d'impiego, salari e indennità						
Assunzione in base al CCL Posta	unità di personale in %	85,2	86,1	85,8	86,2	86,7
Salario minimo CCL Posta ⁶	CHF all'anno	47'620	47'620	47'820	50'451	50'653
Salario medio del personale	CHF all'anno	83'383	82'741	83'636	84'490	84'629
Remunerazione media dei membri della Direzione del gruppo	CHF all'anno	588'916	582'289	575'822	583'501	575'349
Forbice salariale ⁷	fattore	7,1	7,0	6,9	6,9	6,8
Gestione della salute						
Infortuni professionali	quantità ogni 100 unità di personale	6,0	6,4	6,1	7,4	7,0
Giorni di assenza dovuti a malattie e infortuni	giorni per collaboratrice/collaboratore	13,1	13,3	13,3	14,0	15,8
Diversità						
Donne	% di persone	46,3	45,0	44,1	43,0	42,0
Nazioni rappresentate	quantità	138	140	142	143	147
Donne nel Consiglio di amministrazione	%	33,3	33,3	33,3	33,3	40,0
Donne nella Direzione del gruppo	%	22,9	11,1	11,1	22,2	22,2
Donne nei quadri superiori	%	16,0	17,1	19,8	21,6	22,6
Donne nei quadri medi e inferiori	%	23,2	23,8	22,3	22,8	21,8
Demografia						
Età media del personale	anni	46,1	46,1	46,0	45,8	45,8
Consumo di risorse⁸						
Fabbisogno energetico	GWh	1'479	1'538	1'495	1'778	1'800
fabbisogno energetico all'interno della Posta	GWh	902	875	850	915	917
da fonti rinnovabili	%	20,4	20,2	20,1	19,1	19,1
fabbisogno energetico all'esterno della Posta	GWh	578	663	645	863	883
Impatto climatico (Scope 1-3)⁸						
Impatto climatico Scope 1+2 (attività proprie)	t di CO ₂ equivalenti	212'584	191'014	185'794	201'829	202'979
Impatto climatico Scope 3 (resto della catena di creazione del valore)	t di CO ₂ equivalenti	227'371	248'132	242'573	1'898'140	1'906'549

1 Valore 2021 rettificato (cfr. allegato alla chiusura annuale del gruppo 2022, punto 6.6, «Informazioni geografiche»)

2 Valori 2021 normalizzati (cfr. sezione «Effetto straordinario 2021», pag. 46 del Rapporto finanziario)

3 Valori rettificati (cfr. allegato alla chiusura annuale del gruppo 2022, punto 2.2, «Adeguamento della presentazione dei conti»)

4 Valore rettificato in seguito a una rielaborazione del metodo di calcolo. I valori relativi agli anni dal 2018 al 2020 non sono confrontabili con quelli degli anni 2021 e 2022.

5 La definizione dei comuni rurali è stata adeguata sulla base del nuovo rilevamento, a partire dal 2022 e con effetto retroattivo per il 2021, ed è conforme a quanto previsto dall'Ordinanza sulla politica regionale della SECO. I valori relativi agli anni dal 2018 al 2020 non sono confrontabili con quelli del 2021 e del 2022.

6 Il valore presentato fino al 2020 corrisponde al salario minimo versato a collaboratrici e collaboratori di 18 anni che non hanno ancora concluso l'apprendistato. A partire dal 2021 viene presentato il salario minimo corrisposto al personale residente in comuni lontani dai centri urbani (regione D).

7 Fattore = retribuzione media dei membri della Direzione del gruppo rispetto al salario medio del personale

8 L'anno 2021 funge da anno di riferimento per gli obiettivi climatici 2030/2040. Per questa ragione i valori sono stati ricalcolati con effetto retroattivo al fine di includere le acquisizioni e le vendite di società del gruppo o eventuali modifiche nella qualità dei dati. I valori relativi agli anni dal 2018 al 2020 non sono confrontabili con quelli degli anni 2021 e 2022.

071.44.it (238268) 03.2023

La Posta Svizzera SA
Wankdorfallee 4
Casella postale
3030 Berna
Svizzera

N. tel. +41 848 888 888
posta.ch

