la Posta

1 / 2014
Per i nostri collaboratori
posta.ch/giornale-online

P.P.
3030 Berna

Barbara Frey

Autopostali tirati a lucido.

Pagina 22

LA POSTA

Strategia 2014-2016 – La Posta in cammino verso il futuro. Pagina 10

Furti ed effrazioni – Come proteggere beni e persone. Pagina 5

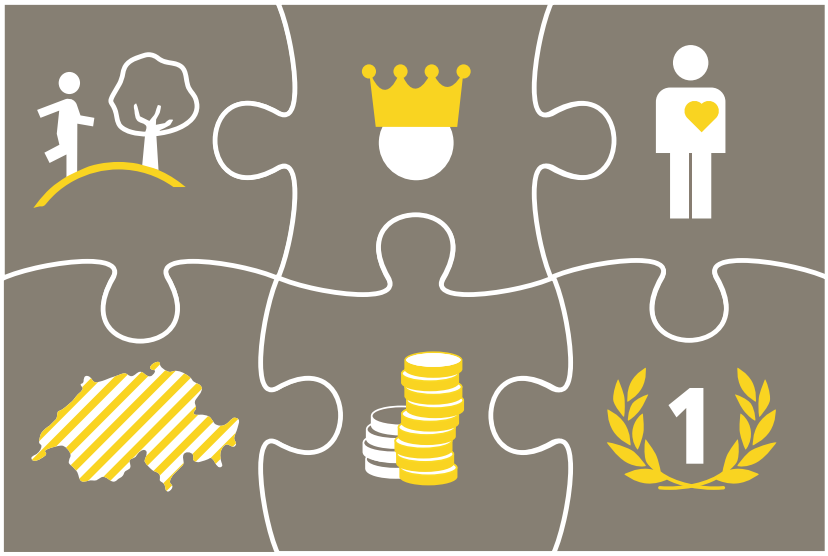
La strategia ci mostra la strada verso il successo

La strategia del gruppo per i prossimi anni ci indica la strada verso un futuro di successo. Ci mostra come la Posta vuole sviluppare i propri settori di attività tradizionali e crescere in ambiti nuovi. La società e la realtà economica in cui viviamo, sempre più digitalizzate, rivestono un ruolo di primaria importanza. È il cliente che in ultimo decide se usufruire delle offerte e prestazioni della Posta attraverso il canale fisico o digitale. Ed è questa la direttrice di sviluppo cui si rifà la strategia della Posta.

Protagonista di questo numero è proprio la strategia per il periodo 2014-2016. Quali sono le differenze più evidenti rispetto al precedente periodo strategico? L'orientamento verso i diversi mercati della Posta viene portato avanti in maniera coerente; la novità sta nella volontà della Posta di rafforzare la collaborazione a livello di gruppo, di consolidarla in modo strategico e di metterla in pratica. Un esempio è il settore dell'e-commerce: lo sviluppo commerciale orientato al mercato ed esteso a tutto il gruppo determinerà in che misura la Posta riuscirà ad avere successo in futuro.

Anche noi puntiamo allo sviluppo con il nostro giornale del personale. Per questo abbiamo dato un tocco più moderno alla copertina. In futuro daremo più spazio alle notizie, alle immagini di grande formato e alle rappresentazioni grafiche. L'ultima pagina inoltre avrà come protagonista la sostenibilità: un tema, questo, di grande importanza strategica per la Posta.

Andreas Guler
Responsabile comunicazione interna e pubblicazioni gruppo



10 *Strategia del gruppo 2014-2016*

Susanne Ruoff e i membri della direzione del gruppo presentano gli obiettivi della Posta e illustrano come intendono raggiungerli.

22 *Tirati a lucido*

Per essere all'altezza della classe gialla, gli autopostali devono brillare. Reportage e grandi pulizie al garage di Aeschi.

Attualità

5 *Il flagello delle rapine*

Come rendere più difficile l'accesso al denaro per dissuadere i malviventi? Dettagli sulle misure attuate da PV.

6 *La semplicità piace ai clienti*

Sylvie Meyer, responsabile dell'unità Distribuzione di PostFinance, vuole sorprendere positivamente i clienti. Intervista.

9 *Sostenibilità*

L'impegno a favore dell'ambiente e della società fa parte della cultura aziendale della Posta. Ma cosa fanno i collaboratori nel privato?

Dialogo

16 *I francobolli hanno un futuro?*

Sebastian Ingold ci svela le sue riflessioni sui francobolli nell'era dell'informatica.

Gente

20 *Samaritano dal sangue giallo*

Gérard Heller è samaritano per vocazione e per passione. Ritratto.

25 *Il VIP e la Posta*

Andreas Caminata, chef con tre stelle Michelin e 19 punti Gault-Millau, riconosce la risata del suo postino, ma non ne conosce ancora il nome.

In breve

Novità nel CdA

A fine 2013, Nicola Thibaudeau ha lasciato il CdA della Posta Svizzera SA per dedicarsi maggiormente allo svolgimento delle proprie funzioni di CEO presso MPS Micro Precision Systems SA. Il CdA la ringrazia per l'impegno profuso.

Nuovo operatore logistico per gli abiti postali

Il Centro svizzero di distribuzione (SVZ) SA, a Entlebuch, è il nuovo operatore logistico per l'immagazzinamento, la spedizione, la sostituzione e la prova degli abiti postali. Il nuovo centro è stato scelto dall'unità Acquisti gruppo mediante un bando di concorso OMC. L'attuale centro logistico di Berna chiuderà il 30 maggio 2014. Le ordinazioni di abiti postali per il 2014 continueranno a essere gestite dall'attuale fornitore PostLogistics, ma inizieranno prima e si concluderanno il 25 aprile 2014. L'ultimo invio sarà effettuato il 30 maggio 2014. In seguito, lo stock sarà trasferito a Entlebuch, il che produrrà un'interruzione delle spedizioni di quattro settimane. Dal 1° luglio 2014 il nuovo operatore effettuerà tutte le consegne. L'unità Acquisti gruppo sarà ancora responsabile dello sviluppo, degli acquisti e del servizio clienti per gli abiti postali.

la Lanterne magique
die Zauberlaterne
la Lanterna magica

Bambini al cinema

La Posta è partner de La Lanterna magica. Questo club inizia i bambini dai 6 ai 12 anni al mondo della settima arte, in una vera sala cinematografica. La Posta offre ai suoi collaboratori la possibilità di acquistare al prezzo speciale di CHF 20.– (anziché CHF 30.–) la tessera di socio per le sei proiezioni in programma da gennaio a giugno 2014.

Iscrizioni:
lantern-files.org/LAPOSTE

Grazie, AutoPostale!

A novembre, nei quattro giorni di promozione «Al Museo svizzero dei trasporti con l'autobus postale», circa 1000 studenti provenienti dal Giura, dal Ticino e dalla Svizzera tedesca hanno visitato il Museo Svizzero dei Trasporti di Lucerna. La visita ha suscitato grande entusiasmo, come dimostrano i tanti disegni e lettere di ringraziamento ricevuti da Daniel Landolf, responsabile PA.

Record di lettere a Babbo Natale

Come ogni anno, Babbo Natale ha potuto contare sul sostegno della Posta: le sei persone del team della Posta di Chiasso l'hanno aiutato a rispondere alle 18 386 lettere di bambini (17 149 lo scorso anno). Oltre il 96% delle lettere hanno avuto una risposta, insieme a un piccolo regalo.

Diversity Index Svizzera: Posta nella media

Per determinare l'indice della diversità è stato chiesto a 56 imprese come si confrontano con il tema della diversità. La Posta si è classificata al 18° posto. «Si è distinta in relazione al tema della salute che include anche le disabilità, osserva il professore Sita Mazumder, dell'Università di Lucerna. Tra gli altri criteri figuravano l'età, il management, il sesso e la religione». L'indice permette alla Posta di imparare dalle altre imprese. Il progetto è stato lanciato nel 2013 della Scuola universitaria di Lucerna (Economia) ed è sostenuto dalla Confederazione.

Per maggiori informazioni:
www.diversity-index.ch, diversita@posta.ch,
Intranet: Personale > Gestione della diversità

17 000 000

i pacchetti trattati dalla Posta dal 1° al 24 dicembre – un nuovo record.
Nella settimana prima di Natale, oltre un milione di pacchi e fino a 20 milioni di lettere sono stati trattati giornalmente nei centri di spartizione.

Inverno, tempo di rapine?

Da ottobre a dicembre 2013 sono stati assaltati sette uffici postali. Ogni settimana i media riferiscono di furti e rapine commessi in Svizzera.

Testo: Corinne Wirth / Foto: Keystone

Nel 2013 il numero di assalti a uffici postali rientra nella media degli ultimi 12 anni.

Negli ultimi mesi, le notizie di furti, rapine e assalti sono aumentate. Nel 2013 sono stati assaltati 12 uffici postali, sette dei quali tra ottobre e dicembre. Simon Biesuz, responsabile Sicurezza presso Rete postale e vendita relativizza: «Oggi il numero di uffici postali assaltati non è superiore rispetto al passato». Piuttosto negli ultimi mesi gli assalti agli uffici postali si sono spostati geograficamente, dalla Svizzera romanda a quella tedesca. Complessivamente, il numero di assalti nel 2013 rientra nella media a lungo termine degli ultimi 12 anni.

Sicurezza del denaro come deterrente

I rapinatori agiscono secondo criteri economici, cercando di ottenere il bottino più elevato con il minor dispendio di energie. Rete postale e vendita intende contrastare questa tendenza. «Rendiamo più difficile l'accesso al denaro agli autori di tali reati e, così facendo, proteggiamo i nostri collaboratori, sottolinea Biesuz, poiché solo quando il denaro è al sicuro diventiamo un bersaglio meno interessante per i criminali e garantiamo effettivamente l'incolumità del nostro personale».

Per rendere il denaro inaccessibile ai malfattori, Rete postale e vendita investe molto tempo e risorse nella prevenzione e nella comunicazione. I manuali di sicurezza vengono elaborati e aggiornati regolarmente e i collaboratori sono tenuti al corrente degli sviluppi e delle misure più recenti. Le entrate di servizio di 50 uffici postali sono state ubicate in zone più illuminate e frequentate.

Negli ultimi due anni sono state organizzate 55 formazioni incentrate sulla sicurezza e, nelle zone di confine a rischio di Ginevra, Neuchâtel e del Giura, sono state proposte cinque formazioni supplementari. Inoltre, gli effettivi di cassa sono stati ridotti al minimo, la frequenza del ritiro del denaro è aumentato e nella cassaforte sono stati installati dei timer. Anche il nuovo concetto di sportelli aperti soddisfa appieno il piano di sicurezza.

Gli sportelli vengono dotati di un cosiddetto SecureCube in cui è possibile solo il versamento del denaro, impedendo ogni prelievo successivo. A qualsiasi tentativo di aprire o rimuovere con la forza il SecureCube, il denaro che si trova al suo interno viene macchiato automaticamente e reso quindi inutilizzabile. Una situazione davvero poco interessante per i ladri. ■

Sostegno alle vittime

Una rapina è un evento estremamente drammatico che può traumatizzare a lungo le persone coinvolte. Il Servizio sociale della Posta prende in carico le vittime e le aiuta a elaborare l'accaduto, affinché ritrovino quanto prima la serenità nella loro vita di tutti i giorni. Sono organizzati anche gruppi d'incontro che promuovono lo scambio e il sostegno reciproco.

Per maggiori informazioni:
intranet dell'unità Personale > Servizio sociale
Contatto in caso di trauma psicologico: 0848 20 30 20

«I pagamenti e il risparmio continueranno a essere il nostro core business anche tra cinque anni».

«Una tendenza inarrestabile»

Sylvie Meyer, da alcuni mesi a capo dell'unità Distribuzione di PostFinance e membro della direzione, è particolarmente attenta all'aumento dell'efficienza e alle esperienze positive per il cliente.

Intervista: Renate Schoch / Foto: Rolf Siegenthaler

Quali sono i compiti dell'unità Distribuzione di PostFinance?
Assistiamo circa tre milioni di clienti in diversi punti di contatto. PostFinance fornisce consulenza ai clienti privati in 45 filiali, mentre i clienti commerciali beneficiano della nostra consulenza direttamente presso la loro azienda. Siamo raggiungibili nel nostro Contact Center tutti i giorni, 24 ore su 24. I nostri collaboratori a contatto con i clienti sono affiancati dagli impiegati della Gestione della distribuzione. Complessivamente, presso PF3, siamo 1436 collaboratori.

Su quali aspetti porrà l'accento nei prossimi mesi?
Stiamo osservando l'evoluzione del mercato e accertandoci di agire correttamente. Per me, l'efficienza e la professionalità sono molto importanti. Ad esempio, è determinante non tanto il numero di clienti in un portafoglio di un consulente, ma che siano i clienti giusti. Alla prima telefonata al Contact Center, i nostri clienti si aspettano che il loro problema venga trattato subito con competenza, senza che la chiamata debba essere trasferita ulteriormente. Da questo punto di vista siamo già abbastanza forti. Ritengo tuttavia importante che i collaboratori continuino ad ampliare il loro sapere, soprattutto in ambito online, mobile e riguardo alle normative legali. L'obiettivo di un contatto deve essere quello di sorprendere positivamente il cliente. Ciò significa che dobbiamo superare le sue aspettative.

L'unità Distribuzione collabora con Rete postale e vendita?
Gli uffici postali sono un partner molto importante per noi, poiché si occupano dell'apertura dell'80% dei conti. Sono pochissimi i clienti che distinguono PostFinance dalla Posta. I clienti apprezzano particolarmente la forza del marchio Posta e la sua presenza capillare. Inoltre, i collaboratori fissano direttamente presso gli uffici postali gli appuntamenti per le consulenze che si terranno nelle nostre filiali, e questo è un aspetto molto importante per noi.

Cosa si aspettano i clienti da PostFinance nei prossimi cinque anni?
I pagamenti e il risparmio continueranno a essere il nostro core business anche tra cinque anni. Ma i clienti sbrigheranno i loro pagamenti sempre più spesso da qualsiasi luogo e in qualsiasi momento e vorranno farlo utilizzando i media più attuali. Per essere all'altezza di queste sfide, dobbiamo restare flessibili, avere le idee giuste e applicarle in modo tale che i clienti possano utilizzarle in completa autonomia. La tendenza verso soluzioni semplici, che facilitano la gestione delle finanze ai clienti, è inarrestabile. I clienti commerciali si aspettano sempre più di ricevere tutti i servizi da un solo fornitore. Per questo motivo, vedo un grande potenziale nella collaborazione tra le unità della logistica e dei servizi finanziari.

In qualità di cliente, cosa pensa della Posta?
La cortesia e l'impegno dei collaboratori sono proverbiali. Mi colpisce inoltre l'approccio flessibile e innovativo della Posta davanti alle sfide poste dalla digitalizzazione. Dato che lavoro tutto il giorno, mi fa molto piacere, ad esempio, poter scegliere dove ritirare i pacchetti o in quale agenzia impostare una lettera. E mi ha entusiasmato anche il francobollo per SMS. ■

Breve biografia
Sylvie Meyer dirige dal 1° luglio 2013 l'unità Distribuzione di PostFinance ed è membro della direzione. Ha studiato linguistica all'Università di Nantes, ha frequentato una formazione in gestione aziendale e nel 2004 ha ottenuto l'EMBA presso la DEM (Dipartimento economia e management) di Friburgo. Dopo aver lavorato in Germania e Svizzera in numerose società di distribuzione, cinque anni fa è entrata in PostFinance. Recentemente ha assunto la direzione del Contact Center e dei suoi 670 collaboratori.

Votate per il francobollo «SwissSkills Berna 2014»

Nel mese di settembre 2014, i Campionati svizzeri delle professioni si svolgeranno per la prima volta in una sola e unica sede. 1000 giovani professionisti provenienti dal settore dell'artigianato, dell'industria e dei servizi daranno prova delle loro capacità a Berna. La Posta dedica un francobollo a questo evento.

Testo: Carina Ammon

Dal 17 al 21 settembre 2014, SwissSkills Berna 2014 ospiterà per la prima volta i Campionati svizzeri delle professioni in una sola e unica sede. Parteciperanno oltre 50 associazioni professionali insieme ai loro talenti. Più di 1000 giovani professionisti provenienti dal settore dell'artigianato, dell'industria e dei servizi dimostreranno le loro capacità in circa 130 mestieri diversi. Per la Posta è un'occasione che merita di essere celebrata con un francobollo!

Undici tra le associazioni professionali che parteciperanno al grande evento hanno deciso di affrontare un'altra sfida molto speciale: nell'ambito di numerosi progetti con giovani creativi, le associazioni hanno creato un proprio francobollo con le abilità («skill») della rispettiva categoria professionale.

Ma uno solo finirà sulle buste e potete sceglierlo voi, votando entro il 15 febbraio 2014 su *www.post.ch/swissskills* il vostro soggetto preferito tra gli undici in concorso. Inoltre, vi attendono tante interessanti informazioni sui retroscena, avvincenti making of dei progetti e fantastici premi. ■

Votate il francobollo preferito:
posta.ch/swissskills

Postidea

Buste riciclate

L'idea migliore del mese è quella di Yvonne Burkard (PV), che per un mese potrà guidare la Smart di Postidea.

Ogni ufficio filatelico vende singole buste corrispondenti ai soggetti dei francobolli speciali. Finora, dopo il periodo di vendita, le buste speciali inutilizzate venivano eliminate contabilmente e distrutte. Grazie all'idea di Yvonne Burkard, diverse migliaia di buste non saranno più gettate, ma impiegate come materiale d'imballaggio negli uffici postali. Risparmio: 6000 franchi. ■

Guardate il filmato:
giornaledelpersonale.posta.ch

È tempo di perfezionarsi!

Testo: Lea Freiburghaus

Tra i buoni propositi per il nuovo anno vi siete prefissati di seguire un corso di perfezionamento? Allora date un'occhiata all'opuscolo dell'unità «Perfezionamento e canali di apprendimento digitali» (P22) che contiene molte nuove proposte per il 2014. Chi vuole ampliare le sue competenze individuali può scegliere anche fra i seguenti nuovi corsi: «Verso l'ufficio senza carta», «Evadere dalla solita routine», «Moderare per ottenere risultati migliori». Ci sono nuove offerte anche per le persone con responsabilità dirigenziali: «10 mosse per un business plan professionale», «La Posta, una società anonima», «Dirigere nel mix generazionale ASFC», «Competenze operative interculturali». Se durante l'anno nel vostro team o nella vostra organizzazione si prevedono sviluppi o cambiamenti importanti, P22 vi offre soluzioni formative su misura. Iscrivetevi subito!

L'opuscolo su intranet:
Portale HR > Formazione e perfezionamento > Offerte del gruppo

Contatto: perfezionamento@posta.ch
tel. 058 338 77 11, iscrizione tramite LMS

Perfezionamento e canali di apprendimento digitali

P22 è il Centro di competenza per il perfezionamento di singoli collaboratori, dirigenti, organizzazioni e per i canali di apprendimento digitali. Ogni anno il team organizza 300 seminari e segue gli sviluppi e i cambiamenti per permettere alle persone e alle organizzazioni di ottenere risultati migliori. Dalla riorganizzazione nel 2013, P22 si orienta ancora di più alle sfide strategiche del gruppo.

Voilà! PERSONALE

Superofferta, fino ad esaurimento!

899.– ~~1199.–~~

SONY
TV 42" LED KDL-42W805A, 400 Hz
Art. 654775
postshop.ch/personale

649.– ~~799.–~~

SONY
TV 46" LED KDL-46R470A, 100 Hz
Art. 654774
postshop.ch/personale

1399.– ~~1699.–~~
1) TV 46" LED KDL-46W905A, 800 Hz

1799.– ~~2199.–~~
2) TV 55" LED KDL-55W905A, 800 Hz

SONY
TV LED KDL-46W905A, 800 Hz
Art. 1) 654776, 2) 654777
postshop.ch/personale

Tutti i prezzi in CHF, IVA e TRA inclusa. Solo fino ad esaurimento scorte. Salvo errori. Si prega di presentare la vostra carta d'identità del personale. Offerta valida dal 20.1 al 16.2.2014.

Approfitti di questo interessante sconto per il personale!

Ordinare presso la filiale
postshop.ch/personale

LA POSTA

Il nostro impegno per la sostenibilità

Lo sviluppo sostenibile è un tema importante per la Posta e per i suoi collaboratori.

Testo: Emmanuelle Brossin

Alla Posta, l'impegno a favore della sostenibilità è un aspetto della cultura d'impresa vissuto nella quotidianità. L'azienda si impegna per l'ambiente e per il clima, offre condizioni di lavoro progressiste, acquista in maniera responsabile e sostiene lo sport e la cultura, combinando così l'azione ecologica, la responsabilità sociale e la riuscita economica. Anche le sue collaboratrici e i suoi collaboratori si impegnano nel privato. Ogni mese, uno di essi ci racconterà cosa fa concretamente per l'ambiente o per la società. Lo scopriremo, nel corso di tutto l'anno, all'ultima pagina del giornale. ■

Per maggiori informazioni:
posta.ch/sostenibilita

Risparmiate con le lampade al Led

Volete risparmiare energia e denaro contemporaneamente? Nessun problema con la nuova promozione per i collaboratori della Posta «Lampade a LED». Le lampade a LED necessitano di circa 80% di corrente in meno rispetto alle normali lampadine e possono durare fino a 40 anni. Chi sostituisce l'intero sistema d'illuminazione con lampade a LED può ridurre le spese annuali per la corrente elettrica di circa il 10%. Le lampade possono essere ordinate su intranet > Piazza mercato.

Franz Huber è il nuovo capo PV

Il Consiglio di amministrazione della Posta ha nominato Franz Huber nuovo responsabile dell'unità del gruppo Rete postale e vendita e membro della Direzione del gruppo.

Testo: Manuel Ackermann

Il 16 dicembre 2013, il responsabile ad interim di Rete postale e vendita, Franz Huber, ha assunto definitivamente e con effetto immediato la direzione dell'unità del gruppo. Così è stato deciso dal Consiglio di amministrazione della Posta. Franz Huber è un collaboratore della Posta da molti anni e durante il suo percorso professionale ha ricoperto numerose posizioni di responsabilità all'interno dell'unità del gruppo Rete postale e vendita. Dopo aver svolto diverse funzioni dirigenziali nella Svizzera orientale, ha assunto la direzione della regione Nord-Est dell'unità Rete postale e vendita. Nel 1999 è entrato a far parte della direzione dell'unità del gruppo. Dal 2003 Franz Huber ha partecipato attivamente all'attuazione del nuovo orientamento aziendale dell'unità del gruppo. Nel 2007 ha assunto la direzione del settore Vendita, diventando responsabile dello sviluppo della rete di vendita. Da luglio 2013 ha gestito ad interim l'unità del gruppo.

Continuità nella rete di vendita

Grazie al suo vasto know how nel settore postale, Franz Huber possiede il profilo ideale per proseguire nell'organizzazione e nello sviluppo continuo della rete di vendita. E il tutto senza perdere di vista le esigenze dei clienti e locali, degli interessi politici regionali nonché degli aspetti economici. ■

giallo
logistica
comunicazione
dividendi
clienti
fiducia
denaro
digitale
costi
capitale proprio
monopolio
valori guida
proprietaria
rete
efficienza ene
utile
prezzi
sostenibile
valore aggiunto
finanze
ambiente
gestione documenti
La Posta Sv
efficienza
core business
orientamenti
licenza bancaria
uffici postali
e-commerce
pacchi
innovazione
qualità
e-health
know-how
AutoPostale
affidabile
condizioni quadro
lettere
informazioni
libertà
acquisti
automatizzazione
vendita
autopostali
crescita
Strate
impegno del personale
giornali
2014-2

vision
rci investimenti
laboratori collaborazione
ioni periferiche servizio di base ipoteche
asporto Svizzera PostFinance
rgetica
cultura dell'apprendimento cassa pensioni
feedback futuro mobilità calo dei volumi
vizzera persone obiettivi
tOffice responsabilità sociale
edditività invio principi di gestione
concorrenza
oficuo estero crediti fisico sfide
no catena di creazione del valore
anizzazione leader di mercato
convenience
sfazione dei clienti

egia del gruppo 2016

Strategia del gruppo 2014-2016

Dove stiamo andando? Quali sono i nostri obiettivi? Come li vogliamo raggiungere? La nuova strategia del gruppo ci fornisce delle risposte.

Testo: Emmanuelle Brossin

La Posta è un'azienda sana. Ottiene buoni risultati, i clienti sono soddisfatti e i collaboratori impegnati. Le lettere, i pacchi e il traffico dei pagamenti continuano a essere le colonne portanti del gruppo. Cresce però l'importanza del mondo elettronico, la concorrenza aumenta e la Posta non può adagiarsi sugli allori. Deve restare reattiva e non può permettersi di ignorare queste nuove tendenze.
Anche in futuro la Posta trasporterà persone, merci, denaro e informazioni in modo affidabile, proficuo e sostenibile. Vuole rispettare la sua missione ancorata nella legge sulle poste e raggiungere gli obiettivi strategici stabiliti dal Consiglio federale. La Posta vuole inoltre continuare a creare valore aggiunto per la Svizzera, per i suoi clienti, per i collaboratori e per la sua proprietaria.
Come procedere? La strategia del gruppo 2014-2016 fornisce delle risposte. La Posta ha sei obiettivi principali e, per raggiungerli, la Direzione del gruppo ha definito cinque orientamenti strategici (cfr. gli obiettivi e gli orientamenti nel grafico a p. 13).
Nelle pagine seguenti, la direttrice generale Susanne Ruoff e i membri della Direzione del gruppo ci illustrano in modo più preciso gli obiettivi che la Posta si è prefissata per i prossimi tre anni e la strategia per raggiungerli. ■

Informazioni, presentazione e film:
intranet > Gruppo > Principi > Visione

Obiettivi chiari e più ambiziosi

La nuova strategia della Posta indica la via verso un futuro di successo. Susanne Ruoff parla di sviluppo commerciale, obiettivi di sostenibilità e soddisfazione della clientela.

Intervista: Beat Gerber

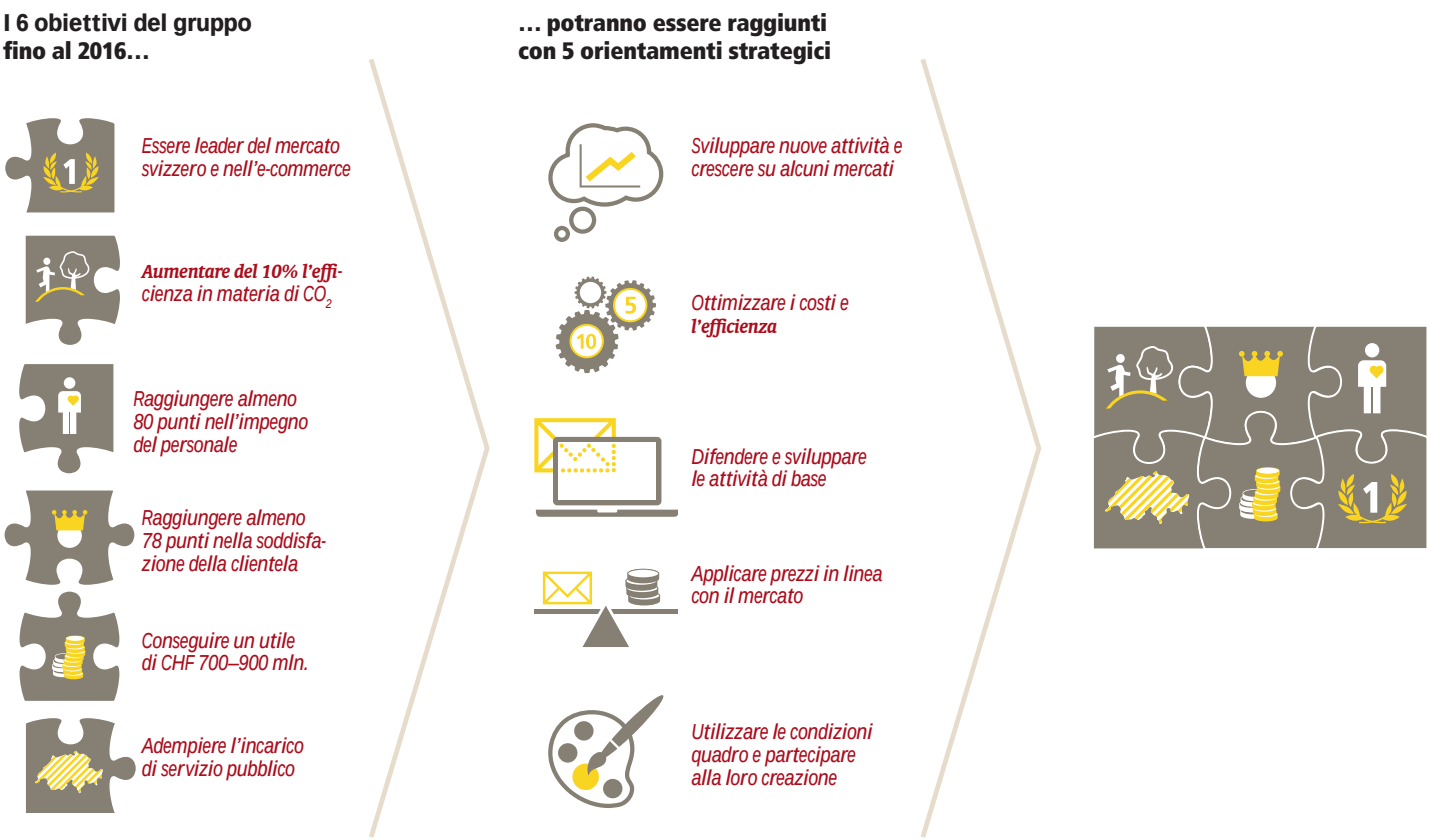
La direttrice generale Susanne Ruoff.

Quali sono le principali novità nella strategia del gruppo 2014-2016?
Per il nuovo periodo strategico non è previsto alcuno stravolgimento della Posta. Gli obiettivi strategici principali — creare valore aggiunto per la Svizzera, per la clientela, per il personale e per la proprietaria — rimangono gli stessi, ma sono stati affinati e abbiamo rivisto le nostre ambizioni al rialzo. Perseguiremo un modello di business orientato alla vicinanza al cliente e alle esigenze specifiche del mercato, che al contempo rafforza la nostra competitività grazie a una collaborazione mirata all'interno del gruppo.

Su cosa punta concretamente la nuova strategia?
In tutto il gruppo, continuiamo a puntare su tre livelli: la clientela, l'efficienza e la competenza. Cosa significa? Desideriamo offrire ai nostri clienti un'offerta di servizi globale, «soluzioni gialle, in tutto il gruppo». Prendiamo l'esempio dell'e-commerce: si tratta di far confluire le varie offerte di PostMail, PostFinance, PostLogistics, Swiss Post Solutions e Rete postale e vendita in nuove soluzioni integrate. Continueremo ad aumentare l'efficienza dei costi unificando i processi, armonizzando, ottimizzando gli acquisti. Dobbiamo anche sfruttare in maniera coerente le competenze trasversali e creare valore aggiunto e sinergie partendo dall'unione di dati e conoscenze.

Quali sono i principali cambiamenti per quanto riguarda gli obiettivi?
Per quanto riguarda le finanze, c'è un nuovo obiettivo EBIT di 700-900 milioni di franchi e un margine EBIT dell'8-10% (prima era di 700-800 milioni, pari al 6-7%). Il nostro macro-obiettivo, la «posizione leader nel mercato svizzero dell'e-commerce», ora è esplicitamente inserito nella strategia ed è, per così dire, impresso nel DNA della Posta. Inoltre abbiamo rafforzato l'importanza dell'orientamento alla clientela e, per quanto riguarda la soddisfazione dei clienti, abbiamo aumentato l'obiettivo da 75 a 78 punti (su 100). Vogliamo continuare a essere un datore di lavoro attraente per i nostri collaboratori, come si evince dall'elevato valore di 80 punti — rimasto inalterato – che perseguiamo in relazione all'impegno del personale.

Si nota poi un cambiamento negli obiettivi di sostenibilità. Perché?
Per quanto riguarda la protezione ambientale, l'obiettivo è di efficienza anziché di semplice risparmio. Entro la fine del 2016, miriamo ad aumentare almeno del 10% l'efficienza in materia di CO_2 delle nostre presta-



zioni, per crescere nel nostro core business, dando al contempo un contributo sostanziale alla protezione ambientale. Inoltre ci siamo prefissati nuovi obiettivi a livello sociale: rafforzato impegno negli ambiti della formazione e del perfezionamento, gestione della salute e acquisti sostenibili.

Nell'orientamento strategico viene dato particolare rilievo ai fattori dello sviluppo commerciale e della crescita. Che cosa significa concretamente?
Continueremo a sviluppare la Posta come interfaccia tra mondo fisico e digitale. Le nuove esigenze della clientela sono in primo piano: dobbiamo far fronte a un contesto sempre più competitivo e digitalizzato. Per questo abbiamo definito sei aree di sviluppo nelle quali intendiamo crescere, e cioè: e-commerce, e-post, direct marketing, business process outsourcing (BPO), nuove soluzioni di mobilità e mobile/online banking. Nel complesso, in queste aree di sviluppo puntiamo a raggiungere entro il 2016 una crescita ulteriore di 325 milioni di franchi.

Le spese correnti e le misure pro-efficienza passano così in secondo piano?
No, queste restano tematiche costanti. Ne sono un esempio l'attuazione della spartizione in sequenze in corso, i nuovi formati degli uffici postali o la riorganizzazione della logistica del collettame e della logistica di magazzino.

Quali sono le conseguenze dei cambiamenti organizzativi nella realizzazione della nuova strategia?
Anche l'organizzazione deve adeguarsi alle nuove sfide. In questo caso non si tratta di una rivoluzione, ma di un'ottimizzazione progressiva. I cambiamenti intrapresi, come la riorganizzazione delle unità di gestione e servizi o la creazione della nuova unità organizzativa Programmi di sviluppo del gruppo, hanno come obiettivo quello di continuare a migliorare la collaborazione, l'interscambio e l'efficienza. In questo ambito rientra anche la decisione di accorpare, dal 1° aprile 2014, l'unità Gestione innovazioni a Programmi di sviluppo del gruppo.

Quali sono ora i prossimi passi per l'attuazione della nuova strategia?
La strategia indica la via verso un futuro di successo. Pone obiettivi chiari e ambiziosi. Ora si tratta di implementare le adeguate misure a livello delle unità (cfr. dichiarazioni dei membri della DG a p. 14 e 15). È necessario promuovere un pensiero trasversale alle varie unità per portare avanti l'implementazione delle soluzioni positive. Questo ci fa capire quanto sia decisiva la fiducia reciproca e perché i nostri principi guida (cfr. riquadro) sono così importanti. ■

Principi di gestione

La Posta ha dei nuovi principi di gestione, che ci indicano come dirigere, collaborare e comportarci nel lavoro di tutti i giorni. Sono determinanti per un'attuazione efficace della strategia.

Responsabilità nei confronti dei clienti, del personale e dei risultati

Profondiamo grande impegno, siamo orientati ai risultati e agiamo con responsabilità.

Flessibilità dell'intera azienda

Siamo aperti e lungimiranti, vediamo i cambiamenti come un'opportunità e favoriamo le innovazioni.

Fiducia nelle persone

Agiamo in modo trasparente, forniamo feedback costruttivi e promuoviamo una cultura dell'apprendimento.

Sfide e obiettivi delle unità

I membri della Direzione del gruppo espongono le principali sfide delle loro unità e i principali obiettivi.

1 Pascal Koradi, Finanze

Sfide

Il successo della Posta si basa su unità gestionali solide. Il punto di forza è la flessibilità e la capacità di collaborare in maniera orientata al mercato. La nostra sfida e il nostro compito, come funzione trasversale, sta nel garantire la governabilità dell'azienda attraverso la gestione finanziaria.

Obiettivi

Per quanto riguarda le finanze, nel 2014 ci concentreremo su due obiettivi. Il primo consiste nel collegare tra loro funzioni transazionali (p. es. la registrazione di fatture e altri documenti contabili) nel quadro del progetto Shared Services Finanze, in fase di attuazione a partire da inizio maggio 2014. Per quanto riguarda il secondo obiettivo, è fondamentale l'interfaccia tra le unità gestionali e la centrale del gruppo: a partire dalla condivisione di dati creiamo valore aziendale trasversale alle unità.

2 Yves-André Jeandupeux, Personale

Sfide

Nella nostra strategia per il personale vogliamo sviluppare ulteriormente le condizioni d'assunzione, aumentare la produttività dei collaboratori, rafforzare l'attrattiva della Posta come datore di lavoro e l'orientamento al mercato.

Obiettivi

I collaboratori sono determinanti per il successo della Posta. Nella selezione delle risorse umane creiamo le premesse per fornire ai clienti prestazioni elevate, grazie a personale in salute e competente. Questa è la nostra ragione d'essere. Perseguiamo obiettivi concreti come la chiusura, presumibilmente entro l'anno, delle trattative sul contratto collettivo di lavoro, la gestione dei talenti, la promozione della diversità e della mobilità interna. Altre priorità sono il rinnovo completo del sistema d'informazione HR e, nell'ambito della cultura aziendale, il tema del management e della collaborazione all'interno della Posta.

3 Dieter Bambauer, PostLogistics

Sfide

Le maggiori sfide sono la crescente pressione sulle tariffe dei pacchi, i nuovi attori presenti sul mercato e l'intensificarsi della concorrenza, oltre ai margini ridotti e all'accresciuta pressione sui prezzi dei trasporti.

Obiettivi

PL è leader di mercato e in fatto di qualità nel settore dei pacchi a livello nazionale e internazionale, nella logistica transfrontaliera e nello sdoganamento. Orienta le proprie offerte in modo coerente alle esigenze dei clienti. Ci distinguiamo dalla concorrenza puntando sull'elevata qualità dei servizi, su un'offerta di prodotti ampia e innovativa e su un rapporto qualità-prezzo interessante. E lo facciamo continuando a rimanere efficienti dal punto di vista strutturale e dei costi.

Intendiamo potenziare i servizi per i destinatari, come per esempio lo sportello automatico per i pacchi, e rafforzare la nostra posizione nella spedizione internazionale di pacchi. Con i nostri impianti di lavorazione all'avanguardia, vogliamo continuare a rimanere i leader nel mercato nelle operazioni in grandi quantità.

Infine, per le ditte di vendita per corrispondenza, continueremo potenziare e gestire diversi servizi lungo la catena di creazione del valore nell'e-commerce.

4 Hans-Ruedi Köng, PostFinance

Sfide

PF si muove in un contesto dinamico: la digitalizzazione ha raggiunto il settore bancario, nuovi concorrenti si affacciano sul mercato e i clienti sono sempre più connessi alla rete. La complessità aumenta. La nostra risposta a queste sfide: offrire «il modo più semplice per gestire il denaro». A tal fine, lavoriamo parallelamente in tre settori: nel traffico dei pagamenti tradizionale, nella mondo digitale e lungo la catena di creazione del valore dei clienti.

Obiettivi

Ottimizzare la nostra attività tradizionale: il traffico dei pagamenti. Per raggiungere questo scopo, è necessario modificare il nostro core banking system. In risposta alla digitalizzazione, potenzieremo la nostra offerta di servizi digitali integrando maggiormente la nostra offerta di servizi nella catena di creazione del valore dei nostri clienti e assumendo così un ruolo più importante nel commercio e nell'industria.

5 Franz Huber, Rete postale e vendita

Sfide

Le tre sfide più grandi sono il calo dei volumi nel settore tradizionale delle lettere in tutti i segmenti della clientela, il collegamento dei canali di distribuzione fisica, come la rete degli uffici postali, all'e-commerce e ai prodotti e servizi digitali, e i nostri obiettivi finanziari.

Obiettivi

Lo sviluppo della rete continuerà a essere un tema centrale. Per questo sfruttiamo le opportunità esistenti (risoluzione dei contratti di locazione, necessità di investimenti, cambiamenti a livello di personale, efficienza e sviluppo dei volumi di un ufficio postale ecc.). Le misure per la riduzione dei costi da sole non bastano per migliorare il risultato di PV: abbiamo anche bisogno di maggiori profitti derivanti dalle entrate; le opportunità si trovano nei mercati esistenti ma anche in quelli nuovi. Inoltre, potenziamo la prospezione del mercato nel settore delle PMI. Tra i nostri obiettivi c'è anche lo sviluppo del personale per poter far fronte alla molteplicità dei nostri compiti.

6 Frank Marthaler, SwissPostSolutions

Sfide

Per molti dei nostri clienti — assicurazioni, banche o fornitori di energia —, la digitalizzazione dei processi commerciali cartacei è una priorità. Con l'avvio del programma «Leadership for Growth» vogliamo rafforzare ulteriormente il concetto di «one SPS» affinché l'esperienza cliente sia omogenea e unitaria. Intendiamo migliorare la nostra redditività armonizzando i processi interni e standardizzando ulteriormente l'erogazione di prestazioni.

Obiettivi

SPS desidera crescere significativamente nelle soluzioni per documenti e continuare a focalizzarsi su questo settore. L'attività di gestione dei processi va ulteriormente potenziata e in futuro deve anch'essa contribuire al risultato positivo dell'azienda. A tal fine, intendiamo creare centri servizi per determinati settori, come le banche. Il potenziamento dei servizi di Business Process Outsourcing (BPO) sarà affinato dal punto di vista strategico entro la fine del primo trimestre 2014.

La strategia di crescita in Svizzera, Germania, USA e Gran Bretagna resta la base solida su cui

1

2

3

4

5

6

7

8

poggiano le nostre attività. Le opportunità non mancano: in questi Paesi, importanti analisti prevedono una crescita di mercato annua nel nostro core business del 5%. In altri Paesi offriamo già, autonomamente o mediante partner, servizi di gestione dei documenti, per rispondere alle esigenze dei clienti internazionali e prevediamo di estendere tali servizi ad altri Paesi, con un ruolo sempre più decisivo delle partnership.

7 Ulrich Hurni, PostMail

Sfide

L'accresciuto utilizzo di canali di comunicazione elettronici continuerà a erodere il volume delle lettere; anche la vendita di giornali calerà a causa della riduzione degli abbonamenti. Probabilmente PM registrerà perdite anche negli invii pubblicitari non indirizzati a causa dell'aumento degli adesivi «Niente pubblicità per favore». Per continuare a mantenere la rotta è fondamentale ottimizzare costantemente i processi e conquistare ulteriori quote nel mercato pubblicitario con nuovi prodotti di direct marketing.

Obiettivi

Anche in futuro PM darà un importante contributo al raggiungimento dei risultati della Posta. Nelle importazioni e nelle esportazioni di lettere e nelle spedizioni di piccole merci è necessario difendere la posizione di leader di mercato offrendo un'elevata qualità e rimanendo orientati alle esigenze dei clienti. Con «ePostOffice» introduciamo sul mercato una nuova soluzione nel punto di congiunzione tra corrispondenza cartacea ed elettronica. In tal modo, rispondiamo alla necessità dei clienti, mittenti e destinatari, di comunicare tra loro in maniera semplice e sicura e di sviluppare le proprie attività, scegliendo tra canale fisico o digitale. Inoltre stabilizzeremo e potenzieremo i volumi nel marketing diretto con nuove offerte. Ottimizziamo i processi nel modo più razionale possibile, con l'aiuto del metodo Kaizen.

8 Daniel Landolf, AutoPostale

Sfide

La richiesta di mobilità aumenta costantemente e PA potenzierà le proprie prestazioni. Le sfida per noi sta nel fatto che la committenza pubblica dispone di sempre meno strumenti per finanziare il necessario potenziamento delle prestazioni di trasporto. Pertanto è necessario che le aziende diventino più produttive. Anche PA deve ottimizzare la propria struttura dei costi per consolidare la sua posizione di leader nel mercato del trasporto pubblico con gli autobus su strada. Inoltre la situazione dei mercati, sempre più influenzata dall'uso delle tecnologie, esige che PA orienti in maniera ottimale i propri sistemi e processi al contesto in cui opera e garantisca il know how e le risorse necessarie.

Obiettivi

Vogliamo rafforzare la nostra posizione di mercato in Svizzera. A livello regionale miriamo a mantenere la nostra posizione di azienda leader nel trasporto su strada, migliorando la struttura dei costi. Dato che le limitate risorse finanziarie del settore pubblico sono utilizzate in prevalenza nel traffico locale e d'agglomerato, intendiamo potenziare le nostre prestazioni in questo settore. Inoltre PA vuole promuovere i propri servizi di sistema, come l'assistenza dei sistemi informatizzati di vendita e ticketing all'interno di una comunità tariffale, o l'implementazione di sistemi di conteggio dei passeggeri e di sistemi di gestione computerizzati.
Inoltre vogliamo promuovere soluzioni di mobilità (bikesharing, consulenza sulla mobilità) e potenziare in modo mirato la nostra presenza sul mercato francese. ■

«Una collezione di francobolli è come un modellino ferroviario»

Sebastian Ingold, manager prodotti Francobolli, spiega quale funzione hanno questi segni di valore, quali sono i soggetti filatelici più amati e che volto hanno i collezionisti.

Intervista: Lea Freiburghaus / Foto: Severin Nowacki

Sebastian Ingold: «Ogni francobollo trasmette un messaggio».

Poco più di un quarto dei collaboratori della Posta che hanno partecipato al sondaggio ha già inviato una lettera o un pacco con WebStamp. Cosa pensa di questo risultato?
È un riscontro positivo. WebStamp è utilizzato soprattutto da persone particolarmente affini al mondo digitale e circa un quarto degli intervistati rientra attualmente in questo gruppo.

Perché dovrei comprare un francobollo allo sportello quando posso crearne uno da solo comodamente a casa con WebStamp?
Per stampare un francobollo con WebStamp, si ha bisogno di un login, delle giuste etichette, di una stampante funzionante e di un po' di tempo per caricare il motivo desiderato. Nella scelta del soggetto si ha piena libertà e il francobollo desiderato è sempre disponibile, anche di notte o nel weekend. Tuttavia, a mio avviso, un francobollo tradizionale ha semplicemente una qualità più elevata rispetto a quello realizzato con WebStamp.

Il francobollo è un segno di valore. Quale altra funzione ha?
Funge innanzitutto da ricevuta per dimostrare che la lettera è stata pagata. Ma offre molto di più ai nostri clienti, ovvero la possibilità di rendere originale la propria corrispondenza. Con un francobollo speciale, un mailing acquista ulteriore valore. Ogni francobollo trasmette inoltre un messaggio ed è dunque sempre un testimone del suo tempo.

Come vengono scelti i soggetti dei francobolli?
I temi vengono definiti all'incirca un anno e mezzo prima dell'emissione del francobollo. Per circa un terzo, si tratta di richieste di organizzazioni esterne, i restanti progetti vengono definiti internamente. Molti temi sono anche prestabiliti, come ad esempio il Natale. Per scegliere il soggetto adatto a un tema, in più o meno il 50% dei casi viene realizzato un concorso. Tre o quattro designer presentano i bozzetti e una giuria decreta il vincitore. I francobolli sono poi prodotti in Liechtenstein, Olanda, Francia o Germania.

Quali soggetti sono particolarmente apprezzati?
I collezionisti prediligono soggetti quali fiori, treni o navi: miniature di un mondo ancora intatto. Il grande pubblico, vale a dire il normale acquirente, ama i francobolli commemorativi come quelli dedicati all'hockey, ai fumetti, a animali graziosi, o francobolli dal design originale, come quello del pipistrello. Per questo sperimentiamo in misura crescente, si pensi al francobollo «Volti Svizzera» di inizio 2013; siamo più aperti e moderni, e ci piace giocare.

Collezionare francobolli è roba da anziani. Si tratta di un cliché?
Ovviamente esiste il collezionista per antonomasia: i nuovi francobolli gli interessano meno, va invece a caccia di rarità che acquista all'asta, talvolta anche a caro prezzo. Poi ci sono quelli che conservano i francobolli nel cassetto perché attratti dal soggetto; un esempio per tutti: Roger Federer. Ma anche i bambini collezionano, finché altri interessi non prendono il sopravvento. O i pensionati che rispolverano la collezione di quando andavano a scuola. Una collezione di francobolli è infatti come un modellino ferroviario: ha un valore affettivo perché ci ricorda l'infanzia.

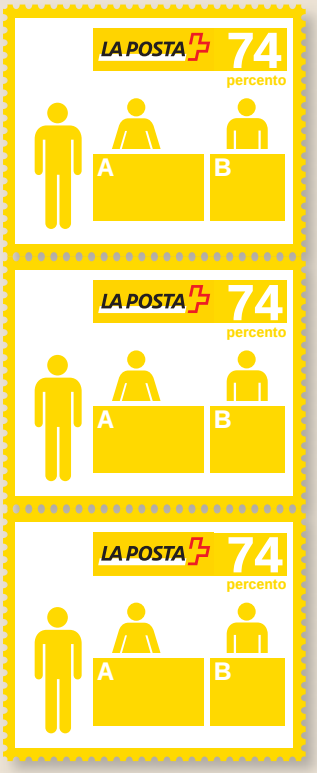
In aggiunta al francobollo e a WebStamp, di recente è stato introdotto in via sperimentale anche il Francobollo SMS. Come si prospetta il futuro del francobollo?
Le tre offerte si completano perfettamente e ognuna soddisfa un'esigenza specifica. Il cliente può decidere per ogni occasione quale prodotto fa al caso suo. Anche per questo motivo ritengo poco probabile che il francobollo tradizionale sia destinato a scomparire. ■

Concorso WebStamp easy
Dal 24 gennaio al 13 febbraio caricate sul sito www.posta.ch/momenti-bestiali la vostra foto preferita che ritrae un animale, condividetela su Facebook, Twitter o per e-mail e convincete i vostri amici a votare per voi. In palio ci sono un kit di base WebStamp easy con iPhone, stampante ed etichette e tanti altri premi e buoni dell'assortimento di prodotti postshop.ch e qualipet.ch. Per vincere basta votare!

La parola ai collaboratori

Avete già creato i vostri francobolli con WebStamp?

No: 74%



Sì: 26%

«Sulle carte di ringraziamento abbiamo scelto come francobollo una bella foto del matrimonio»

Mathias Wiesner, PL
Per me WebStamp è una delle migliori applicazioni della Posta. Consente di affrancare in modo semplice e pratico lettere e pacchi e, nel caso dei francobolli, di essere addirittura creativi.

Sylvain Berney, PM
Per le mie comunicazioni epistolari, sicuramente troppo rare, utilizzo sempre con piacere il servizio WebStamp. L'aggiunta di un'immagine personalizzata accanto all'impronta di affrancatura suscita sempre curiosità e interesse nei destinatari.

Mike Koller, PV
Utilizzo quasi sempre WebStamp, soprattutto per i pacchi, perché con Track & Trace so sempre dove sono gli invii. Inoltre, se necessario, posso stampare o visualizzare l'immagine del pacco e, nel caso delle spedizioni raccomandate, addirittura la firma. Stampo i francobolli ogni volta che devo impostare più lettere simultaneamente. Per una sola lettera vado direttamente allo sportello postale: si trovano anche lì dei bei francobolli speciali, senza contare che è più semplice e veloce che su internet.

Christa Chafiq, PV
Ho utilizzato WebStamp per la prima volta quest'anno. Io e mio marito ci siamo sposati il 4 giugno e sulle carte di ringraziamento per i nostri amici e la famiglia abbiamo scelto come francobollo una bella foto del nostro matrimonio. Sono stati tutti molto contenti di vederci immortalati «per sempre» su un francobollo. Anche per noi è un ricordo indimenticabile. Di solito uso i nostri bellissimi francobolli speciali, ma per un'occasione così particolare WebStamp è davvero formidabile.

Christoph Walter Hediger, PF
Il fatto che i francobolli siano validi solo un anno quasi non viene comunicato. I miei figli ci hanno regalato dei francobolli che hanno reso felici mittenti e destinatari soltanto per un anno, dopodiché hanno causato delusione, spese e rabbia. Dato che sono riuscito a provare che fino al momento del pagamento questa limitazione non è segnalata e che, per di più, è stampata a caratteri minuscoli, mi è stata rimborsata una parte del denaro speso. Conclusione: inutilizzabile come regalo, sia perché la data di scadenza non è indicata sul francobollo sia perché una durata di un anno è davvero troppo breve! Perché quale motivo, poi, è così breve?

Dominic Aerni, PF
Ho già creato francobolli con WebStamp e l'idea, in sé, è bella e creativa. Lo strumento tuttavia non è adatto a un utilizzo quotidiano. Mi è già capitato anche di stampare un'etichetta selezionando l'opzione «Con indirizzo del mittente». L'indirizzo del mittente è stato stampato esattamente alla stessa altezza di quello del destinatario, con il risultato che, dopo due giorni, il pacco è stato recapitato a me stesso. Ho chiesto spiegazioni al management prodotti WebStamp, ma ho ricevuto una risposta scortese, con cui mi è stato detto che la responsabilità della affrancatura corretta sarebbe mia. Mi piacerebbe senz'altro stampare autonomamente i francobolli su etichette a uso commerciale (circa 7x3 etichette su un foglio A4) per evitare di doverli sempre acquistare. Ma purtroppo, dopo anni, non è ancora possibile. Peccato, perché l'idea sarebbe stata buona...

«Utilizzo quasi sempre WebStamp, soprattutto per i pacchi, perché con Track & Trace so sempre dove sono gli invii»

Domanda del mese di gennaio

Avete già cambiato unità all'interno della Posta?

Diteci cosa ne pensate nel nostro blog: pww.post.ch/giornaledelpersonale

oppure scrivete a: La Posta Svizzera SA, redazione «la Posta» (K11), Viktoriastrasse 21, 3030 Berna

Cartoline in giallo

La cartolina del mese è stata spedita da **Hedy Fischer**, collaboratrice PostMail, che ci ha scritto: «Sono una fan delle cartoline, ne invio almeno una a settimana. Essendo postina anima e corpo (recapito), ho già visto parecchie cartoline. Questa però mi è balzata agli occhi per il suo colore e, quando ho letto il testo (*Misura di occupazione per addetti al recapito*), sono scoppiata a ridere».

Inviateci la vostra cartolina preferita (La Posta Svizzera SA, redazione «la Posta» (K11), Viktoriastrasse 21, 3030 Berna) e diteci perché è così importante per voi. La cartolina più bella sarà pubblicata e il vincitore o la vincitrice si aggiudicherà due buoni per il cinema. La Posta è sponsor dei principali festival svizzeri del cinema.

In agenda

23.01–30.01.2014
Giornate del cinema di Soletta
www.giornatedisoletta.ch
✓ 20% di sconto con la carta d'identità del personale

24.01–08.02.2014
DAS ZELT, Chapiteau PostFinance, vari spettacoli, Lenk
www.daszelt.ch

13.02–16.02.2014
DAS ZELT, Chapiteau PostFinance, vari spettacoli, Losanna
www.daszelt.ch

18.02–23.02.2014
Salone delle professioni Your Challenge, Martigny
www.yourchallenge.ch
✓ Entrata gratuita

22.02.2014
Bremgarter Reusslauf
www.reusslauf.ch

15.03.2014
Kerzerslauf
www.kerzerslauf.ch
Iscrizioni su internet o via tagliando

15.03–16.03.2014
Torneo della Posta di curling, Interlaken
Iscrizioni fino al 31.1.2014 su www.postactivity.ch

Colophon

Editore
La Posta Svizzera SA
Comunicazione, Viktoriastrasse 21
3030 Berna
E-mail: redazione@posta.ch
www.posta.ch/giornale-online
Riproduzione consentita solo dietro esplicita autorizzazione della redazione.

Redazione
Emmanuelle Brossin, caporedattrice
Lea Freiburghaus
Sandra Gonseth
Claudia Iraoui
Sara Baraldi
Marie-Aldine Béguin

Traduzione e correzione bozze
Servizio linguistico della Posta
Diana Guido

Grafica
Branders Group SA, Zurigo

Inserzioni
Annoncen-Agentur Biel SA
E-mail: anzeigen@gassmann.ch
Tel. 032 344 83 44

Stampa
Mittelland Zeitungsdruck SA, Aarau

Foto di copertina
Severin Nowacki

Abbonamenti/cambiamenti d'indirizzo
Personale attivo: su intranet > Portale HR > Dati personali o presso il Servizio personale competente

Pensionati:
Per iscritto alla Cassa pensioni Posta, Servizio indirizzi, casella postale 528, 3000 Berna 25

Abbonati esterni:
E-mail: abo@posta.ch
Tel. 058 338 20 61

Prezzo abbonamento: CHF 24.– all'anno

Indirizzi utili

Servizio sociale: tel. 058 448 50 63, e-mail: serviziosociale@posta.ch
Centro del mercato del lavoro Posta: tel. 058 448 50 63
Fondo del Personale: tel. 058 338 97 21

FSC www.fsc.org
RICICLATO
Carta prodotta da materiale riciclato
FSC® C005019

Complimenti!
Barbara Müller, di Würenlos, si aggiudica una torta della nostra pasticcera per hobby e addetta al recapito Yvonne Bachmann (cfr. edizione 12/2013). Buon appetito!

Seminari di corsa per le collaboratrici

La Posta, in collaborazione con Ryffel Running, organizza per le proprie collaboratrici seminari di corsa e nordic walking presso le sorgenti termali di Zurzach. I seminari si terranno nei fine settimana del 5/6 aprile e del 12/13 aprile.

I seminari di corsa con Ryffel Running sono suddivisi nelle categorie «corsa» e «nordic walking». Il programma è completato da materie come allenamento della forza muscolare, ginnastica, alimentazione, pianificazione, massaggio e recupero. Le partecipanti hanno a disposizione gratuitamente l'impianto termale e il centro benessere. I corsi si terranno in tedesco (info. disponibili anche in francese e italiano).

Il prezzo speciale è di 270 franchi per il soggiorno in camera singola e 220 franchi per quello in camera doppia. Sono compresi: partecipazione al corso, pernottamento all'Hotel Tenedo, pranzo e cena, colazione a buffet, acqua minerale, frutta e ingresso libero all'impianto termale. Il viaggio è da organizzare individualmente e a proprie spese. Gli orari di inizio e fine del corso sono adeguati in base alle partecipanti.

Desidero iscrivermi al seminario:

☐ Corsa livello avanzato (2 o più allenamenti a settimana)
☐ Nordic walking livello principianti (da 0 a 1 allenamento a settimana)

☐ 1° corso, il weekend del 5/6 aprile 2014
☐ 2° corso, il weekend del 12/13 aprile 2014

☐ Pernottamento in camera singola (CHF 270.–)
☐ Pernottamento in camera doppia (CHF 220.–) con:

_____

Inviare a:
La Posta Svizzera SA,
Gare podistiche K22, Viktoriastrasse 21, 3030 Berna

Attenzione: Il numero di partecipanti è limitato a 50 per corso. Le iscrizioni (cfr. tagliando) verranno prese in considerazione nell'ordine di arrivo. In caso di annullamento a meno di 20 giorni dall'inizio del corso verrà addebitato il 50% del prezzo. Non è previsto alcun rimborso per gli annullamenti annunciati meno di dieci giorni prima dell'inizio del corso.

Cognome: _____
Nome: _____
N. di personale: _____ *Anno di nascita:* _____
E-mail: _____
Via, n.: _____
Località: _____
Data / firma: _____

Corse gratis per i collaboratori

Kerzerslauf, 15 marzo 2014
Termine d'iscrizione: 31 gennaio 2014
☐ Running 15 km Tempo stimato:
☐ Running 5 km Tempo stimato:
☐ Nordic walking (incl. walking) 15 km
☐ Nordic walking (incl. walking) 5 km

Maratona di Zurigo, 6 aprile 2014
Termine d'iscrizione: 24 febbraio 2014
☐ Running 42,195 km Tempo stimato:
☐ Running 10 km Cityrun Tempo stimato:

Maratona della Jungfrau, 13 settembre 2014
Termine d'iscrizione: 31 gennaio 2014
☐ Running Marathon Tempo stimato:
Taglia della T-shirt: XS, S, M, L, XL

Attenzione: per ragioni amministrative non possiamo rimborsare le spese di iscrizione già versate. Le iscrizioni vanno inoltrate agli organizzatori che vi invieranno la documentazione necessaria. Chi si iscrive, si impegna a partecipare. Verranno riscosse anche le quote di partecipazione di coloro che non si presentano alla partenza.

Cognome: _____
Nome: _____
N. di personale: _____ *Anno di nascita:* _____
E-mail: _____
Via, n.: _____
Località: _____
Data / firma: _____

Inviare a:
La Posta Svizzera SA,
Gare podistiche K22, Viktoriastrasse 21, 3030 Berna

Nota:
potete iscrivervi anche direttamente su intranet su Piazza mercato > Ticket e manifestazioni.

Un angelo in catarifrangente

Il credo di Gérard Heller è quello di aiutare il prossimo. Da quasi quarant'anni, il postino fa parte dei samaritani della sezione di Colombier.

Testo: Claudia Iraoui / Foto: Pablo Fernandez

Durante il corso BLS AED, Gérard Heller simula delle situazioni in cui i partecipanti mettono in pratica quanto appreso.

Due insufflazioni, trenta compressioni, due insufflazioni, trenta compressioni: nel suo giubbotto catarifrangente giallo, Gérard Heller esegue la rianimazione cardio-polmonare con la perizia di un professionista. Per fortuna il postino classe 1959 sta semplicemente facendo un'esercitazione su un manichino nel quadro di un corso BLS AED (Basic Life Support Automated external defibrillation). «Noi samaritani siamo il primo anello della catena di salvataggio. Quando qualcuno ha un arresto cardiaco – spiega Gérard al suo pubblico attento – se non intervengo, la persona quasi certamente morirà. Ma se pratico il massaggio cardiaco, tengo la persona in vita fino all'arrivo dell'ambulanza». E l'ambulanza può metterci fino a 15-20 minuti ad arrivare. Un'eternità se la propria vita è appesa a un filo. Una reazione pronta, informazioni precise e una buona dose di sangue freddo possono essere decisivi. «Di solito, nella vita reale è più difficile che si facciano errori che durante un'esercitazione. Dopo i primi due o tre secondi di panico, la mente diventa lucida e il corpo riesce a resistere allo sforzo non indifferente del massaggio cardiaco».

Fin da bambino Gérard sognava di diventare soccorritore e di salvare vite umane in ambulanza. Purtroppo, il suo sogno va in frantumi quando apprende che l'idoneità al lavoro di soccorritore all'epoca era legata all'idoneità al servizio militare. Ma non si può andare contro la propria natura e quando uno ha una vocazione, non può ignorarla. Ed è così che Gérard decise di indirizzarsi al paramedico. «Ufficialmente sono entrato a far parte dei samaritani il 26 marzo 1976, ma in realtà ne facevo parte già da due anni», ricorda Gérard.

Il suo impegno indefesso per il prossimo non è mai scemato: nel 1992 è diventato monitore della sezione samaritani di Colombier e Bevaix (NE) e nel 2003 (il 13 settembre 2003, ci tiene a precisare) istruttore. «Mi piace impegnarmi per gli altri e occuparmi del prossimo. Sembrerà strano, ma per me è un modo per compensare lo stress!»

300 ore di volontariato l'anno

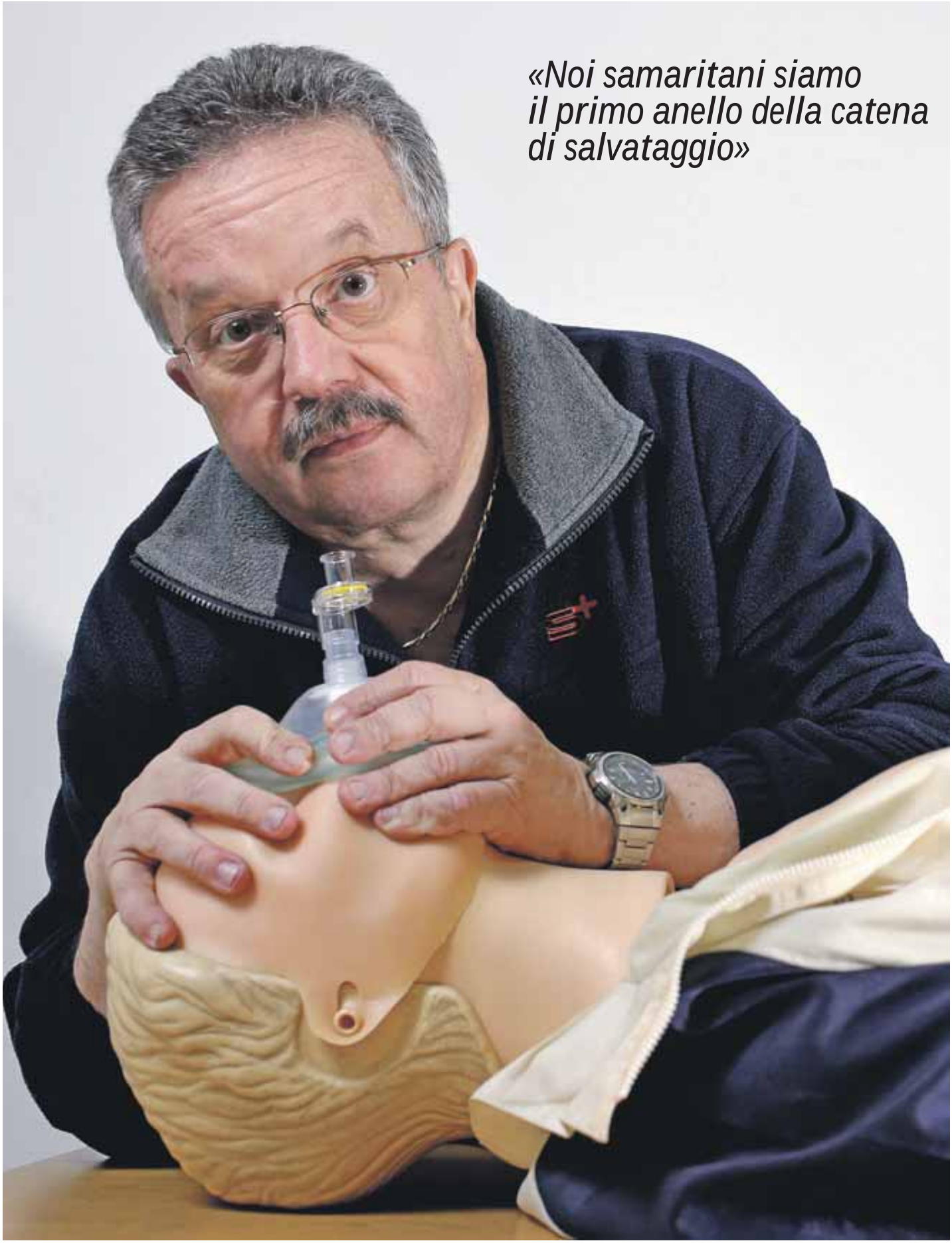
Il simpatico e modesto neocastellese fa della cura degli altri il suo credo. Ogni anno, Gérard mette a disposizione fino a 300 ore del suo tempo libero per formazioni ed esercitazione della sua sezione di samaritani. E così, instancabile, organizza i corsi di aggiornamento, i corsi soccorritori per la patente di guida, corsi per aziende su pericoli specifici e garantisce la sua presenza a concerti, sagre ed eventi sportivi. Ma il suo impegno non si limita al tempo libero: anche alla Posta è responsabile sicurezza del suo team di recapito: «tra le altre cose, mi occupo dei corsi sulla salute, esorto i miei colleghi ad utilizzare il casco e controllo che i rimorchi non siano troppo carichi…»

Lavorare spalla a spalla coi professionisti

In un certo senso, recentemente Gérard ha potuto realizzare il suo sogno, accompagnando per due turni di 12 ore dei team di operatori sanitari in ambulanza a Losanna. Un'esperienza straordinaria, da cui ha imparato molto. «Avevo il compito di porgere il materiale medico e ho praticato un massaggio cardiaco», ricorda Gérard, giustamente orgoglioso del fatto che dei professionisti riconoscessero le sue capacità.

Nonostante la sua dedizione e il suo entusiasmo, Gérard guarda all'avvenire con un po' di preoccupazione: «Purtroppo negli ultimi anni è diventato sempre più difficile trovare dei volontari...»

Maggiori informazioni su:
samalittoral.ch



«Noi samaritani siamo il primo anello della catena di salvataggio»

A fine turno, il conducente di AutoPostale Beat Lörtscher aziona la spazzola gigante nel capannone di Aeschi bei Spiez.

Autopostali tirati a lucido

Neve, sporcizia o incuria dei passeggeri: per essere all'altezza della classe gialla, i bus gialli devono essere puliti regolarmente. Reportage a fine giornata a Aeschi bei Spiez.

Testo: Claudia Iraoui / Foto: Severin Nowacki

Partito puntualmente alle 20:06 dalla stazione di Spiez, l'autopostale della linea 61 per Krattigen e Aeschi si inerpica per strade deserte e boschi di piante decidue. Lungo la strada, cumuli di neve. L'aria tersa per il gelo permette quasi di contare le luci che nella notte pulsano attorno al lago di Thun. Alla fermata di Krattigen Dorf, scendono una dozzina di passeggeri; l'ultimo passeggero solitario, scende al capolinea. Ora il conducente Beat Lörtscher è pronto per portare il suo autopostale al garage di Aeschi.

Spazzola gigante

«Prima di tutto facciamo il pieno», spiega Beat Lörtscher. Ci vanno 10 minuti buoni perché i 100-120 litri vengano ingurgitati dal veicolo. La tappa successiva è la stazione di pulizia. Non è un impianto di autolavaggio attraverso cui guidare, ma un capannone munito di tutto il necessario per far brillare i veicoli di AutoPostale. Pulire l'esterno dell'autopostale è il compito dell'ultimo conducente che ha guidato il bus. «In questo periodo dell'anno, a causa della

neve sulle strade e del sale antigelo, laviamo gli autopostali tutte le sere», dice Beat Lörtscher mentre passa con una spazzola sul parabrezza. Poi attiva un'imponente spazzola dell'altezza di tre metri e tramite un carrello con le ruote la guida attorno al bus giallo. L'acqua e il detergente rimuovono gli aloni neri nella parte inferiore del bus e il giallo torna a brillare.
Lörtscher tira poi a lucido anche cerchioni e specchietti retrovisori e, ispezionando la sua opera, constata: «Sono fortunato, stasera lo sporco non era molto…» Un salto al volante e l'autopostale è parcheggiato nel garage decorato dai disegni dei bambini di Aeschi. Il conducente di autopostale dà un'ultima occhiata al veicolo rilevando «In questa zona gli atti di vandalismo sono veramente rari», prende con sé la cassa. La sua giornata di lavoro è finita.

Gomme da masticare, uova e succhi gastrici
Sono le 23 quando Barbara Frey entra in azione con il suo carrello; è pieno di detergenti, stracci in microfibra e prodotti specializzati, come ad esempio uno spray per rimuovere le gomme da masticare dai sedili («meno male che ultimamente ce ne sono sempre meno!»). Il suo obiettivo: l'interno di ogni autopostale deve brillare. La loquace bernese ha 15 minuti per pulire l'interno di ogni veicolo. Come prima cosa, Barbara Frey accende la radio: «A quest'ora non c'è molta gente da queste parti, mi tiene compagnia…»
Con gesti veloci e precisi pulisce le superfici e i vetri e spolvera. «In inverno mi batto con i pavimenti talvolta letteralmente bianchi a causa del sale antigelo, mentre d'estate sono soprattutto gli aloni di crema solare a causare lavoro un più». Ma nel corso dei cinque anni durante i quali lavora per AutoPostale, Barbara ne ha già viste letteralmente di tutti i colori: macchie di vernice, uova e, di tanto in tanto, succhi gastrici. «In quest'ultimo caso, di solito il grosso lo tolgono i conducenti al capolinea inclinando il veicolo per far defluire l'acqua…»
Partendo dal retro, Barbara pulisce il pavimento; l'aria si riempie del buon odore di pulito. Non resta che gettare la spazzatura nella raccolta differenziata e l'autopostale è pulito e pronto per tornare in strada l'indomani. ■

Carte giornaliere in palio!
AutoPostale mette in palio 10 carte giornaliere per i collaboratori della Posta. Tentate la fortuna e inviateci una e-mail a redazione@posta.ch o una cartolina a La Posta Svizzera SA, redazione giornale «la Posta» (K11), Viktoriastrasse 21, 3030 Berna entro il 31 gennaio 2014.

Con gesti veloci e precisi Barbara Frey pulisce le superfici e i vetri e spolvera l'interno dell'autopostale.

Una perfetta visuale è fondamentale al volante.

Servono 15 minuti per pulire l'interno di ogni veicolo.

Mantenete il vostro equilibrio!

Freddy Nock, il noto funambolo svizzero, mostra cosa significa mantenersi in equilibrio.

Una serata in bilico con Freddy Nock, presentata dalla Gestione della salute della Posta.

Bellinzona, 13 febbraio 2014
Centro Spazio Aperto
Via Gerretta 9
ore 17.15-19.00 + Ricco aperitivo

Iscrizione via LMS oppure tramite cartolina su pww.post.ch/equilibrio.

LA POSTA

Illustrazione:
Massimo Milano

Il VIP e la Posta

Andreas Caminada

Grande chef al ristorante Schloss Schauenstein (Fürstenau), premiato con tre stelle Michelin e 19 punti Gault&Millau.

Quando ha spedito la sua ultima lettera?
All'inizio di dicembre. Ho inviato più di 1500 riviste Caminada ai miei abbonati. Erano lettere piuttosto grandi.

Conosce il suo postino per nome?
Conosco la sua risata! Il suo nome non ancora, perché ci siamo trasferiti da poco.

Con che frequenza la si può incontrare allo sportello postale?
Non spesso, due o tre volte all'anno.

Paga le fatture per via elettronica o con il libretto giallo?
Per via elettronica, ma quando ero ragazzo, tra i 16 e i 18 anni, usavo molto il libretto giallo.

Qual è il suo prodotto postale preferito?
I ricordi d'infanzia, quando il postino consegnava la posta sul Maggiolino Volkswagen giallo e nero. Era parte della quotidianità.

La tratta più bella che ha percorso in autopostale?
Da Ilanz a Falera. Una tratta collegata a tanti bei ricordi.

Giallo come...
... lo zafferano! ■

Babbo Natale in giallo

Testo: Piero Cerullo

I membri del team di Dottikon hanno fatto squadra per regalare a una bambina di sei anni una bicicletta per Natale.

Nell'ambito dell'iniziativa «Wiehnacht för alli» (Natale per tutti), questo Natale l'ufficio postale e di recapito di Dottikon ha esaudito un desiderio di una bambina del Cantone di Argovia. Con l'iniziativa «Wiehnacht för alli», Radio Argovia intende permettere l'arrivo di doni natalizi anche ai bambini che vivono in contesti socialmente disagiati.
I desideri dei bambini di famiglie con reddito basso sono inseriti in una lista pubblicata sul sito internet di Radio Argovia; chi vuole esaudire un desiderio compra un regalo. Insieme al centro PostLogistics Dintikon, Radio Argovia consegna i regali la settimana prima di Natale. Noi abbiamo deciso di donare una bicicletta nuova a una bambina di sei anni e le abbiamo fatto un bel pacco regalo. ■

Fedeli alla Posta

45 anni

PostMail
Andenmatten Stefan, St. Niklaus VS
Baumgartner Iwano, St. Margrethen
Büchel Norbert, Zürich
Burri Alfred, Kriens
Hiltbrunner Kurt, Burgdorf
König Walter, Herzogenbuchsee
Manser Fridolin, Appenzell
Pfanner Josef, Flums
Schmid Max, Sion
Städler Hanspeter, Altstätten SG
Vogel Peter, Zug
Zahner Franz, Hombrechtikon

PostLogistics
Aregger Walter, Baar
Baumann Markus, Hinwil
Bucher Alois, Baar
Schurtenberger Bruno, Rothenburg

Rete postale e vendita
Brazerol Dino, Davos Platz
Burger Roger, Uttwil
Keller Martin, Weiningen ZH

40 anni

PostMail
Achermann Markus, Zürich
Baumann Eva, Zürich
Beuchat Michel, Zürich
Bienz Josef, Hünenberg
Gigon Martin, Delémont
Imesch Johann, Visp
Kämpf Ulrich, Dombresson
Meier Paul, Lostorf
Salzmann Daniel, Zürich
Thomann Peter, Thusis
Wethli Erwin, Wädenswil
Windlin Hans, Alpnach Dorf
Winkelmann Erich, Zürich
Wyttenbach Werner, Steffisburg

PostLogistics
Steiner Jakob, Wädenswil

Rete postale e vendita
Bloch André, Biel
Grob Werner, Bazenheid
Knecht Marie-Louise, Bottmingen
Moder Ursula, Castasegna
Pesavento Greta, Russikon
Roth Elisabeth, Starrkirch-Wil
Studer Silvia, Schaffhausen
Von Niederhäusern Bernhard, Thun
Vonder Mühll Rainer, Olten

PostFinance
Gelb-Kipfer Ruth, Kriens
Käser Heidi, Netstal

InfraPost
Steiner Jakob, Zürich
Tosoni Aldo, Frauenfeld

Tanti auguri!

95 anni

Genetelli Lina, Grono (09.02.)

90 anni

Aellen Johanna, Schönried (06.02.)
Bachmann Erwin, Birsfelden (19.02.)
Galli Alfredo, Capolago (07.02.)
Gramatica Remo, Brusio (10.02.)
Häfele Hans, Pfäffikon ZH (18.02.)
Henneberger Victor, Sévery (18.02.)
Imark Georg, Münchenstein (24.02.)
Manser Hans, Männedorf (27.02.)
Matter Hans, Engelberg (14.02.)
Molnar Bela, Flamatt (01.02.)
Monney Paul, St-George (17.02.)
Morell Not Duri, Guarda (12.02.)
Pfäffli Hans, Biel (02.02.)
Zwicky Fridolin, Hünibach (25.02.)

85 anni

Arnold Josef, Unterschächen (03.02.)
Birchler Anna-Lina, Einsiedeln (18.02.)
Blatter Emil, Ulrichen (10.02.)
Bruhin Adolf, Küsnacht ZH (07.02.)
Bucher Friederike, Oetwil am See (20.02.)
Florey Betty, Petit-Lancy (26.02.)
Flück Ruth, Grenchen (15.02.)
Frehner Paul, Kreuzlingen (24.02.)
Frigg Claudio, Champfèr (08.02.)
Fuhrer Hansrudolf, Nennigkofen (17.02.)
Geisseler Jakob, Neuenkirch (02.02.)
Grob Hans, Winterthur (08.02.)
Halbeisen Walter, Laufen (12.02.)
Huwiler Erwin, Zürich (07.02.)
Inwyler Oskar, Basel (17.02.)
Jann Werner, Obbürgen (11.02.)
Jaquemet Henri, Corcelles-près-Payerne (23.02.)
Jenny Agnes, Genève (22.02.)
Jolliet Paul, La Chaux-de-Fonds (17.02.)
Kälin Josefina, Euthal (12.02.)
Käser Othmar, Laupen BE (21.02.)
Kehl Ernst, Rüti ZH (23.02.)
Künzi Fritz, Meiringen (02.02.)
Maradan Clébert, Ecuvillens (04.02.)
Neff Albert, Münchenstein (09.02.)
Pache-Burkhalter Marie-Louise, Echandens (10.02.)
Pfister Otto, Ebmatingen (01.02.)
Poltera Johann Otto, Mulegns (10.02.)
Poyet Odette, Genève (27.02.)
Rieser Reinhard, Zürich (07.02.)
Rivier Claude, St-Légier-La Chiésaz (01.02.)
Rohrbach Elisabeth, Courtelary (03.02.)
Rothen Robert, Epalinges (23.02.)
Schmid Agnes, La Brévine (23.02.)
Schmid Fredy, Dozwil (11.02.)
Schoch Louis, Ostermundigen (23.02.)
Stieger August, Neu St. Johann (01.02.)
Sulzberger Wilhelm, Hütten (10.02.)
Urbatzka Anita, Oberbüren (13.02.)
Vuitel Henri, Neuchâtel (15.02.)
Wernli Ernestine, Seuzach (08.02.)
Wolf Alois, Hochdorf (13.02.)
Zulliger Walter, Unterseen (21.02.)

80 anni

Ambrona Maximilian, Spanien (21.02.)
Bähni-Wussler Albert, Allschwil (25.02.)
Berset Roland, Courtepin (15.02.)
Betschart Franz, Urdorf (22.02.)
Billod Louis, Les Brenets (08.02.)
Bösch Johann, Winterthur (01.02.)
Bolt Ernst, Zürich (09.02.)
Boog Ariane, Lausanne (09.02.)
Borgeat Géo, Genève (07.02.)
Burgener Werner, Grindelwald (01.02.)
Chalet André, Hermenches (07.02.)
Chappuis Roger, Palézieux-Village (13.02.)
Davatz Anna, Fanas (10.02.)
Engler Rudolf, Oberwangen b. Bern (19.02.)
Galfetti Yvonne, Killwangen (11.02.)
Glücki Peter, Konolfingen (17.02.)
Gmür Karl, Amden (05.02.)
Gmür Renate, Amden (11.02.)
Gubser Edwin, Rapperswil SG (14.02.)
Guldimann Heidy, Erlach (08.02.)
Heldner Erwin, Eyholz (04.02.)
Hossli Armin, Unterentfelden (13.02.)
Imhof Karl, Bolligen (16.02.)
Küenzi Fritz, Liebefeld (04.02.)
Kurth Heinz, Weggis (12.02.)
Lauper Konrad, Zürich (21.02.)
Lischer Anton, Birsfelden (22.02.)
Merz Theres, Amlikon-Bissegg (05.02.)
Poffet Josef, Bern (13.02.)
Python Marcel, Petit-Lancy (18.02.)
Repole-Dessi Gina, Ehrendingen (11.02.)
Rutz Berta, Waldkirch (03.02.)
Ryser Robert, Malix (26.02.)
Schaich Rosmarie, Effretikon (16.02.)
Scheiwiller Alois, Oberbüren (06.02.)
Schneider Elisabeth, Winterthur (15.02.)
Schneider Friedrich, Montpreveyres (27.02.)
Schüpbach Hugo, Bern (08.02.)
Schüpbach Lotti, Bern (08.02.)
Schürch Leopoldine, Lausanne (01.02.)
Schwab Margrit, Zollikofen (02.02.)
Sidler Josef, Inwil (24.02.)
Stocker Mathilde, Küssnacht am Rigi (22.02.)
Thalmann Herbert, Winterthur (13.02.)
Tran Huu-Kinh, Lausanne (03.02.)
Wanzenried Gertrud, Bern (09.02.)
Weder Doris, Dürnten (15.02.)
Wider Marcel, Peseux (22.02.)
Würgler Rudolf, Zürich (12.02.)
Zybach Heinz, Meiringen (27.02.)

75 anni

Alder Beda, Adliswil (03.02.)
Altermath-Jeanbourquin Suzanne, Chaumont (20.02.)
Andres Annelies, Walkringen (23.02.)
Barth Hans Heiner, Birrwil (21.02.)
Bersier Marcel, Villars-sur-Glâne (10.02.)
Bischofberger Rosmarie, Altenrhein (27.02.)
Bovier Marguerite, Châtelaine (22.02.)
Brändle Hansruedi, St. Gallen (18.02.)
Broye-Ansermet Auguste, Petit-Lancy (07.02.)
Brunner Werner, St. Gallen (17.02.)
Bühlmann-Zürcher Willy, Delémont (17.02.)
Bünnagel Maria Teresa, Wädenswil (23.02.)
Chabloz Jean-Daniel, Lausanne (22.02.)
Christen Heinz, Rubigen (16.02.)
Coduri Antonio, Mendrisio (04.02.)
Croci Pierre-André, Savigny (12.02.)
Croset Gérard, Lausanne (13.02.)
Cugini Paolo, Tenero (17.02.)
Danini-Strub Susanne, Luzern (17.02.)
Furger Albin, Altdorf UR (22.02.)
Giovanola Mario, Ascona (19.02.)
Gisler Wendelin, Altdorf UR (12.02.)
Goumaz Raphaël, Petit-Lancy (01.02.)
Guntli Hans, Diesbach (25.02.)
Hauri Rolf, Beinwil am See (04.02.)
Hiltbrunner Hildegard, Kloten (23.02.)
Humair Alfred, Vernamiège (23.02.)
Hunziker Walter, Staffelbach (22.02.)
Jordi Jean-Pierre, Frankreich (20.02.)
Kämpf-Tinguely Hans-Ruedi, Villeret (06.02.)
Karlen Elias, Visp (22.02.)
Kästli Martin, Thal (06.02.)
Meier-Grossenbacher Martha, Ostermundigen (20.02.)
Mettraux Monique, Moudon (09.02.)
Neff Kurt, Gonten (06.02.)
Nguyên-Nguyên Thi Ngoc Huong, Lausanne (18.02.)
Noyer Pierre-Michel, Lugnorre (10.02.)

Philipona-Achermann Rosmarie, Düdingen (15.02.)
Pommaz Joseph, Genève (11.02.)
Rosat Samuel, Château-d'Oex (23.02.)
Schindler Rosmarie, Urdorf (27.02.)
Schneebeli Hansrudolf, Affoltern am Albis (01.02.)
Schnetz André, Fleurier (06.02.)
Schüpbach Ernst, Biel (08.02.)
Schütz Rosa, Dieterswil (21.02.)
Schwitter Maria Ursula, Ftan (23.02.)
Stadler Rudolf Johan, Bolligen (12.02.)
Stampone Tonino, Monte Carasso (12.02.)
Süess-Conzatti Anton, St. Gallen (01.02.)
Suppiger Ferdinand, Horw (19.02.)
Velasco Dolores, Winterthur (17.02.)
Wälchli-Müller Hanna, Bützberg (28.02.)
Widmer Ruth, Pratteln (25.02.)
Wuchner Peter, Arbon (14.02.)
Würzer-Berweger Willi, Wienacht-Tobel (11.02.)
Zapparrata Rocco, Wollerau (24.02.)
Z'Brun-Walden Hans, Visp (13.02.)
Zindel Rosmarie, Oberurnen (07.02.)

Pensionamenti

PostMail
Aeschbacher Friedrich, Sumiswald
Ackermann Robert, Delémont
Arregger Walter, Sarnen
Baechler Katharina, Bern
Betschart Richard, Muotathal
Buchli Wieland, Bonaduz
Burgy Christian, Prez-vers-Noréaz
Chammartin-Rossier Cécile, Romont FR
Champion Charles, Basel
Delessert Margarete, Founex
Devaud Michel, Genève
Diener Hanspeter, Islikon
Dürig Max, Volketswil
Echenard Albert, Lausanne
Eichenberger Walter, Basel
Eisenring Martin, Wängi
Favre Pierre-Alain, Neuchâtel
Foppa Luzia, Vella
Gachet-Leuenberger Pierette, Echallens
Grob Hans-Rudolf, Zürich
Gubler Theres, Magden
Hobi Bruno, Buchs SG
Hürbin Urs, Pratteln
Ifanger Charlotte, Sarnen
Jeker Brigitta, Lohn-Ammannsegg
Kaufmann Jolanda, Kriens
Kuster Silvia, Dielsdorf
Lauper Kurt, Zürich
Ledermann Hansruedi, Härkingen
Leuenberger Claude, Lausanne
Maillard Jean-Jacques, Vevey
Maret Jacques, Eclépens
Martinali Bartolomeo, Biasca
Michel-Tenthorey Josette, Romont FR
Montagnese Gertrud, Amriswil
Mouron Alain, Vevey
Mühlemann Elisabeth, Fraubrunnen
Noll Myriam, Fribourg
Oppliger Ruedi, Nesslau
Papa-Lurati Donatella, Lugano
Portmann Erhard, Solothurn
Reber Ruth, Bischofszell
Reichlin Margrit, Männedorf
Reinhard Peter, Zürich
Romaniszin-Estoppey Marianne, Eclépens
Röthlisberger Bruno, Andelfingen
Rouiller Jérôme, Martigny
Salzgeber Nelly, Steg-Gampel
Simon-Vermot Liliane, Le Locle
Stäheli Hans-Peter, Uster
Steffen Hans-Peter, Hinwil
Strässle Othmar, Amriswil
Suter Rolf, Gränichen,
Vaucher Edouard, Genève
Zahnd Leo, Ostermundigen
Zanetti Daniele, Mendrisio

PostLogistics
Achermann Alfred, Frauenfeld
Fejzulahi Camilj, Frauenfeld
Fiechter André, Ostermundigen
Gerber Martin, Biel/Bienne
Raschle-Schmid Hedwig, Frauenfeld
Rieder Rosmarie, Bülach.

Rete postale e vendita
Albin Alois, Trun
Arregger Margrit, Melchtal
Arregger Walter, Melchtal
Balzer Christina, Chur
Bangerter Ursula, Zweisimmen
Baumgartner Doris, Glarus
Berger Monique, Gorgier
Egli Susanne, Münchwilen
Germann Beat, Kiesen
Gingins Liliane, Vallorbe
Gmür Edith, Sargans
Graf Verena, Brügg BE
Helfenstein Alex, Root
Huber Edith, Münchenstein
Keusch Emilie, Biberist
Kiser Rita, Luzern
Kyburz René, Chiasso
Locher Dora, Schliern b. Köniz
Lüthi Marianne, Maienfeld
Morisoli Gianni, Bern
Pfister Therese, Ins
Rieder Florian, Bern
Ruffieux Chantal, Lucens
Ryf Alexander, Schinznach Bad
Schilling Ursula, Zürich
Steiner Katharina, Menziken
Strub Bruno, Bern
von Allmen Hans-Peter, Heimenschwand

PostFinance
Gachoud Marguerite, Bulle
Schmid Ernst, Bern
Wendel Christa, Bern

AutoPostale
Arnold Johann, Saas Fee
Galli Fritz, Worb
Studer Georg, Balsthal
Vögeli Ruth, Frauenfeld

InfraPost
Ayer René, Zwingen
Binder Hans-Ulrich, St. Gallen
Büche Walter, Wil SG
Della Chiesa Luciana, Ehrendingen
Gaspoz Rosette, Sion
Passetti Julia, St-Prex
Putignano Lucia, Kloten

Swiss Post Solutions
Bernasconi Eduard, Zürich
Demierre Michel, Vevey
Freiburghaus Liener Nellie, Bern
Götschi Regina, Zürich
Gugger Leo, Winterthur
Guichoud Jean-Jacques, Lausanne
von Rohr René, Basel

Condoglianze

Personale attivo

PostMail
Bigler Ulrich, Härkingen, geb. 1953
Franke Peter, Basel, geb. 1960
Margueron Martial, Romont FR, né en 1959

Swiss Post Solutions
Guetg Frank, Zürich, geb. 1958

Pensionati
Aeschlimann Adolf, Biglen (1933)
Ancona Giuseppe, Bellinzona (1942)
Arnold Kosmas, Leibstadt (1951)
Bächler Johann Ludwig, Rechthalten (1930)
Bigler Ulrich, Gümligen (1953)
Bretscher Ulrich, Bern (1926)
Bruderer Werner, Kriens (1935)
Casanova Arnold, Siat (1933)
Castro Gomez Manuel, Bassersdorf (1945)
Durtschi Walter, Büetigen (1924)
Felber Elsbeth, Zuzgen (1923)
Fischer Alfred, Pfungen (1931)
Fresta Venera, Basel (1938)
Gendre Martin, Cousset (1933)
Gigandet Käthi, Arch (1929)
Himmelberger Ernst, Oberwil BL (1930)
Hunkeler Maria Erika, Unterengstringen (1949)
Imfeld Franz, Meilen (1945)
Käsermann Rudolf, Bern (1926)
Kaufmann Robert, Ruswil (1923)
Kilchherr Karl, Reinach BL (1924)
Klossner Fritz, Reichenbach im Kandertal (1923)
Kobelt Hans, Winterthur (1935)
Kuzmanovic Kuzman, Dübendorf (1957)
Maag Samuel, Winterthur (1926)
Mächler-Weber Irma, Feusisberg (1924)
Mariéthoz Albert, Ardon (1929)
Millius Margarethe, Genève (1936)
Minder Joëlle, Lausanne (1941)
Petitmermet Josiane, Crissier (1950)
Petrini Marino, Corcelles NE (1955)
Rizzi Gianfranco, Bellinzona (1941)
Rochat Anita, Boveresse (1921)
Ryter Fritz, Frutigen (1932)
Schatzmann Hans, Bad Zurzach (1923)
Scherrer Astrid Margot, Pratteln (1955)
Schmid-Schmid Letizia, Vals (1925)
Schönenberger Walter, Horgen (1930)
Seiler Markus, Fislisbach (1954)
Terrier Jacques, Montignez (1929)
Thalmann Michel, Genève (1934)
Turtschi Hans, Neuhausen am Rheinfall (1927)
Umberg Johann Josef, Vilters (1934)
von Känel Walter, Winterthur (1924)

Piazza mercato
Da adesso la rubrica «Piazza mercato» è consultabile soltanto in intranet: Piazza mercato > Privato > Piccole inserzioni.

©Fotografo François Wavre

Il nostro impegno per la sostenibilità.

«Con la pompa di calore aria-acqua, posso contribuire personalmente, nel mio piccolo, a ridurre le emissioni di CO_2. E posso anche risparmiare spazio, perché non mi occorre una camera serbatoio separata».
Werner Blatter, membro della Direzione AutoPostale

La Posta ottimizza i suoi impianti tecnici interni e riesce così a ridurre continuamente il fabbisogno energetico dei suoi edifici. Sostiene inoltre il passaggio dalle energie fossili a quelle sostenibili: per esempio, riscaldando il centro lettere Härkingen con pompe di calore e utilizzando il calore di scarico dei sistemi di refrigerazione.

pro clima
posta.ch/clima
Siamo passati ai fatti