

La Posta è sulla giusta rotta:

- **ottiene buoni risultati in tutti e quattro i mercati**
- **coglie le opportunità offerte dai cambiamenti in atto**

Intervento di Jürg Bucher

Direttore generale

Conferenza stampa sul bilancio

della Posta Svizzera

Sede principale della Posta, Berna

15 marzo 2012

FA FEDE IL TESTO EFFETTIVAMENTE PRONUNCIATO

Egregi giornalisti, gentili Signore e Signori,

La Posta è sulla giusta rotta. Nel 2011 ha fatto nuovamente segnare un eccellente risultato, confermando l'ottima prestazione del 2010. L'obiettivo strategico di un utile del gruppo tra i 700 e gli 800 milioni di franchi è stato ampiamente raggiunto. E questo successo lo dobbiamo alle nostre collaboratrici e ai nostri collaboratori: non soltanto l'ottimo risultato, ma anche il sondaggio condotto fra il personale confermano l'elevata motivazione e l'impegno esemplare del personale postale, al quale rivolgo i miei più sentiti ringraziamenti.

La Posta ha conseguito risultati positivi in tutti e quattro i mercati in cui opera, benché il contributo dei singoli settori abbia evidenziato sviluppi divergenti dovuti alle peculiari dinamiche dei differenti mercati:

- con 591 milioni di franchi il mercato finanziario retail ha contribuito al risultato per il 65%,
- con 151 milioni di franchi il mercato logistico ha contribuito per il 17%,
- con 121 milioni di franchi il mercato della comunicazione ha contribuito per il 13%,
- mentre il mercato dei trasporti pubblici di persone ha contribuito in misura del 4% con 33 milioni di franchi.

L'obiettivo di rendimenti in linea con il settore in tutti i mercati e unità del gruppo non è ancora pienamente raggiunto.

Come sono evoluti i singoli mercati? Nel **mercato della comunicazione** le unità PostMail e Swiss Post International si sono mantenute ad ottimi livelli nonostante il calo seppur moderato dei volumi di corrispondenza. Inoltre, la produttività è considerevolmente aumentata. Rete postale e vendita ha risentito del calo persistente delle operazioni agli sportelli. Swiss Post Solutions è ulteriormente progredita, oltrepassando per la prima volta la soglia d'utile di 10 milioni di franchi. La concentrazione sulla gestione dei documenti e sui programmi di fidelizzazione della clientela sta dando i suoi frutti sia in Svizzera, sia all'estero.

Ciò nonostante, in futuro il mercato della comunicazione dovrà guadagnare di più: concretamente, occorre un utile di 200 milioni di franchi. Questo risultato dovrà essere raggiunto tramite entrate supplementari generate dai servizi digitali su un fronte e tramite la riorganizzazione della rete di distribuzione sull'altro. Gli oltre 3600 punti di accesso saranno mantenuti; parallelamente verranno introdotte nuove forme di distribuzione in grado di contenere ulteriormente i costi – come gli sportelli per clienti commerciali o le agenzie orientate alle esigenze della clientela.

Nel **mercato della logistica** è stato possibile consolidare il balzo d'utile del 2010. Il calo dei volumi di pacchi si spiega essenzialmente con la parziale perdita delle attività di trattamento dei pacchi in entrata dalla Germania – che, frattanto, siamo però stati in grado di recuperare ampiamente. L'ultimo anno è stato caratterizzato da una stagnazione del commercio a distanza. Fortunatamente all'inizio di quest'anno le attività hanno segnato una nuova ripresa.

Nel **mercato finanziario retail** abbiamo ottenuto il miglior risultato in assoluto di PostFinance, con un'ulteriore ottima evoluzione dei depositi dei clienti, un risultato migliore dalle operazioni sugli interessi e ricavi maggiori nelle operazioni con carte di credito e ipotecarie. I tassi tuttora bassi e le possibilità d'investimento molto limitate premono sul ricavo e ci costringono a mantenere i tassi dei clienti a livelli un po' più bassi, ma nonostante tutto attrattivi. PostFinance amministra attualmente un patrimonio dei clienti superiore a 92 miliardi di franchi, e nel corso dell'ultimo anno ha creato quasi 160 nuovi impieghi a tempo pieno.

Nel **mercato dei trasporti pubblici di persone** il risultato è rimasto stabile. Lo sviluppo ulteriore dell'offerta e gli adeguamenti tariffali introdotti con l'orario 2011 hanno contribuito a una crescita dei ricavi d'esercizio, con un aumento del risultato d'esercizio pari al 18%. Ciò consente di investire ulteriormente nell'eccellente qualità e in un'offerta durevole di servizi. AutoPostale ha consolidato la propria posizione in Francia, dove proseguirà oculatamente la sua espansione.

Uno dei nostri principali obiettivi rimane quello di migliorare ulteriormente la qualità dei nostri **servizi**. La Posta ha soddisfatto molto bene il suo mandato di erogazione del servizio di base. I tempi di consegna di lettere e pacchi fanno segnare eccellenti risultati, con una puntualità superiore al 97%. Il 97,5% delle lettere della posta A e addirittura il 99,3% delle lettere della posta B è stato recapitato puntualmente. Nel 2011 è giunto puntualmente a destinazione il 97,4% dei PostPac Priority e il 97,7% dei PostPac Economy.

Con questi risultati la Posta Svizzera fa meglio di quanto prescritto dalla Confederazione e si colloca ai vertici del confronto internazionale. E ciò nonostante rimane uno degli operatori di servizi di posta-lettere e posta-pacchi più a buon mercato d'Europa, come conferma l'Indice della posta-lettere dell'Università di Friburgo. Anche i risultati del sondaggio sulla soddisfazione della clientela privata e commerciale si riconfermano eccellenti. Grazie a un recapito puntuale e affidabile, insieme alla vuotatura ritardata delle buche delle lettere che raccolgono il 93% degli invii imbucati, la lettera ha addirittura guadagnato punti. La lettera si posiziona così come mezzo di comunicazione che in un'epoca di SMS ed e-mail gode nuovamente di maggiore attenzione da parte dei destinatari, suscita più emozione e ha un impatto più duraturo.

Le mutate esigenze della clientela e le molteplici novità tecnologiche aprono alla Posta numerose opportunità

E noi cogliamo queste opportunità del cambiamento per sviluppare nuove offerte con ottime possibilità di successo. Vi propongo alcuni **esempi**. Abbiamo praticamente raddoppiato a circa 700 gli **uffici PickPost**, punti di ritiro alternativi per i pacchi. Oltre a ciò, in più di 200 uffici postali è possibile impostare fino alle 16 i pacchi che devono giungere a destinazione già il giorno successivo.

Lo scorso anno PostFinance ha sviluppato significativamente la sua **app** per iPhone e smartphone Android. Grazie a **Scan + Pay** i clienti possono ora scansionare e pagare le loro fatture con il cellulare. Anche l'offensiva di servizi di AutoPostale risponde a un'esigenza attuale della clientela di poter navigare

in internet durante gli spostamenti in bus. Nel mese di aprile, nella Svizzera orientale, nel Basso Vallese e in Argovia un primo gruppo di 300 autobus è dotato di connessione **WLAN**. E, nota bene, i passeggeri navigheranno gratuitamente. Anche WebStamp, lo strumento online per la stampa di francobolli sul proprio PC, è particolarmente apprezzato. Nel 2011 questo prodotto ha segnato un fatturato di 20 milioni di franchi, con un aumento del 40% rispetto all'anno precedente.

Anche il **commercio a distanza** racchiude ottimi potenziali. Secondo le nostre stime, nel 2020 il 40% dei prodotti non food sarà spedito via pacco. Già oggi offriamo ai grandi clienti servizi di e-commerce su misura lungo l'intera catena di creazione di valore. Per le piccole e medie imprese abbiamo sviluppato una soluzione web standardizzata con svariati moduli di marketing diretto, logistica ed e-payment integrabili fra loro. Quest'offerta, che coinvolge diverse unità del gruppo, sarà utilizzabile sia in Svizzera, sia nelle zone transfrontaliere. Lo studio pubblicato a gennaio dall'Unione postale universale avvalorava la via che abbiamo imboccato. Negli e-services la Posta Svizzera si colloca ai vertici mondiali.

Abbiamo **iniziato bene il 2012**. L'evoluzione congiunturale sarà decisiva per i volumi di lettere e pacchi che saranno trattati. L'attuale minimo storico dei tassi e le possibilità d'investimento limitate indeboliscono i ricavi di PostFinance, e la forza del franco svizzero preme sui risultati conseguiti all'estero. Per contro, il rincaro contenuto attenua l'evoluzione dei costi. Complessivamente, per l'anno d'esercizio in corso siamo prudentemente

fiduciosi, pur prevedendo un utile leggermente inferiore a quello del biennio precedente.

L'anno appena iniziato, l'ultimo per me in seno alla Posta, sarà particolarmente attento ai seguenti **temi**. Essenzialmente ci dedicheremo alla conversione della Posta in una società per azioni. Le attività preparatorie sono finora progredite come da agenda, così che saremo pronti a inizio 2013. A ottobre dello scorso anno abbiamo inoltrato la domanda di subordinazione della futura PostFinance SA all'autorità di vigilanza bancaria FINMA. Attendiamo l'autorizzazione della FINMA entro il prossimo autunno. Procedono a pieno regime anche le attività in vista di una joint venture con La Poste France nel traffico transfrontaliero delle lettere da e per la Francia, che dovrebbe concretizzarsi quest'estate. Da questa collaborazione strategica ci aspettiamo opportunità migliori per accompagnare i clienti all'estero. In questo settore vogliamo svolgere un ruolo di primo piano. Un altro argomento chiave nel 2012 sarà il rafforzamento ulteriore della Posta nell'interfaccia tra servizi postali fisici e digitali. Oltre alla citata iniziativa di e-commerce realizzata dall'unità del gruppo PostLogistics, PostMail introdurrà la cassetta delle lettere elettronica e PostFinance svilupperà ulteriormente i servizi finanziari mobili, trasformando lo smartphone in «banca tascabile».

Per concludere il mio intervento desidero rendervi attenti su **un'altra innovazione** nell'interfaccia tra servizi postali fisici e digitali: la Relazione di bilancio 2011 vi propone, come di consueto, un quadro dettagliato dell'anno d'esercizio appena concluso. A partire da quest'anno sarà arricchito da

contenuti multimediali: per ogni testo accanto al quale trovate il simbolo di una fotocamera, fotografando la relativa pagina con il vostro smartphone e la app gratuita della Posta riceverete informazioni complementari in formato video. Quale bell'esempio vi consiglio il contributo video ai nostri sforzi per la tutela dell'ambiente a pagina sei della Relazione di bilancio.

Come vedete, la Posta è sulla rotta giusta. In tutti e quattro i mercati otteniamo buoni risultati e cogliamo le opportunità del cambiamento sviluppando nuove offerte.

Le **basi** per un futuro della Posta altrettanto proficuo sono **gettate!**

Vi ringrazio della cortese attenzione.