



## **Intervento alla conferenza sulla chiusura annuale 14.03.2024 Christian Levrat, Presidente del Consiglio di amministrazione**

(Fa fede il discorso effettivamente pronunciato.)

Gentili Signore, egregi Signori,

- innanzitutto desidero darvi il benvenuto alla Posta per la presentazione dei risultati annuali.
- Permettetemi di andare subito al punto: sebbene in leggera flessione, i risultati che vi presenteremo mostrano soprattutto una certa stabilità e sono in linea con quelli dell'anno precedente. Roberto Cirillo, il nostro CEO, vi fornirà una panoramica sui dati e sui progressi compiuti con l'attuazione della strategia « Posta di domani ». A seguire, Alex Glanzmann, il nostro CFO, e Kurt Fuchs, CEO a. i. di PostFinance, vi illustreranno i dettagli.
- Questo risultato stabile non è l'espressione di un anno tranquillo, anzi tutt'altro. È il frutto di un duro lavoro da parte dei nostri team, e ritengo doveroso aprire questa conferenza stampa rendendo omaggio al loro impegno. Dai livelli dirigenziali alle addette e agli addetti di recapito, dal personale conducente di AutoPostale a quello di vendita di RetePostale, dalle collaboratrici e dai collaboratori di PostFinance alle colleghe e ai colleghi della comunicazione digitale, tutte e tutti hanno dato il massimo per poter raggiungere un risultato soddisfacente malgrado i venti contrari.
- Ma andiamo con ordine. In primo luogo, abbiamo raggiunto tutti gli obiettivi in materia di qualità del servizio. Queste cifre si basano su dati oggettivi, come misurazioni precise dei servizi postali e sondaggi sulla soddisfazione della clientela, che vengono verificati e convalidati dal Consiglio federale, per quanto riguarda i primi, e da diverse autorità di controllo, tra cui la PostCom o l'UFCOM, per i secondi.
- I nostri sforzi sono stati premiati anche l'anno scorso quando, per la settima volta consecutiva, la Posta svizzera è stata scelta come la migliore del mondo dall'Unione Postale Universale. Questa organizzazione non si limita a valutare due o tre società, ma valuta ogni anno una quarantina di criteri per 172 paesi!



- Per me è un'ulteriore prova del fatto che forniamo prestazioni di alta qualità. Di nuovo grazie a tutte le collaboratrici e a tutti i collaboratori per il loro instancabile impegno.
- Considerato il contesto, le cifre che vi presentiamo sono relativamente buone: il nostro fatturato è in crescita, a riprova del fatto che la diversificazione delle nostre attività sta portando i primi successi. Purtroppo però il risultato è in leggera flessione, a causa dell'effetto combinato del costante calo dei volumi di lettere, delle oscillazioni congiunturali delle quantità di pacchi trasportati e degli ultimi strascichi della fase di interessi negativi per PostFinance. Dietro a questa apparente stabilità si nasconde un'altra realtà: abbiamo attraversato un anno difficile, che ha richiesto misure energiche per pervenire a questo risultato. Sapete di cosa parlo:
  - l'inflazione
  - il calo della fiducia dei consumatori
  - la costante diminuzione dei volumi di lettere e delle operazioni allo sportello
- In quest'anno di festeggiamenti, la Posta celebra i suoi 175 anni, i nostri valori sono immutati: affidabilità, sicurezza, precisione. Ma cosa ci riserva il futuro? A livello di gruppo sono abbastanza ottimista. Abbiamo un bilancio solido, con 10 miliardi di fondi propri, autofinanziamo da anni i nostri investimenti, disponiamo di liquidità sufficiente e continuiamo a versare dividendi alla Confederazione. E, sebbene sia stata messa a dura prova durante la fase degli interessi negativi, PostFinance sta riacquistando terreno trimestre dopo trimestre, approfittando da un lato del ritorno a una certa normalità per i tassi e, dall'altro, sviluppando le attività indipendenti dalle fluttuazioni dei tassi d'interesse.
- Tuttavia, la sfida principale rimane il nostro core business, il cuore della Posta. Il settore delle lettere (-5% all'anno da una ventina d'anni) e le operazioni allo sportello (-20% all'anno negli ultimi tre anni) sono in repentino calo a causa della digitalizzazione della società e dell'economia. E né lo sviluppo delle nostre attività digitali, né quelle della logistica, né l'apertura della rete permettono ancora di compensare questo calo del tutto.



- Dobbiamo quindi raddoppiare i nostri sforzi e agire con determinazione senza temporeggiare. È necessario sfruttare l'attuale buona salute dell'azienda per completare il processo di trasformazione del nostro core business. Perché ci imponiamo di agire adesso?
- Innanzitutto perché la Posta intende mantenere anche in futuro la propria rilevanza per la popolazione e per l'economia. Dobbiamo essere più flessibili, adattandoci alle mutevoli esigenze della clientela e orientando di conseguenza le nostre prestazioni. Oggi possiamo gestire i pacchi e le raccomandate dallo smartphone. Inoltre investiamo nella piattaforma ePost perché tutte e tutti dispongano in Svizzera di una cassetta delle lettere digitale, sicura e affidabile, abbiamo sviluppato il voto elettronico e forniamo l'infrastruttura di base per la cartella informatizzata del paziente.
- In secondo luogo, perché siamo convinti che la Posta debba continuare a fornire le proprie prestazioni senza sovvenzioni statali. Il servizio pubblico moderno deve essere efficiente. Stiamo svolgendo o abbiamo già concluso numerosi programmi di efficienza per ridurre i costi. Nel settore della logistica l'anno scorso, nella distribuzione dei prodotti stampati e nei servizi centrali quest'anno. Questo sforzo non è solo il necessario complemento agli aumenti tariffari decisi nell'ultimo anno, ma soprattutto un presupposto per lo sviluppo di un servizio pubblico moderno ed efficiente.
- Infine, non c'è tempo da perdere, dobbiamo agire con una certa urgenza. Stiamo portando avanti un processo di trasformazione profondo, nell'ambito del quale alcune prestazioni storiche dell'azienda perdono rilevanza, mentre diventano più importanti, ad esempio il traffico dei pacchi, le attività logistiche o digitali che sviluppiamo rapidamente. Abbiamo attuato le prime risposte a livello aziendale per far fronte a questa evoluzione, e ovviamente continueremo in questa direzione nel prossimo periodo strategico. Ma non sarà sufficiente per affrontare il futuro in piena serenità. Abbiamo bisogno di un nuovo quadro legislativo e di un certo margine di manovra per adattare le nostre prestazioni alle esigenze della clientela. Diverse proposte sono state oggetto di dibattito pubblico negli ultimi mesi, e sono attualmente sottoposte all'esame del Consiglio federale, non entrerà quindi nei dettagli. Ma la nostra situazione richiede un intervento politico. Abbiamo bisogno di maggiore libertà per sviluppare le



nostre prestazioni in funzione delle aspettative della clientela, per ridurre quelle ormai obsolete, o che rischiano di diventarlo, e per promuoverne altre.

- Spetta alla politica definire il quadro e i limiti della nostra attività commerciale. Lo capiamo e lo rispettiamo scrupolosamente, a prescindere da ciò che qualcuno può pensare. Ma è nostro dovere evidenziare le principali tendenze che stanno minacciando il nostro modello di business e proporre soluzioni per mantenere anche in futuro una Posta con servizi rilevanti, un'azienda finanziariamente autonoma e che lavora in modo efficiente per adempiere alla sua missione di servizio pubblico per la popolazione e per l'economia del nostro Paese.
- Roberto Cirillo tre anni fa vi aveva detto: «Non vogliamo trasformarci in un museo», è una buona sintesi della sfida che ci attende. Gli lascio quindi la parola perché vi presenti i risultati dell'esercizio 2023 e le misure vigorose che mettiamo in atto.
- Grazie.