



Intervento alla conferenza sulla chiusura annuale 14.03.2024

Roberto Cirillo, direttore generale della Posta

(Fa fede il discorso effettivamente pronunciato.)

Herzlich Willkommen, liebe Medienschaffende
Gentili Signore e Signori, stimate giornaliste, stimati giornalisti,
Madame, Monsieur, Mesdames et Messieurs les représentants des médias,

La Posta è sinonimo di movimento. Movimento, perché trasporta persone, lettere, pacchi, denaro, prodotti e dati. E a volte accende anche gli animi. La Posta è sinonimo di movimento, dicevo, e, come azienda, continuerà a muoversi anche in futuro.

Un contributo importante, se non il più importante, per far muovere l'intera azienda nella giusta direzione è dato dai nostri collaboratori e dalle nostre collaboratrici. È grazie a loro che i nostri clienti possono usufruire del servizio pubblico, per tutti così prezioso, fino nelle valli più sperdute. Sia i privati, sia le aziende in Svizzera possono contare sulla grande varietà e affidabilità dei servizi della Posta. Mi sento di poter dire che la Posta rende loro la vita un po' più facile.

E questo anche grazie al grande impegno di circa 46'000 collaboratrici e collaboratori a cui va il mio sentito ringraziamento. È nostro dovere prenderci cura di loro.

Oggi la Posta sta facendo molte scelte giuste e sta andando nella giusta direzione. Allo stesso tempo assistiamo a un rapido e costante cambiamento delle esigenze della clientela che ci riguarda molto da vicino: la digitalizzazione procede a un ritmo incessante. Sebbene i volumi dei pacchi registrino una crescita nel lungo periodo, il core business tradizionale delle lettere e dei versamenti allo sportello è in netto calo da anni.

Per essere un'azienda di successo anche in futuro e rimanere rilevante per la popolazione, la Posta si allinea alle abitudini della clientela, prevedendole. Si deve trasformare, rimanere in movimento.



Nel concreto questo vuol dire che ci espandiamo proprio lì dove crescono le esigenze della clientela, mentre ridimensioniamo o rimoduliamo la nostra offerta laddove il bisogno diminuisce o muta.

E lo sottolineo ancora una volta, perché ci tengo davvero molto: la Posta è sinonimo di movimento e, come azienda, deve trasformarsi.

Per questo, oggi costruiamo il core business di domani. Lo facciamo con la nostra attuale strategia «Posta di domani» che guarda già al 2030 e oltre.

Oggi vorremmo rivolgere uno sguardo all'anno scorso e mostrare cosa abbiamo raggiunto con la nostra strategia attuale. I lavori per definire la nuova strategia proseguono intensamente. Più avanti vi parlerò anche di questo.

Dirigendoci verso la Posta di domani, negli ultimi tre anni abbiamo raggiunto molti risultati e gettato importanti basi per il futuro, sulle quali continuiamo a costruire.

Lasciate che vi presenti alcuni esempi concreti.

Abbiamo accorpato le nostre organizzazioni logistiche per fornire alla clientela un servizio a tutto tondo, orientato al futuro. Concretamente questo vuol dire che, avendo accorpato il settore delle lettere e quello dei pacchi, potremo continuare a fornire i nostri servizi garantendo la massima qualità. Abbiamo ampliato in modo significativo la capacità dei nostri centri, sfruttando le sinergie. Ne è un esempio l'installazione di una spartitrice per pacchi nel centro lettere di Härkingen che abbiamo messo in funzione lo scorso settembre.

Nella logistica delle merci siamo cresciuti a livello nazionale e internazionale fino a diventare uno dei principali fornitori in Svizzera.

Abbiamo ampliato in modo significativo le nostre competenze nell'e-commerce e nel direct marketing online.

Nel settore pubblicitario siamo pronti a lanciare sul mercato offerte crossmediali che saranno rilevanti per la nostra clientela. La nostra joint venture con il gruppo francese La Poste, Asendia, è diventata uno dei principali fornitori di logistica internazionale per l'e-commerce.



E ci siamo posizionati in modo incisivo sul piano digitale. Grazie a ePost, la nostra clientela può decidere già oggi quali invii ricevere nella cassetta delle lettere in formato cartaceo e quali per via digitale ovunque si trovi nel mondo. Dallo scorso anno anche Cantoni come Berna, San Gallo e Lucerna utilizzano la nostra piattaforma per inviare le loro informazioni direttamente alle cassette delle lettere digitali.

Rivestiamo un ruolo importante nel settore sanitario, analogico per definizione, e abbiamo gettato le basi per l'introduzione di una cartella informatizzata del paziente unitaria e affidabile. Dalla scorsa estate chi ha interesse può aprire una cartella informatizzata del paziente comodamente da casa.

E, una cosa a cui tengo particolarmente, nel 2023, abbiamo reso possibile per la prima volta lo svolgimento sia di elezioni sia di votazioni in forma digitale. Inoltre, a inizio marzo, cinque Comuni dei Grigioni hanno permesso alla popolazione di votare elettronicamente: una prima assoluta che mi riempie d'orgoglio!

La Posta è quindi un motore sempre più innovativo e affidabile in una Svizzera sempre più interconnessa, costruisce ponti tra servizi digitali e analogici per le persone, le organizzazioni e le autorità. Porta un valore aggiunto alla Svizzera.

Un'altra cosa che ci sta molto a cuore è pensare all'ambiente in cui vivranno le generazioni future. Per questo, già oggi ci assumiamo la responsabilità per l'ambiente di domani. Perseguiamo un obiettivo climatico ambizioso e abbiamo fatto passi avanti tangibili. Dall'inizio del 2023, nelle città di Berna e Zurigo effettuiamo il recapito di lettere e pacchi solo con veicoli elettrici. A Ginevra da metà gennaio 2024. Proprio come avevamo promesso.

Insieme ai nostri partner trasformiamo un numero sempre maggiore delle nostre filiali in centri in cui la nostra clientela può accedere a una vasta gamma di servizi.

Alla luce di tutti questi esempi vedete anche voi che siamo a fianco della popolazione svizzera. Di persona e in modo digitale, nelle filiali e fuori casa, ogni volta, in base a quello che desiderano i nostri clienti. Vogliamo che le persone sentano che la Posta è a loro disposizione, sempre e ovunque, sia nel contatto diretto, sia attraverso i canali digitali.



Nel contesto di mercato impegnativo in cui ci troviamo ci sono stati ambiti in cui siamo stati più lenti di quanto avessimo previsto. Ad esempio, serve più tempo per definire accordi con possibili partner per le nostre filiali e la fase di sviluppo e i relativi investimenti nell'unità Servizi di comunicazione, ossia i servizi digitali, stanno richiedendo più tempo di quanto avevamo previsto nel 2020.

I motivi principali sono due:

in primo luogo, le difficili condizioni quadro economiche e regolatorie che, in alcuni casi, rendono impossibile uscire velocemente sul mercato con offerte scalabili e redditizie. Ne è un esempio concreto il settore della sanità elettronica, che si distingue per le sue disposizioni regolatorie stringenti e per la complessità del mercato.

In secondo luogo, per quanto riguarda i servizi di comunicazione, non si riscontra sul mercato la quantità auspicata di aziende adatte alla Posta e alla sua strategia: pertanto valutiamo attentamente ogni acquisizione.

Siamo convinti che lo sviluppo verso il digitale sia una parte indispensabile del servizio pubblico, perché le persone apprezzano sempre più i vantaggi delle offerte digitali. Un servizio pubblico deve essere parte integrante della vita quotidiana della maggior parte della popolazione, altrimenti non si potrebbe definire tale. Una cosa è chiara: il servizio pubblico deve stare al passo con i tempi. La quotidianità delle persone in Svizzera è diventata digitale e quindi anche il servizio pubblico della Posta deve diventare digitale.

Lo scorso anno abbiamo raggiunto un buon risultato in un contesto congiunturale complicato, anche grazie al grande impegno del nostro personale. Questo dimostra che la nostra strategia funziona. Siamo quindi fiduciosi che anche in futuro avremo la capacità di funzionare al meglio anche in condizioni difficili ed essere presenti per le persone in Svizzera. Affidabilità, fiducia, sicurezza. Vogliamo rispecchiare questi valori anche in futuro, per questo ci trasformiamo per costruire oggi la Posta di domani. Forti di quello che abbiamo già raggiunto finora.

Le misure già adottate contribuiranno a migliorare l'offerta che mettiamo a disposizione della clientela e a renderci più efficienti. Le modifiche ai nostri prezzi contribuiscono già nell'anno in corso a stabilizzare il risultato.



Anche l'aumento dei tassi d'interesse avrà un effetto positivo sul risultato di PostFinance già quest'anno.

Oltre che per gli sviluppi strategici, oggi siete qui per sapere qualcosa in più sulla performance della Posta nel 2023.

Nel 2023 abbiamo raggiunto un fatturato di 7,279 miliardi, ossia un fatturato paragonabile a quello del 2019, l'anno prima della pandemia. Anche il risultato d'esercizio di 323 milioni di franchi e l'utile di 254 milioni, se paragonati al 2019, sono praticamente identici.

Questa performance ci ha permesso lo scorso anno di effettuare 605 milioni di investimenti lordi finanziandoli autonomamente. Il 27% in più rispetto al 2022. Dall'inizio della nostra strategia abbiamo investito 1,75 miliardi lordi. La maggior parte è confluita nel potenziamento della nostra infrastruttura, ad esempio con la creazione di nuovi centri pacchi regionali e la messa in servizio di nuovi impianti di spartizione. Inoltre, abbiamo investito nello sviluppo delle nostre offerte digitali e nella sostenibilità.

Questo a dimostrazione del fatto che abbiamo investito sistematicamente con l'obiettivo di continuare a essere rilevanti per i nostri clienti anche in futuro.

Abbiamo investito soprattutto nell'ulteriore sviluppo delle nostre attività. In confronto al periodo 2019–2020 questo investimento è annualmente addirittura raddoppiato! Proprio come avevamo detto allora.

Sono lieto di potervi annunciare che, sia dal punto di vista delle finanze, sia per quanto riguarda la qualità dei nostri servizi, siamo riusciti a lasciarci alle spalle gli effetti negativi della pandemia. E non solo. Siamo anche riusciti a rafforzare il nostro bilancio! Ora disponiamo di un capitale proprio di più di 10 miliardi. Inoltre, la Posta continua a disporre di significative giacenze di liquidità per un valore di circa un miliardo e non registra alcun indebitamento netto. Alex Glanzmann vi darà ulteriori dettagli in merito.

Alla luce di questo risultato e del bilancio finanziario, stiamo lavorando intensamente alla definizione della strategia per il periodo che va dal 2025 al 2028. L'attuale strategia sta andando nella giusta direzione. Stiamo facendo degli aggiustamenti laddove necessario per via delle condizioni che stanno mutando. In concreto, stiamo valutando ad esempio come sviluppare ulteriormente la rete in modo da soddisfare meglio le esigenze



della nostra clientela. Tra le varie misure previste, vogliamo investire nella rete per mettere in campo tecnologie al passo con i tempi, aumentando così anche l'efficienza e la rilevanza per la nostra clientela. Questo ci permetterà di garantire anche in futuro la finanziabilità di una rete di punti di accesso della Posta diffusa in modo capillare in tutto il paese. Al momento non posso aggiungere altro sulla nuova strategia perché, come detto, ci stiamo ancora lavorando.

Una cosa però posso dirvela fin da ora: in sostanza, stiamo lavorando a pieno ritmo per proiettare la Posta nel futuro, su basi solide, con servizi moderni e innovativi. Per la nostra clientela, per il nostro personale, per la Confederazione e per la popolazione e l'economia in Svizzera.

La Posta è al fianco della popolazione svizzera da 175 anni. E continueremo a esserci. La Posta rimane a servizio delle persone. È questo che ci spinge a darci da fare giorno dopo giorno.

Ci impegniamo per una Posta sulla quale la Svizzera possa fare affidamento. Affinché, oggi e domani, nel mondo fisico e in quello digitale, i nostri clienti possano contare su un servizio pubblico forte e sostenibile, finanziato autonomamente dai ricavi della Posta.

Ora è chiaro: anche in futuro la Posta vuole continuare a essere sinonimo di movimento. E lo sarà.

Grazie!