

**Siamo il motore
di una Svizzera
moderna**
Rapporto annuale
2020

Siamo il motore di una Svizzera moderna

Centralità del cliente, affidabilità, impegno



7054 mln

di franchi sono i **ricavi d'esercizio**, in calo dell'1,6% rispetto all'anno precedente.



178 mln

di franchi è l'**utile del gruppo**, in calo di 77 milioni rispetto all'anno precedente.



1706 mln

di **lettere indirizzate**, ulteriormente in calo del 5,6% nel 2020.



191 mln

di **pacchi**: grazie al boom del commercio online, il numero di invii recapitati da PostLogistics in Svizzera è cresciuto del 23%.¹



124 mld

di franchi è la **giacenza media del patrimonio dei clienti presso PostFinance**, in crescita del 3,3%.



127 mln

di **passaggeri**: a causa della pandemia di coronavirus, nel 2020 AutoPostale ha trasportato circa 24% di persone in meno.



81 punti

La **soddisfazione della clientela** si è mantenuta stabile a un livello elevato rispetto all'anno precedente.



30%

è l'**aumento dell'efficienza di CO₂** raggiunto dalla Posta a fine 2020 rispetto al 2010.

Prefazione	2
Eventi importanti	4
Consiglio di amministrazione e Direzione del gruppo	6
Risultato operativo	8
Strategia	14
Mercati	24
Servizi logistici	26
Servizi di comunicazione	32
RetePostale	36
Servizi di mobilità	40
Swiss Post Solutions	44
PostFinance	46
Personale	50
Servizio pubblico, società e ambiente	56
Cifre degli ultimi cinque anni	63

Il presente Rapporto annuale è completato da un **Rapporto finanziario** (relazione annuale, Corporate Governance e chiusura annuale) a parte, da **cifre complete relative al Rapporto di gestione** e dall'indice «**Global Reporting Initiative**». Informazioni per richiedere tali documenti sono disponibili a pag. 62. Questi documenti possono essere scaricati in formato elettronico all'indirizzo rapportodigestione.posta.ch, dove è possibile consultare la versione online del Rapporto di gestione.

¹ Per la nuova definizione dei volumi dei pacchi cfr. pag. 33 del Rapporto finanziario

La Posta – molto più di un'azienda



LA POSTA 

La Posta in cifre

La Posta offre ai clienti privati e commerciali prodotti di alta qualità e soluzioni individuali per il trasporto nazionale e internazionale di lettere, pacchi, giornali, merci grandi e piccole e invii pubblicitari. Inoltre la Posta rafforza il suo ruolo di intermediario indipendente e porta il principio del segreto epistolare nell'era digitale, ad esempio con il voto elettronico o la cartella informatizzata del paziente. Con molteplici punti di accesso, RetePostale offre la rete di servizi postali più fitta in Europa e apre a terzi le sue filiali gestite in proprio. PostFinance accelera la trasformazione digitale, offre ai suoi clienti soluzioni per la gestione digitale del denaro e sviluppa una piattaforma svizzera indipendente per il confronto e la stipula di finanziamenti, assicurazioni e prodotti previdenziali. AutoPostale vuole rafforzare ulteriormente la sua posizione di numero uno nel trasporto pubblico di persone su strada in Svizzera e preservare l'attrattiva del settore dei TP svizzero.

25%

in più di e-mail cifrate con IncaMail



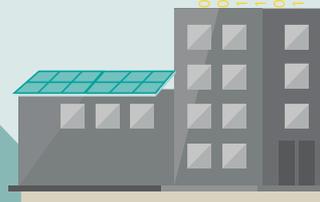
178

mln di franchi di utile del gruppo



7054

mln di franchi di ricavi d'esercizio



421

mln di franchi di investimenti



1863

persone in formazione

54'364

collaboratrici e collaboratori (di cui 47'966 in Svizzera)

22%

di donne nei quadri



Soddisfazione del personale:

73

punti su 100



Oltre

1100

impieghi a tempo pieno nel settore informatico

1194

filiali in partenariato



14'451

buche delle lettere



530

stazioni PubliBike

5100

biciclette PubliBike



2443

veicoli (AutoPostale)

124

mln di chilometri percorsi in un anno (AutoPostale)



127

mln di passeggeri (AutoPostale)



162

punti clienti commerciali



30%
di incremento
dell'efficienza
di CO₂ rispetto
al 2010

100%
di corrente
da fonti
rinnovabili

1797
località con servizio
a domicilio

904
filiali gestite
in proprio

285'300
caselle postali

Oltre
50'000
cartelle del paziente aperte
nel Cantone di Ginevra

4,3
mln di
conti clienti
(PostFinance)

124
mld di franchi di patrimonio
dei clienti
(PostFinance)

Oltre
191
milioni di pacchi

3000
mln di documenti elaborati in un
anno da Swiss Post Solutions

46%
dei veicoli complessivi
della Posta con motori
alternativi

1706
mln di lettere indirizzate
1449
mln di invii non indirizzati

22
impianti fotovoltaici
70'000
m² di superficie
di pannelli

100%
di invii trasportati
compensando le
emissioni di CO₂
prodotte

7600
richieste al servizio
clienti al giorno

183
sportelli automatici
My Post 24

Soddisfazione dei clienti:
81
punti su 100

8
GWh di energia
solare in un anno

Prefazione

Urs Swaller
Presidente del Consiglio di amministrazione



Roberto Cirillo
Direttore generale

Gentili Signore, egregi Signori,

il 2020 è stato un anno particolarmente difficile per tutti: per le aziende di ogni dimensione, per le persone di tutte le età e per il mondo politico. E anche per la Posta. La nostra è un'azienda di grande rilevanza per la Svizzera, come è emerso nel corso di un anno profondamente segnato dalla pandemia, con tutte le difficoltà che ne sono derivate. La Posta ha dimostrato che su di lei si può fare affidamento. Durante le restrizioni che hanno limitato la nostra vita sociale e pubblica, il ruolo fondamentale della Posta per il paese e per i nostri clienti è diventato lampante. La resilienza della nostra organizzazione, la capacità di gestire le crisi sono state messe alla prova. Durante questo pe-

**Anche in futuro la
Posta continuerà
ad autofinanziare
un servizio pubblico
d'eccellenza.**

Urs Swaller
Presidente del Consiglio
di amministrazione

riodo, il concetto di servizio universale ha assunto un significato tangibile nella quotidianità di tutti. Quasi tutte le unità della Posta hanno raggiunto, se non addirittura oltrepassato, i propri limiti. Ogni singola collaboratrice e ogni singolo collaboratore ha agito con senso di responsabilità e in modo solidale per far sì che il servizio pubblico fosse erogato alla popolazione e all'economia svizzere in tutto e per tutto. A ognuno di loro va tutta la nostra stima e un sentito grazie.

Lo scorso anno le nostre postine e i nostri postini hanno consegnato 1706 milioni di lettere indirizzate e più di 191 milioni di pacchi. AutoPostale ha trasportato 127 milioni di passeggeri e 2,7 milioni

di persone hanno optato per i servizi finanziari di PostFinance. Nel settore dei pacchi, nel 2020 abbiamo trattato volumi record. Ma, nonostante queste performance straordinarie, la pandemia ha comportato perdite finanziarie di oltre 139 milioni di franchi.

Lo scorso anno si è inoltre concluso il quadriennio del periodo strategico 2017–2020. Oltre ad affrontare le sfide legate all'emergenza sanitaria, nel 2020 abbiamo sviluppato una nuova strategia nella quale la Posta scrive i capitoli futuri della sua storia di successo. Con la «Posta di domani» poniamo le basi per garantire anche in futuro la rilevanza della Posta per la Svizzera e per assicurare l'autofinanziamento, in particolare del nostro mandato di servizio universale. L'elevata qualità dei nostri servizi e delle nostre offerte ha richiesto e richiede notevoli investimenti. Grazie ai risultati positivi realizzati negli ultimi anni, godiamo di una base finanziaria solida sulla quale possiamo fare affidamento. Viviamo in un'epoca in rapida evoluzione e non basta reagire agli eventi e ai cambiamenti: dobbiamo essere noi stessi gli artefici del nostro destino e investire per poter crescere in futuro. E nel farlo dobbiamo assumerci rischi imprenditoriali e aprire i nostri modelli di collaborazione.

La Posta è e rimane un'azienda del servizio pubblico che eroga alla popolazione e alle imprese del paese servizi postali senza confronti, andando ben oltre il classico servizio universale. A confermarlo è l'ennesimo riconoscimento dell'Unione postale universale come «migliore Posta del mondo». Per assicurare prestazioni di qualità nel tempo, la Posta deve continuare a svilupparsi e a orientarsi sistematicamente alle esigenze future della popolazione e dell'economia svizzera. A tal fine facciamo leva sui nostri punti di forza e sulle nostre competenze tradizionali e ci orientiamo ad ambiti di sviluppo del futuro nei settori della logistica, della comunicazione, della mobilità e dei servizi finanziari. In questo modo potremo crescere e generare utili da investire a loro volta nel futuro e continuare così ad autofinanziare un servizio pubblico d'eccellenza.

A nome del Consiglio di amministrazione e della Direzione del gruppo ringraziamo tutte le nostre collaboratrici e tutti i nostri collaboratori per le prestazioni senza pari fornite durante il 2020. E ringraziamo la nostra clientela per la fiducia riposta in noi ogni giorno.

Sulla Posta si può fare affidamento. L'abbiamo dimostrato anche durante la pandemia. La resilienza e l'elevata qualità delle nostre prestazioni e offerte hanno richiesto e richiedono notevoli investimenti.

Roberto Cirillo
Direttore generale



Urs Schwaller
Presidente del CdA



Roberto Cirillo
Direttore generale

Eventi importanti



Marzo 2020

AutoPostale: gestore di sistema nell'emergenza coronavirus

Gestore di sistema del traffico pubblico su strada, durante l'emergenza coronavirus AutoPostale assume per la prima volta un ruolo di coordinamento attivo su incarico della Confederazione. I responsabili sono in stretto contatto con 150 aziende di trasporto svizzere.

→ Pag. 41

Marzo 2020

Mailroom Services digitali per lavorare in modo flessibile

Come viene recapitata la posta cartacea all'interno dell'azienda quando il personale lavora da casa? Qui entrano in gioco i servizi di digitalizzazione di Swiss Post Solutions.

→ Pag. 45

Maggio 2020

Quattro nuove soluzioni d'investimento digitali

PostFinance integra quattro nuove soluzioni digitali alla sua offerta per la costituzione del patrimonio a lungo termine. Le investitrici e gli investitori possono eseguire direttamente le operazioni di compravendita dei titoli, usufruire di una consulenza globale personalizzata o delegare la gestione del proprio patrimonio di investimento interamente a PostFinance.

→ Pag. 49

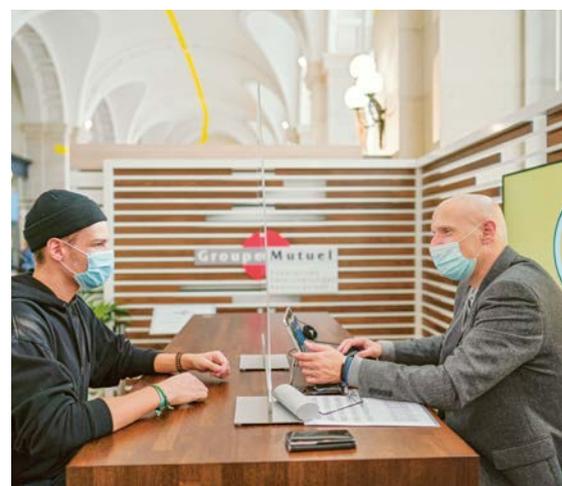


Agosto 2020

Rafforzare la posizione sul mercato SameDay

Ordinato oggi, consegnato oggi: per rafforzare ulteriormente la propria posizione sul mercato SameDay in continua crescita, la Posta acquisisce le quote delle azioni restanti di notime AG, un'azienda tecnologica che offre servizi di corriere in bicicletta.

→ Pag. 27





Da marzo a dicembre 2020

Un impegno straordinario per garantire tutti i servizi

Hanno trattato volumi record di pacchi, consegnato ogni giorno lettere e pacchi sulle porte di casa e, anche durante il lockdown, sono stati presenti nelle filiali per la nostra clientela: dall'inizio della pandemia, le collaboratrici e i collaboratori della Posta hanno collegato la Svizzera e l'hanno mandata avanti.

→ Pagina 28

Settembre 2020

Investire in nuovi servizi di comunicazione digitali

La Posta acquista la maggioranza di KLARA Business SA. Questa azienda di Lucerna supporta le PMI e i privati in Svizzera con il suo assistente virtuale KLARA, una soluzione basata su cloud per la digitalizzazione e la semplificazione dei processi amministrativi, come la gestione dei dati dei clienti.

→ Pag. 35



Settembre/novembre 2020

I nuovi centri pacchi regionali accorciano i tempi di consegna

Con i due nuovi centri pacchi regionali di Vétroz (VS) e Untervaz (GR) la Posta potenzia la sua rete di trasporto diretta. In questo modo i pacchi vengono trattati direttamente nella regione. Per gestire in modo più rapido ed economico i crescenti volumi di invii di piccole merci, la Posta ha messo in funzione un impianto Mix-Mail ultramoderno nel Centro lettere Zurigo-Mülligen.

→ Pag. 28

Dicembre 2020

La Posta collega tra loro gli operatori del sistema sanitario

La Posta lavora allo sviluppo di soluzioni digitali per un settore sanitario moderno e offre alle comunità di riferimento della Svizzera una cartella informatizzata del paziente (CIP). I clienti possono aprire la CIP a fini di test anche presso filiali selezionate della Posta.

→ Pag. 34



Ottobre 2020

Test di mercato con Groupe Mutuel

In tre filiali della Posta i clienti possono testare l'offerta di consulenza e di assistenza della compagnia di assicurazioni persone e malattia Groupe Mutuel. A partire dal 2021 la Posta apre le filiali gestite in proprio alle aziende di servizi e alle autorità.

→ Pag. 37

Ottobre 2020

La Posta migliore del mondo per la quarta volta consecutiva

«In Svizzera, la Posta ha saputo rispondere al meglio alle sfide del 21° secolo come quelle poste da digitalizzazione, liberalizzazione e servizio pubblico», così Pascal Clivaz, vicedirettore generale dell'Unione postale universale, commenta il primato della Posta.



Il Consiglio di amministrazione

al 31 dicembre 2020



Urs Schwaller
Presidente del CdA dal 2016



Philippe Milliet
Membro del CdA (vicepresidente) dal 2010



Peter Hug
Membro del CdA (vicepresidente) dal 2018



Denise Koopmans
Membro del CdA dal 2019



Bernadette Koch
Membro del CdA dal 2018



Thomas Bucher
Membro del CdA dal 2019



Nadja Lang
Membro del CdA dal 2014



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



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



Roger Schoch
Segretario generale dal 2018

+ Ulteriori informazioni
Rapporto finanziario da pag. 68

La Direzione del gruppo

al 31 dicembre 2020



Roberto Cirillo
Direttore generale dal 2019



Ulrich Hurni
Responsabile PostMail dal 2009, vicedirettore generale



Dieter Bambauer
Responsabile PostLogistics dal 2009



Thomas Baur
Responsabile RetePostale dal 2016



Jörg Vollmer
Responsabile Swiss Post Solutions dal 2015



Christian Plüss
Responsabile AutoPostale dal 2018



Alex Glanzmann
Responsabile Finanze dal 2016



Valérie Schelker
Responsabile Personale dal 2017



Hansruedi Köng
CEO PostFinance SA dal 2012

[+](#) Ulteriori informazioni
Rapporto finanziario da pag. 74

Risultato operativo

Nel 2020 la Posta ha conseguito un utile del gruppo pari a 178 milioni, ossia 77 milioni in meno rispetto all'anno precedente. Con 272 milioni di franchi, il risultato d'esercizio (EBIT) ha registrato un calo di 178 milioni. La pandemia di coronavirus ha messo a dura prova tutte le unità della Posta. In considerazione delle sfide da affrontare, molto complesse e impegnative, la direzione della Posta è soddisfatta del risultato ottenuto. L'emergenza sanitaria mostra chiaramente quanto la nuova strategia aziendale sia importante e corretta. La Posta deve ora investire e agire in modo sostenibile per continuare a finanziare il servizio universale con mezzi propri anche in futuro.

7054

mln di CHF
Ricavi d'esercizio

178

mln di CHF
Utile del gruppo

81

punti (scala 0-100)
Soddisfazione
dei clienti

30%

dal 2010
Aumento
dell'efficienza di CO₂

1706

mln
Lettere indirizzate

191

mln
Pacchi

124

mld di CHF Ø mensile
Patrimonio dei clienti
(PostFinance)

127

mln
Viaggiatori in Svizzera
(AutoPostale)





Intervista ad Alex Glanzmann

«L'emergenza coronavirus ha accentuato alcune tendenze in atto ormai da anni nell'attività di base»

La pandemia di coronavirus ha avuto una forte ripercussione sulle attività commerciali e quindi anche sul risultato della Posta, che, tuttavia, è riuscita a superare bene il 2020.

Le conseguenze finanziarie negative dell'emergenza sanitaria sono risultate meno gravi di quanto inizialmente paventato, anche grazie allo straordinario impegno di tutto il personale.

La pandemia di coronavirus ha avuto un forte impatto sul risultato della Posta.

In concreto, che cosa significa?

Le conseguenze più negative sono i cosiddetti effetti di mercato: l'emergenza coronavirus ha accentuato alcune tendenze in atto da anni nel nostro core business. L'accelerazione della digitalizzazione, ad esempio, ha aumentato la contrazione dei volumi di lettere indirizzate. Sono ulteriormente diminuiti anche i versamenti allo sportello e i pagamenti in contanti. Ci sono poi nuovi effetti dovuti esclusivamente alla pandemia, come il calo dei passeggeri di AutoPostale, legato al minor numero di persone in viaggio, o la diminuzione dei proventi da commissioni per PostFinance, dovuti alla minore frequenza di viaggi all'estero dei nostri clienti. Una parte delle ripercussioni negative sul risultato è da ricondurre alle spese aggiuntive, come l'acquisto di disinfettanti, di mascherine o di altre misure di protezione per il nostro personale o la clientela.

Finora ha citato gli effetti negativi. Le quantità di pacchi, tuttavia, sono cresciute in modo esponenziale. Questo è positivo, no?

Sì, è vero. I nostri clienti comprano molto di più online rispetto a prima della pandemia. Lo vediamo nei nostri centri pacchi: nel 2020 la Posta ha trattato e recapitato circa il 23% di pacchi in più rispetto all'anno precedente. Negli ultimi anni abbiamo investito moltissimo nello sviluppo dell'infrastruttura della nostra logistica dei pacchi. Senza questi investimenti non saremmo stati in grado di gestire questo massiccio incremento dei volumi. Il settore dei pacchi fornisce un importante contributo alla crescita e al risultato della Posta. Tuttavia i ricavi legati all'aumento dei volumi non compensano gli effetti negativi nelle altre unità operative.



Alex Glanzmann

Responsabile Finanze, membro della Direzione del gruppo

Investimenti mirati, crescita, incrementi dell'efficienza e misure tariffarie supportano la nostra strategia.

L'emergenza coronavirus ha costituito quindi una conferma per la Posta nel suo percorso strategico della «Posta di domani»?

Il 2020 ha mostrato, in modo inequivocabile, l'importanza che i servizi della Posta rivestono per la Svizzera e per l'economia. Grazie all'enorme impegno del nostro personale, la Posta è riuscita a garantire tutti i servizi postali essenziali al paese, anche in tempi di grande difficoltà. Di questo andiamo molto fieri. La pandemia ha però accelerato alcune tendenze, come l'incremento del volume dei pacchi o il calo di quello delle lettere. Tutto questo rafforza la nostra intenzione di investire maggiormente nella logistica e nei servizi digitalizzati in un'ottica di crescita.

Nei prossimi anni la Posta investirà nei settori di crescita della logistica e dei servizi digitali. Sono progetti realizzabili, nonostante il risultato in calo?

Assolutamente sì. La Posta dispone di una base finanziaria stabile e di una situazione sana per quanto riguarda il capitale proprio e la liquidità. Vogliamo stabilizzare il risultato intorno ai 400 milioni di franchi entro il 2024. Questo è il presupposto indispensabile per autofinanziare il servizio universale, garantire un valore aggiunto aziendale positivo nel lungo periodo e servizi postali all'avanguardia a disposizione di tutta la popolazione svizzera. Obiettivi che possiamo raggiungere con la nostra nuova strategia basata su quattro pilastri: investimenti mirati, crescita in settori ben definiti, incrementi dell'efficienza ottimali e misure tariffarie al passo con i tempi.

Risultato finanziario

Notevole prestazione della Posta nonostante il risultato annuale in calo

Nel 2020 la Posta ha conseguito 178 milioni di franchi di utile del gruppo, ossia 77 milioni in meno rispetto all'anno precedente. Con 272 milioni di franchi, il risultato d'esercizio (EBIT) ha registrato un calo di 178 milioni. La pandemia di coronavirus ha messo a dura prova tutte le unità della Posta. In considerazione delle sfide di cui sopra, molto complesse e impegnative, la direzione della Posta è soddisfatta del risultato ottenuto. L'emergenza sanitaria mostra chiaramente quanto la nuova strategia aziendale sia importante e corretta. La Posta deve ora investire e agire in modo sostenibile per continuare a finanziare il servizio universale con mezzi propri anche in futuro.

Come previsto, nel 2020 l'utile del gruppo e il risultato d'esercizio della Posta sono stati nettamente inferiori ai valori dello scorso anno. L'utile ammonta a 178 milioni di franchi, ovvero circa 77 milioni in meno del 2019, mentre il risultato d'esercizio è passato da 450 milioni di franchi a 272 milioni. La flessione va attribuita da un lato a tendenze già in corso, come il calo del volume delle lettere e i tassi d'interesse negativi per PostFinance. Dall'altro la pandemia da coronavirus ha accentuato alcuni di questi trend ponendo nuove sfide per tutte le unità e i mercati della Posta: il vero e proprio boom dei pacchi è stato controbilanciato dalle misure di protezione e dalle unità di personale aggiuntive nonché da un calo delle lettere e delle operazioni allo sportello nelle filiali. AutoPostale è riuscita a garantire l'offerta di base, nonostante il netto calo del numero dei passeggeri. Gli effetti dell'emergenza coronavirus hanno gravato sul risultato del gruppo per un totale di 139 milioni di franchi. «La pandemia ha messo a dura prova tutto il personale e il management della nostra azienda. La Posta ha trattato, ad esempio, una quantità di pacchi mai vista prima in condizioni difficili e l'ha consegnata in modo affidabile in tutti gli angoli della Svizzera. Alla luce delle molteplici e complesse sfide originate dal coronavirus, possiamo dunque ritenerci soddisfatti del risultato dello scorso anno, anche se è inferiore a quello degli esercizi precedenti», ha ribadito Roberto Cirillo, CEO della Posta.

Date le premesse, il risultato annuale non solo era atteso ma rappresenta anche una prestazione di tutto rispetto.

Il boom dei pacchi non può compensare le flessioni negli altri settori

Nel 2020 la Posta ha consegnato all'incirca il 23% di pacchi in più rispetto all'anno precedente. Questi ingenti volumi e le maggiori prestazioni assicurative hanno fatto registrare a PostLogistics un ottimo risultato d'esercizio, pari a 201 milioni di franchi, ovvero 73 milioni in più del 2019. Di fatto, però, l'elevato numero di pacchi non è in grado di compensare le conseguenze negative dell'emergenza coronavirus in tutte le altre unità della Posta.

Più pacchi, meno lettere: sfruttare le sinergie

La pandemia ha accelerato la diminuzione del numero di lettere. Lo scorso anno la quantità di lettere indirizzate è scesa del 5,6% a quota 1706 milioni. Nel 2020 PostMail ha conseguito un risultato d'esercizio di 293 milioni di franchi. Si tratta ancora del principale contributo al risultato del gruppo, anche se inferiore di 77 milioni rispetto al valore dello scorso anno. La Posta ha sfruttato le risorse della lavorazione delle lettere per andare in aiuto della logistica dei pacchi, in forte affanno, che è quindi riuscita a trattare fino a 150'000 pacchetti al giorno nei centri lettere. La stretta collaborazione tra il personale del settore lettere e quello del settore pacchi è risultata efficiente ed efficace. Dall'inizio del 2021 la lavorazione delle lettere e quella dei pacchi fanno parte della stessa unità. Questo accorpamento costituisce la base logistica del futuro servizio postale universale della Svizzera.

Pesanti effetti della pandemia su tutte le unità

La pandemia di coronavirus ha avuto ripercussioni su tutte le unità della Posta. RetePostale ha chiuso con un risultato d'esercizio negativo pari a -105 milioni di franchi, che corrisponde a un aumento di 27 milioni rispetto allo stesso valore dell'anno precedente, sebbene nel 2019 il risultato d'esercizio fosse gravato da accantonamenti per 41 milioni di franchi. Se da un lato, le operazioni relative ai pacchi

7054

 mln di CHF
Ricavi d'esercizio

272

 mln di CHF
Risultato d'esercizio (EBIT)

178

 mln di CHF
Utile del gruppo

-101

 mln di CHF
Valore aggiunto aziendale

6906

 mln di CHF
Capitale proprio

100%
Grado di autofinanziamento degli investimenti

La **pandemia** ci ha mostrato che in Svizzera le **persone** e le **aziende** hanno bisogno di una **Posta che funzioni**.

Roberto Cirillo
Direttore generale

sono molto aumentate anche nelle filiali (+19%), dall'altro, il calo delle transazioni nel traffico dei pagamenti (-15%) e nel settore delle lettere (-10%), ormai in atto da tempo, si è ulteriormente accentuato sull'onda della pandemia.

Il risultato d'esercizio di PostFinance si è attestato a 161 milioni di franchi, 79 milioni in meno dell'anno precedente. Di questi, 22 milioni sono il risultato degli effetti della pandemia: a causa della sensibile riduzione dei viaggi, sono scesi i ricavi da conversioni legate ai prelievi di contanti in valuta estera presso i distributori automatici di banconote in Svizzera e all'estero e a quelle relative all'impiego delle carte di credito. Inoltre la contrazione del risultato è da ricondurre soprattutto al perdurare dei tassi d'interesse negativi e alla flessione del risultato da attività di negoziazione. Alla luce di questo contesto estremamente impegnativo, la Posta vede favorevolmente la discussione politica avviata dal Consiglio federale circa il futuro di PostFinance e l'organizzazione e il finanziamento futuri del servizio universale nel traffico dei pagamenti della Svizzera.

Nell'anno appena concluso Swiss Post Solutions ha realizzato nuove operazioni per un ammontare di 302 milioni di franchi, con un incremento di 93 milioni rispetto all'anno precedente. Tuttavia gli effetti dei cambi e le perdite causate dalla pandemia hanno causato una diminuzione del risultato d'esercizio anche di Swiss Post Solutions, che è sceso a

25 milioni perdendo quindi 7 milioni di franchi rispetto allo scorso anno.

La pandemia ha colpito fortemente anche il mercato dei trasporti di persone. La raccomandazione del Consiglio federale alla popolazione, in primavera, di evitare se possibile i trasporti pubblici ha causato un pesante calo della domanda e del fatturato di AutoPostale, che è riuscita comunque a continuare a garantire l'offerta di base su incarico della Confederazione, pur registrando una diminuzione del risultato d'esercizio a quota -79 milioni di franchi, ossia 55 milioni in meno dell'anno precedente. Di questi, 48 milioni, ovvero la parte più consistente, sono una conseguenza diretta della pandemia. Impresa concessionaria nel traffico regionale viaggiatori, AutoPostale non può realizzare utili pianificati; le eventuali eccedenze confluiscono in una riserva, prevista dalla legge, da cui l'azienda deve attingere i fondi per coprire le perdite di ricavi causate dalla pandemia. Nel trasporto regionale AutoPostale non ha diritto a beneficiare del sostegno finanziario ai trasporti pubblici varato dal Parlamento.

La Posta è sulla strada giusta

La pandemia ha mostrato che la Posta è al servizio della popolazione svizzera anche in tempi di crisi e ha un ruolo centrale per l'economia del paese. Le restrizioni che hanno limitato la vita pubblica e sociale hanno evidenziato l'importanza della Posta nel servizio universale elvetico. È stato solo grazie alle consegne a domicilio effettuate dalla Posta che la popolazione ha potuto ricevere tutto ciò di cui aveva bisogno. Il CEO Roberto Cirillo ne è convinto: «La pandemia ci ha mostrato che in Svizzera le persone e le aziende hanno bisogno di una Posta che funzioni. Allo stesso tempo abbiamo dimostrato che sulla Posta si può fare affidamento, anche in tempi difficili». Urs Schwaller, presidente del Consiglio di amministrazione, aggiunge: «La nuova strategia del gruppo che stiamo attuando da due mesi rafforza la posizione della Posta come azienda del servizio pubblico. Un servizio universale eccellente in tutto il paese è e resta il nostro obiettivo principale. È quindi indispensabile che nel prossimo futuro, in Parlamento, sia avviata una discussione generale sul servizio universale. Abbiamo bisogno di chiarezza sul servizio postale universale del futuro e sul servizio universale nel traffico dei pagamenti».



Prospettive

La Posta vuole garantire il servizio universale con mezzi finanziari propri anche nel lungo periodo. Già oggi sta gettando le basi necessarie a tale scopo. Dall'inizio del 2021 ha unito la logistica dei pacchi e quella delle lettere a livello organizzativo, sfruttando così ulteriori sinergie. Secondo Alex Glanzmann, responsabile Finanze, per i prossimi anni queste misure per migliorare l'efficienza saranno altrettanto importanti quanto adeguamenti dei prezzi in linea con i tempi, investimenti mirati e crescita in mercati ben definiti: «Non investi-

remo soltanto nella nostra logistica, ma anche nel settore della comunicazione digitale affidabile. La Posta intende accompagnare la popolazione e le aziende svizzere nel cammino verso il futuro digitale». E prosegue: «La Posta dispone di una base finanziaria stabile e di una situazione sana per quanto riguarda il capitale proprio e la liquidità. Questo ci consente di affrontare la crescita prevista per garantire anche in futuro l'erogazione del servizio universale con mezzi propri».

+ Ulteriori informazioni
Rapporto finanziario da pag. 31

Risultati non finanziari

Ottimi voti per la Posta

Qualità del recapito

Nel periodo di rilevamento di sei mesi e mezzo, il 98,0% delle lettere di Posta A e il 99,2% delle lettere di Posta B sono giunti puntualmente a destinazione. Il valore predefinito del 97,0% è stato quindi superato da entrambi i prodotti. Il risultato sull'intero anno, compresi i mesi esclusi (cfr. riquadro informativo), è leggermente inferiore: 97,1% per le lettere di Posta A e il 99,1% per quelle di Posta B. Le disposizioni regolatorie sono sempre state rispettate, cosa resa possibile in questi tempi difficili soltanto grazie allo straordinario impegno di tutto il personale.

Nel periodo di rilevamento di quattro mesi, il 95,4% dei pacchi PostPac Priority e il 95,5% dei pacchi PostPac Economy sono giunti puntualmente a destinazione. Il valore predefinito del 95,0% è stato quindi raggiunto. Quello relativo all'intero anno è, invece, più basso: 90,1 e 89,9%, rispettivamente per i pacchi PostPac Priority e PostPac Economy.

Soddisfazione dei clienti

Già per l'ottava volta di seguito la Posta convince i clienti con le sue prestazioni. Nel sondaggio sulla soddisfazione dei clienti 2020 ha totalizzato 81 punti su 100. L'elevato punteggio dimostra che la Posta è in grado di adattare i propri servizi alle esigenze della clientela, anche nel difficile periodo della pandemia di coronavirus. Da ulteriori sondaggi sulla soddisfazione condotti durante la pandemia è emerso che viene molto apprezzata in particolare l'affidabilità dei servizi della Posta.

La maggior parte dei clienti è inoltre soddisfatta della gestione dei problemi e del rapporto qualità-prezzo, ma vede ancora un potenziale di miglioramento.

Soddisfazione del personale

Nonostante le problematiche del coronavirus e i cambiamenti organizzativi, i risultati del sondaggio del personale sono molto positivi. Hanno ricevuto ottimi punteggi in particolare l'impegno (79 punti su 100), il supporto reciproco nel team (80 punti) e la fiducia nei superiori diretti (83 punti). Il sondaggio del personale 2020 non può essere confrontato con quello degli anni precedenti.

Clima: la Posta incrementa la propria efficienza in termini di CO₂

A fine 2020 la Posta ha raggiunto un incremento dell'efficienza di CO₂ del 30% rispetto al 2010. Dei circa 14'500 veicoli, circa la metà dispone di motori alternativi. Negli edifici di sua proprietà la Posta sta sostituendo i riscaldamenti a combustibili fossili. Sui tetti dei suoi edifici gestisce 22 impianti fotovoltaici che ogni anno producono otto gigawattora di energia solare. La Posta copre il 100% del proprio fabbisogno energetico con fonti di energia rinnovabili svizzere e calcola ogni anno le sue emissioni di gas serra a livello di gruppo, adottando sistematicamente misure di ottimizzazione.

+ Ulteriori informazioni
Rapporto finanziario da pag. 52

98,0%

recapitato puntualmente
Lettere di Posta A

95,4%

recapitato puntualmente
Pacchi Priority

73

punti (scala 0-100)
Soddisfazione del personale

81

punti (scala 0-100)
Soddisfazione dei clienti

30%

Incremento dell'efficienza di CO₂ rispetto al 2010



Mesi esclusi

Ai sensi dell'Ordinanza 2 COVID-19, la Posta non ha dovuto attere alle disposizioni regolatorie per la durata della situazione straordinaria (da metà marzo al 19 giugno 2020). Durante la situazione particolare, la Commissione federale delle poste PostCom ha inoltre concesso alla Posta di escludere dal rilevamento della puntualità delle lettere il periodo compreso tra il 20 giugno e fine luglio nonché dicembre 2020 come evento di forza maggiore. Per i pacchi, la Posta ha potuto escludere i periodi da marzo a luglio e da ottobre a dicembre 2020. Ai fini del rilevamento si contano quindi i periodi in cui la situazione era relativamente «normale», cioè sei mesi e mezzo per le lettere e quattro per i pacchi.



Strategia

Azienda di servizio pubblico, la Posta è a stretto contatto con la popolazione e le aziende. La quotidianità e le esigenze delle persone e delle aziende in Svizzera stanno cambiando e per questo anche la Posta si trasforma, come ha sempre fatto. Con la nuova strategia, la Posta sviluppa ulteriormente le sue tradizionali competenze di base: il trasporto di merci, informazioni e persone e i servizi finanziari.

La Posta vuole crescere e generare i mezzi necessari per garantire il servizio pubblico a lungo termine nei mercati dei servizi logistici e di comunicazione. Nello sviluppo della sua rete la Posta prevede un netto cambio di direzione con l'apertura alle aziende di servizi e alle autorità e la stabilizzazione del numero di filiali gestite in proprio.

La Posta agisce con senso di responsabilità nei confronti delle persone e dell'ambiente, a beneficio della Svizzera, oggi e in futuro. La Posta è il motore di una Svizzera moderna, opera a sostegno della piazza economica svizzera e per il bene della popolazione. Anche della prossima generazione.







Intervista a Urs Schwaller e Roberto Cirillo

«Nel 2020 sono state fatte grandi cose»

Nel 2020, anno colpito dalla pandemia di coronavirus, la Posta ha dovuto fronteggiare grandi sfide. Grazie allo straordinario impegno di tutte le collaboratrici e di tutti i collaboratori, non solo ha saputo garantire il servizio pubblico, ma ha anche sviluppato e presentato all'opinione pubblica la strategia per i prossimi anni. La parola al presidente del Consiglio di amministrazione Urs Schwaller e al direttore generale Roberto Cirillo.

Quali parole userebbe per descrivere il 2020?

Urs Schwaller: È stato un anno difficile per tutti: per la popolazione, per le organizzazioni, per le aziende e per l'economia. Ma proprio nella crisi abbiamo potuto constatare che «solidarietà» non è una promessa a vuoto. E ritengo che sia stato dimostrato soprattutto dal nostro personale, che ha confermato che sulla Posta si può fare affidamento e che la Posta c'è per tutti e per tutta la Svizzera.

Le collaboratrici e i collaboratori hanno dimostrato che sulla Posta si può fare affidamento.

Urs Schwaller
Presidente del Consiglio
di amministrazione

Il 2020 è stato letteralmente investito da un unico tema: la pandemia di coronavirus. Quali sono state le principali sfide per la Posta?

Roberto Cirillo: I nostri sforzi sono stati costantemente volti al mantenimento dell'esercizio, in particolare delle prestazioni del servizio universale, pur riservando sempre la massima priorità alla salute del nostro personale. Inoltre, proprio durante il lockdown abbiamo voluto dare alle nostre collaboratrici e ai nostri collaboratori la possibilità di provvedere, laddove necessario, alla custodia dei figli o alla cura dei familiari. Nonostante le condizioni avverse, abbiamo potuto garantire il servizio pubblico e consentire alle persone in Svizzera di rimanere a casa. Al contempo abbiamo portato avanti importanti progetti: in tempi record abbiamo messo in funzione tre nuovi centri di spartizione, che ci hanno consentito di gestire l'enorme incremento di pacchi nell'ultimo trimestre. Con l'introduzione della cartella informatizzata del paziente, la Posta ha agito da pioniere in questo settore. E con la messa in esercizio dell'impianto Mix-Mail, in un periodo così complicato, abbiamo perfino lanciato la prima mondiale di una nuova tecnologia.

Quali sono state le ripercussioni finanziarie della pandemia sulla Posta? La Posta ha fatto saltare il banco?

Urs Schwaller: Sulle ripercussioni della pandemia le nostre cifre parlano chiaro. Se da un lato, nel settore dei pacchi abbiamo registrato volumi record, dall'altro abbiamo dovuto far fronte a perdite e costi aggiuntivi. Il rispetto delle disposizioni in materia di qualità anche durante l'emergenza ha richiesto importanti risorse e mezzi finanziari. Per fortuna le





perdite nel settore logistico (lettere, giornali, pacchi, merci) sono meno drammatiche di quanto avevamo temuto a metà anno. Più ingenti sono invece quelle legate al comparto dei trasporti pubblici (AutoPostale) e a PostFinance. L'emergenza sanitaria ha provocato una riduzione degli introiti pari a 139 milioni di franchi svizzeri. Il gruppo non trae pertanto alcun vantaggio finanziario dalla crisi. La popolazione, invece, ha avuto modo di toccare con mano che la Posta è un pilastro importante e affidabile dell'infrastruttura, dell'economia e della società del paese. Questo rafforza la fiducia nella nostra istituzione e nel marchio «Posta».

La sostenibilità è un tema sociale importante per la Posta. È stato così anche durante l'emergenza di coronavirus?

Roberto Cirillo: Naturalmente non abbiamo modificato i nostri obiettivi di sostenibilità nemmeno durante l'emergenza. La sostenibilità è una priorità nello sviluppo economico della nostra azienda. Anche nel 2020 abbiamo portato avanti l'elettrificazione del parco veicoli e perfino introdotto novità assolute come gli autocarri a idrogeno per il trasporto dei pacchi. Ci siamo posti requisiti e obiettivi molto ambiziosi per i prossimi anni che richiedono un impegno quotidiano sia in termini di finanziamento che di realizzazione.

Oltre alle attività di tutti i giorni è stata anche sviluppata e presentata all'opinione pubblica la strategia per i prossimi anni. Quale influenza ha avuto la pandemia sullo sviluppo della nuova strategia?

Urs Schwaller: Avevamo appena finito di tracciare le linee fondamentali della strategia, quando siamo stati travolti dalla pandemia.

Le nuove sfide e aspettative hanno comunque dimostrato che con la nostra strategia e con le nostre analisi degli sviluppi economici e sociali siamo sulla strada giusta. In alcuni settori, come lo shopping online, il lockdown ha accelerato la fase di attuazione.

Quali sono i pilastri della nuova strategia?

Roberto Cirillo: La nuova strategia fa leva sui nostri punti di forza e sulle nostre competenze tradizionali e punta a settori di crescita che scaturiscono dalle future esigenze della popolazione e dell'economia svizzera. Questa crescita è necessaria per essere finanziariamente autonomi anche fra dieci anni, ossia per finanziare con mezzi propri gli investimenti necessari in innovazione, infrastruttura, servizi e competenze. E, se possibile, per conseguire i dividendi richiesti dalla proprietaria che, in aggiunta al servizio pubblico, vanno a beneficio dei contribuenti. Per svilupparci in questi settori di crescita, nei prossimi quattro-otto anni effettueremo notevoli investimenti, garantendo così anche in futuro la rilevanza della Posta per la Svizzera. Tuttavia, anche gli adeguamenti dei prezzi e gli incrementi dell'efficienza sono misure strategiche necessarie, importanti per raggiungere questo obiettivo negli anni a venire. In tutto ciò che facciamo mettiamo sistematicamente al centro delle nostre attività di pianificazione e attuazione il servizio pubblico e le esigenze e aspettative, attuali e future, dei nostri clienti in tutta la Svizzera.

Quali ripercussioni avrà la nuova strategia?

Roberto Cirillo: Viviamo in un'epoca in rapida evoluzione e non basta reagire a eventi e cambiamenti: dobbiamo essere gli artefici del nostro destino. A tal fine dobbiamo assumerci rischi imprenditoriali in modo mirato e aprire

La nuova strategia punta a settori di crescita che scaturiscono dalle future esigenze della popolazione e dell'economia svizzera.

Roberto Cirillo
Direttore generale

Viviamo in un'epoca in rapida evoluzione e non basta reagire a eventi e cambiamenti.

Roberto Cirillo
Direttore generale

i nostri modelli di collaborazione. I principali cambiamenti sono l'accorpamento delle nostre unità operative responsabili di lettere e pacchi nella nuova unità Servizi logistici e l'apertura della nostra rete di filiali a offerenti terzi. Ma concentreremo tutte le nostre energie e riflessioni anche nello sviluppo di nuovi campi di impiego per i nostri servizi di comunicazione digitali affidabili e al pareggio di bilancio nell'ambito dei nostri servizi di mobilità, che necessitano di un'ulteriore modernizzazione.

PostFinance non è stata presa in considerazione nella nuova strategia, almeno non direttamente. Cos'è previsto?

Urs Schwaller: In quanto società affiliata alla Posta al 100% e come banca di rilevanza sistemica, PostFinance continuerà a svolgere un ruolo importante nel modello di crescita sostenibile del gruppo e nel servizio universale per il traffico dei pagamenti svizzero. Negli ultimi anni, insieme a PostMail, PostFinance ha contribuito in modo determinante al buon risultato d'esercizio della Posta. È un dato di fatto, tuttavia, che questa quota si assottiglia sempre più a causa del drastico calo dei rendimenti nelle operazioni sul differenziale degli interessi. Per me è chiaro che PostFinance non può trasformarsi in un rischio finanziario per tutta la Posta: questo non sarebbe né nel suo interesse, né in quello del servizio universale. La Posta e PostFinance hanno reagito a questa nuova situazione e si muoveranno di conseguenza.

Dov'è necessario intervenire?

Urs Schwaller: La Posta e PostFinance sostengono l'intenzione del Consiglio federale di abolire il divieto di concedere crediti e ipoteche. Che occorre intervenire è praticamente chiaro a tutti, anche se al momento non si è ancora delineata una maggioranza. Stiamo intrattenendo uno scambio intenso con tutti i soggetti coinvolti e presumo che entro quest'anno sarà pronta una proposta generale da presentare al Parlamento. Alla fine dello scorso anno PostFinance ha approvato una nuova strategia. Il Consiglio di amministrazione della Posta ha inoltre elaborato e varato per la prima volta una chiara strategia della proprietaria per PostFinance.

Quali sfide vi aspettate per il 2021?

Roberto Cirillo: La pandemia non è ancora superata. Le misure di lockdown non causano solo un aumento dei volumi di pacchi, ma suscitano anche incertezza tra la clientela e il personale e rendono più stringenti i requisiti posti dai clienti commerciali. Dobbiamo valutare ogni volta la situazione in base ai cambiamenti in corso e, se necessario, reagire. D'altro canto, con la nostra nuova strategia siamo all'inizio di un'ambiziosa fase di trasformazione. La strategia e gli obiettivi sono chiari: ora tocca a noi tracciare e percorrere insieme la strada. Attuare la strategia non è cosa facile, ma è anche un modo per infondere fiducia nel futuro della Posta, nella nostra capacità di rimanere competitivi assicurando al contempo posti di lavoro. Sono certo che, grazie al grande impegno dei vertici dell'azienda e di tutto il personale, riusciremo a raggiungere gli obiettivi prefissati. Vogliamo essere il motore di una Svizzera moderna: è ora di accenderlo per essere all'altezza di quanto ci siamo prefissati.

Sosteniamo l'intenzione del Consiglio federale di abolire il divieto di concedere crediti e ipoteche.

Urs Schwaller
Presidente del Consiglio
di amministrazione





La nostra identità

Un paese dinamico ha bisogno di una Posta altrettanto dinamica.

Da oltre 170 anni la Posta è il motore della modernizzazione del paese. Interamente di proprietà della Confederazione, la Posta è legata ai valori svizzeri fondamentali – in tutto ciò che fa.

Nell'adempiere al mandato di servizio pubblico, opera a stretto contatto con la popolazione e le aziende.

La quotidianità e le esigenze delle persone e delle aziende in Svizzera stanno cambiando e la Posta intende soddisfare anche questi nuovi bisogni nel mondo fisico come in quello digitale continuando a evolversi, come ha sempre fatto. Ogni giorno opera con spirito imprenditoriale e innovativo, finanziando autonomamente i propri servizi e i propri investimenti nel futuro.

Da anni, ormai, i tradizionali modelli commerciali della Posta basati su lettere, pacchi, denaro e mobilità stanno subendo una trasformazione radicale. Di conseguenza la forza finanziaria del gruppo diminuisce a causa del calo dei ricavi, mentre nel medio termine mancano i capitali per gli investimenti necessari.

Il finanziamento del servizio universale con capitale proprio è pertanto messo in discussione nel medio periodo. Ecco perché la Posta deve agire.

Forte delle proprie competenze chiave tradizionali nella logistica e nella trasmissione confidenziale di informazioni, la Posta si evolve ulteriormente e guarda anche a settori di sviluppo futuri. La Posta agisce sempre con equità, a vantaggio della Svizzera. Lavora per il nostro paese, oggi e domani.

La Posta agisce in modo esemplare per le persone e per l'ambiente, contribuendo a creare una Svizzera moderna, competitiva e aperta, per il bene collettivo della piazza economica svizzera e della sua popolazione. La Posta vuole essere la migliore del mondo anche per la prossima generazione, per la Svizzera.

La Posta di domani

La Posta raccoglie le sfide del futuro e, all'insegna della strategia «Posta di domani», investirà nei prossimi anni in modo mirato nella crescita e nell'innovazione, puntando su ciò che sa fare meglio: trasportare merci, informazioni e persone e fornire servizi finanziari.

La nuova strategia è in vigore dal 1° gennaio 2021 fino al 2024.



Adesione agli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'ONU

Agiamo oggi per il domani, per il bene delle generazioni future e a favore di uno sviluppo sostenibile per il nostro ambiente e la nostra società. I 17 obiettivi di sviluppo sostenibile (Sustainable Development Goals) sono il fulcro dell'Agenda 2030 dell'ONU per lo sviluppo sostenibile. Entro il 2030 dovranno rispondere alle sfide più urgenti che il mondo si trova ad affrontare. La Posta può intervenire in particolare su sei obiettivi ed è soprattutto su questi che concentra i propri sforzi.

Sfide e risposte

Un nuovo orientamento per la Posta

Baluardo della coesione nazionale, da oltre 170 anni la Posta fornisce prestazioni del servizio pubblico su incarico della Confederazione. Ma negli ultimi 20 anni il contesto in cui opera è radicalmente cambiato: se da un lato è necessario intervenire, dall'altro si schiudono anche nuove opportunità.

Aumentano sempre più i requisiti in materia di trattamento di informazioni e dati sensibili, così come la domanda di soluzioni di comunicazioni affidabili. Nel contempo, cresce anche l'esigenza di semplicità. Il settore dei pacchi e delle lettere prosegue nel proprio processo di cambiamento: la clientela vuole far recapitare i propri invii in modo rapido, comodo ed ecologico. Le esigenze dei clienti cambiano continuamente e richiedono l'adozione di nuove soluzioni.

Nuovi volumi per la logistica

I volumi di lettere indirizzate fanno registrare un ulteriore calo. Anche se il volume dei pacchi aumenta costantemente, non è in grado di compensare la diminuzione dei ricavi del settore delle lettere. I flussi logistici internazionali sono sempre più rilevanti, sia nel settore dei pacchi sia in quello della logistica delle merci, e collegare la Svizzera ai paesi confinanti diventa sempre più importante per la Posta.

In calo gli utili di PostFinance

Il modello di business di PostFinance è estremamente sotto pressione, sia a causa di fattori come gli interessi negativi e la digitalizzazione, che riguardano tutto il settore, sia in seguito a limitazioni e condizioni specifiche, come il divieto di concedere crediti, il mandato di servizio universale o il capitale per le emergenze. Nel medio periodo l'equilibrio della Posta, e quindi l'autofinanziamento del servizio universale, non sono più garantiti.

Nuovi modelli commerciali possibili

L'automazione e la digitalizzazione avanzano, rendono i processi più efficienti e consentono alla Posta di introdurre nuovi modelli commerciali.

Crescere ancora e sviluppare nuove competenze

Per garantire il proprio successo anche in futuro, la Posta vuole continuare a generare utili da investire ulteriormente nel proprio sviluppo e nell'adempimento del mandato di

servizio universale. Con la nuova strategia «Posta di domani» l'azienda si focalizza chiaramente sulle competenze e sui mercati che generano i maggiori vantaggi per la Svizzera con l'intento di continuare a crescere nella logistica (trasporto di invii fisici) e nella comunicazione (trasporto di informazioni), oltre a sviluppare nuove competenze, soprattutto digitali. Nei prossimi anni la Posta investirà oltre tre miliardi di franchi nel rinnovo e nel potenziamento della propria infrastruttura e dei propri servizi, assicurandosi introiti con acquisizioni e partnership. Un'ambizione che non si ferma ai confini nazionali: l'azienda garantirà infatti alla Svizzera la possibilità di inserirsi nei flussi internazionali di merci.

Apertura della rete a partner terzi

La Posta apre le proprie filiali a grandi fornitori di servizi e alle autorità. Con questo passo crea nuovi centri servizi dislocati in tutta la Svizzera, con offerte utili per la vita di tutti i giorni.

Autofinanziare gli investimenti

Gli auspicati investimenti nella crescita richiedono capitale. La Posta dispone di solide basi finanziarie e reperisce ulteriori risorse valutando, ad esempio, la vendita di singoli immobili del proprio patrimonio immobiliare, non rilevanti per l'esercizio.

Contribuire allo sviluppo sostenibile

Vogliamo operare con un impiego efficiente delle risorse e in modo socialmente responsabile, essere da esempio nella riduzione di CO₂ e contribuire al raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità della Svizzera. Rispetto al 2010 la Posta ha aumentato del 30% l'efficienza in termini di CO₂, ma l'obiettivo è l'impatto climatico zero dal 2040 in poi. La Posta vuole che dal 2030 in poi tutti i suoi veicoli per il recapito funzionino senza combustibili fossili. Partecipa, infine, all'iniziativa «Energia e clima esemplari» promossa dalla Confederazione e sfrutta appieno il potenziale economico degli impianti fotovoltaici.

Confermate le colonne portanti

Anche AutoPostale, RetePostale e PostFinance danno il proprio contributo alla nuova strategia, ma il loro margine operativo è limitato. Swiss Post Solutions è già oggi in crescita a livello internazionale e la Posta la sostiene in questo percorso.



Nuova struttura del gruppo a sostegno della strategia

Per il 1° gennaio 2021 la Posta ha adeguato la struttura del gruppo al nuovo orientamento strategico. AutoPostale, RetePostale, PostFinance e Swiss Post Solutions non subiscono modifiche dal punto di vista organizzativo. PostMail e PostLogistics sono state riunite in un'unica unità. Le competenze in ambito logistico e comunicativo sono state accorpate rispettivamente nelle unità Servizi logistici e Servizi di comunicazione. A partire dal 1° gennaio 2021 la nuova Direzione del gruppo è composta dai responsabili delle unità Servizi logistici, Servizi di comunicazione, RetePostale, Servizi di mobilità (AutoPostale), Swiss Post Solutions, Finanze, Personale e dal direttore generale. Il responsabile di PostFinance manterrà il proprio ruolo di membro a latere senza diritto di voto. Viene mantenuta Swiss Post Solutions SA che continuerà a svilupparsi autonomamente, sempre sotto il tetto della holding della Posta. Per consentire alla Posta di sviluppare ulteriormente la propria rete e aprirla a partner terzi, RetePostale confluirà nella nuova Posta CH Rete SA, giuridicamente indipendente.



Ulteriori informazioni
Rapporto finanziario
da pag. 12

Servizi logistici

Consolidare la leadership in Svizzera e la posizione a livello internazionale

Le attività nazionali e internazionali legate alla **logistica di pacchi, invii per corriere ed espresso e alle lettere**, nonché le prestazioni sull'**ultimo miglio** costituiscono da anni l'attività di base della Posta. In questo ambito la Posta vuole adempiere al mandato di servizio universale, consolidare la sua forte posizione in Svizzera e svilupparsi a livello internazionale. La Posta vuole collegare l'economia svizzera ai flussi internazionali di merci in modo efficace e duraturo, grazie a servizi logistici essenziali e innovativi.

Nel **mercato dei media e pubblicitario** la Posta punta in particolare all'ulteriore sviluppo di offerte su misura per la comunicazione cross-channel e delle attività legate a giornali e periodici.

Nella **logistica delle merci** la Posta vuole garantire alle aziende un accesso semplice al mercato mondiale e, a tal fine, investe in modo mirato nel mercato interno e, laddove necessario, nei paesi limitrofi.

Inoltre la Posta combina il know-how specialistico finora acquisito con le competenze logistiche di cui dispone, per sviluppare **soluzioni settoriali** adeguate.

Tramite le **piattaforme logistiche** digitali, la Posta opera come intermediario di servizi logistici e amplia la propria offerta di prestazioni complementari.



➔ Pag. 26

RetePostale

Ampliare la rete e aprire le filiali a terzi

La presenza fisica della Posta in ogni regione della Svizzera è in linea con la nostra concezione di un servizio universale presente su tutto il territorio nazionale. L'azienda **amplia ulteriormente** la sua rete di **oltre 4700 punti di accesso**, ad esempio con sportelli automatici o prestazioni a domicilio. La Posta investe circa 40 milioni di franchi nella modernizza-

zione di oltre 300 filiali gestite in proprio. Grazie al supporto di proprie collaboratrici e propri collaboratori in loco, alle formazioni per il personale dei partner e a un'infrastruttura a misura di cliente, **migliora inoltre la qualità delle filiali in partenariato**. La rete sarà stabilizzata a circa 800 filiali gestite in proprio.

La Posta **apre le sue porte a grandi fornitori di prestazioni e alle autorità** consentendo loro di mantenere la vicinanza ai clienti. Con questo passo la Posta crea nuovi centri servizi dislocati in tutta la Svizzera, con offerte rilevanti per la vita di tutti i giorni.



➔ Pag. 36



Servizi di comunicazione

Trasmissione sicura e confidenziale di informazioni

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

Con **servizi di informazione affidabili**, la Posta trasmette i dati in modo sicuro, garantendone l'integrità e la tracciabilità e assicura che mittenti e destinatari siano autorizzati a inviare e ricevere le informazioni. In questo modo la Posta porta il principio del segreto epistolare anche nell'era digitale.

Attraverso **servizi di assistenza digitali**, la Posta assicura che le interfacce tra il mondo fisico e quello digitali funzionino in modo ottimale, aiutando così le PMI e la popolazione a muoversi in modo sicuro e semplice nel mondo digitalizzato.

La Posta consolida la propria posizione di fornitore affermato di **servizi digitali** sicuri e a norma di legge **per le autorità**, rafforzando così il suo ruolo centrale nell'ulteriore digitalizzazione dei processi per Confederazione, Cantoni e Comuni e nella facilitazione del dialogo tra cittadini e Stato.

Nel settore di mercato della **salute digitale** la Posta rafforza il suo ruolo di operatore globale leader nel settore sanitario ed esplora nuovi settori di attività focalizzandosi in particolare sull'interconnessione di tutti gli attori e promuovendo la semplificazione delle procedure.

➔ Pag. 32

Servizi di mobilità

Riconfermarsi il numero uno

AutoPostale è il numero uno in Svizzera nel **trasporto pubblico di persone su strada**. L'azienda intende rafforzare ulteriormente questa posizione, per preservare in futuro l'attrattiva del settore dei TP svizzero e continuare a soddisfare le esigenze dei clienti. Con questi intenti AutoPostale punta in particolare a partnership strategiche, ad esempio con altre aziende del settore TP, al fine di sviluppare offerte a misura d'utente, ecologiche ed economiche per tutta la popolazione svizzera. Poiché il traffico regionale viaggiatori è finanziato per metà con mezzi pubblici, AutoPostale si adopera al massimo per

impiegare nel modo più efficiente possibile le indennità provenienti dalla Confederazione, dai Cantoni e dai Comuni.

La Posta completa la propria offerta sul mercato della mobilità con Post Company Cars, il principale **gestore full service di parchi veicoli** indipendente della Svizzera, e PubliBike, il maggiore **operatore di bike sharing** del paese. L'azienda gestisce reti di bike sharing in varie città svizzere servendo clienti privati e commerciali.

Insieme, le aziende dell'unità Servizi di mobilità vogliono creare sinergie che vadano oltre i confini aziendali, ad esempio per sviluppare nuove **offerte multimodali** studiate in modo semplice ed efficiente, sostenibile e digitalmente interconnesso.

➔ Pag. 40



PostFinance

Garantire il modello di business



PostFinance accelera la trasformazione digitale e, con la nuova strategia «SpeedUp», si focalizza in modo ancora più sistematico sulle esigenze della clientela. A tal fine ripartisce il suo core business in quattro business unit. Nel **traffico dei pagamenti** (Payment Solutions) PostFinance diventa il partner affidabile dei commercianti e degli emittenti di fatture in Svizzera per le soluzioni d'incasso

e di pagamento. Nel **Retail Banking** offre ai clienti privati e commerciali soluzioni e consulenze efficaci per gestire il denaro nel modo più intelligente possibile, sia nel mondo fisico sia in quello digitale. Nel **Digital First Banking** sviluppa un'offerta nuova e interamente improntata al digitale per il «Banking & Beyond». Infine, con **Platform Business** PostFinance crea, a partire da Valuu, la piattaforma svizzera indipendente per il confronto e la stipula di finanziamenti, assicurazioni e soluzioni di previdenza.

In futuro ci aspettiamo che PostFinance possa concedere crediti e ipoteche autonomamente. La decisione in tal senso spetta al Parlamento.

➔ Pag. 46



Swiss Post Solutions

Estendere il primato mondiale

La società del gruppo Swiss Post Solutions accompagna le imprese nel loro percorso di trasformazione digitale: con soluzioni per l'**outsourcing di interi processi aziendali**, servizi innovativi nella **gestione dei documenti** e tecnologie all'avanguardia per una **digitalizzazione** sicura ed efficiente **dell'elaborazione delle informazioni**.

Circa 7800 collaboratrici e collaboratori, insieme a partner specializzati, assistono clienti di vari settori in ben 25 paesi. I target principali sono banche, assicurazioni e settore sanitario.

Grazie alla sua strategia di crescita, da anni Swiss Post Solutions riesce ad aumentare le proprie quote di mercato e la propria redditività. Sotto la holding La Posta Svizzera SA, Swiss Post Solutions è incoraggiata a proseguire nel suo sviluppo in modo indipendente.

➔ Pag. 44

Mercati

La Posta vuole continuare a essere un'azienda che opera senza aiuti statali. Ispirandosi a questo modello è pertanto chiamata a finanziare le prestazioni del servizio pubblico, che eroga con la massima qualità, con gli utili realizzati autonomamente. Per generare i ricavi necessari, deve rimanere rilevante per la clientela adattando costantemente tutte le sue offerte alle nuove esigenze.

Per reagire tempestivamente alle tendenze attuali e future, la Posta vuole incrementare in modo mirato i suoi investimenti nei settori con potenziale di crescita e concentrarsi quindi nei prossimi anni sui mercati della logistica e della comunicazione, dove punta a un ulteriore sviluppo. Il mercato della mobilità (AutoPostale), quello dei servizi finanziari (PostFinance) e la rete postale, pur presentando un margine di manovra limitato, contribuiscono in modo rilevante alla nuova strategia. Swiss Post Solutions è già oggi in crescita a livello internazionale e la Posta la sostiene in questo percorso.







Servizi logistici

Le attività nazionali e internazionali legate alla **logistica di pacchi, invii per corriere ed espresso** e alle **lettere**, nonché le prestazioni sull'**ultimo miglio** in Svizzera costituiscono da anni l'attività di base della Posta. In questo ambito la Posta vuole adempiere al mandato di servizio universale, mantenere la sua forte posizione in Svizzera e crescere a livello internazionale. La Posta vuole collegare l'economia svizzera ai flussi internazionali di merci in modo efficace e duraturo, grazie a servizi logistici essenziali e innovativi.

Nel **mercato dei media e pubblicitario** la Posta punta in particolare all'ulteriore sviluppo di offerte su misura per la comunicazione cross-channel e delle attività legate a giornali e periodici.

Nella **logistica delle merci** la Posta vuole garantire alle aziende un accesso semplice al mercato mondiale e, a tal fine, investe in modo mirato nel mercato nazionale e, laddove necessario, nei paesi limitrofi.

Inoltre la Posta combina il know-how specialistico finora acquisito con le competenze logistiche di cui dispone, per sviluppare **soluzioni settoriali**.

Tramite le **piattaforme logistiche** digitali, la Posta opera come intermediario di servizi logistici e amplia la propria offerta di prestazioni complementari.

Logistica dei pacchi

Ordinato online a mezzogiorno, alla sera è già arrivato

La rapidità delle consegne, preferibilmente il giorno stesso dell'ordinazione, diventa un'esigenza sempre più pressante. Spinta dalla volontà di rafforzare ulteriormente la sua posizione nel crescente mercato Same-Day, la Posta ha pertanto acquisito l'azienda notime AG.

Se Lars ordina online un paio di scarpe da ginnastica da Zurigo-Wipkingen a mezzogiorno, le può indossare già la sera. A renderlo possibile è notime AG: da Oerlikon i suoi corrieri consegnano i prodotti il giorno stesso dell'ordinazione – per di più usando scooter elettrici ecologici.

notime AG, un'azienda tecnologica con servizi di corriere in bicicletta, da agosto 2020 è al 100% una società affiliata della Posta che già prima ne era azionista di maggioranza.

La piattaforma di notime consente agli operatori online di automatizzare l'intero processo, dall'ordinazione nello shop online fino alla consegna della merce. «Con l'acquisizione rafforziamo la nostra posizione nel mercato SameDay», dichiara Stefan Regli, responsabile del mercato nazionale lettere e pacchi. «Puntiamo su un modello orientato al futuro che, con notime, è già oggi una realtà in varie città della Svizzera: grazie a una pianificazione dei giri ottimizzata, la merce ordinata viene recapitata il giorno stesso da corrieri in bicicletta o su scooter elettrici».



Sustainable Development Goals

- 8 Lavoro dignitoso e crescita economica
- 11 Città e comunità sostenibili

Pag. 61



CCL per il personale notime

La Posta continuerà a gestire notime come un'azienda indipendente. Grazie al nuovo CCL, dal 1° ottobre 2020 i circa 350 collaboratori e collaboratrici beneficiano di migliori condizioni di lavoro – come ad esempio un salario minimo sopra la media di settore. Inoltre, anche il personale a tempo parziale gode di maggiore sicurezza e di una migliore tutela dei suoi interessi.

Ultimo miglio

Quando il postino ritira le bottiglie in PET

Che si tratti di consegnare libri dalla biblioteca o di ritirare bottiglie in PET, i postini si occupano sempre più spesso dell'ultimo miglio, semplificando così la vita quotidiana. Dato che passano sei giorni su sette davanti a quasi tutte le case svizzere, non serve organizzare giri extra.

Prima di partire per le vacanze, Lea vuole procurarsi qualche piacevole lettura: per risparmiare tempo, ordina i libri online presso la biblioteca cittadina di Aarau e se li fa consegnare dalla Posta. Com'è comodo! E anche la verdura le viene recapitata sulla porta di casa: con il servizio «Recapito di prodotti regionali», i postini ritirano alla mattina presto ortaggi, frutta, uova e altro presso i produttori locali e li consegnano durante il loro regolare giro di recapito. E quando Lea vuole smaltire le bottiglie in PET, basta che riempia il sacco da 45 litri e la Posta si occuperà della presa in consegna.

«Questi esempi mostrano come, con servizi innovativi e cooperazioni come partner logistico, la Posta riesca a creare valore aggiunto per i suoi clienti», spiega Geneviève Wüthrich, responsabile Ultimo miglio e soluzioni clienti. Per questi servizi non sono necessarie corse supplementari: per adempiere al mandato di servizio universale e recapitare in modo affidabile lettere e pacchi, durante i suoi giri il personale della Posta si reca ogni giorno presso circa 4 milioni di economie domestiche – usando veicoli elettrici ecosostenibili. Oltre a ciò, da giugno 2020 la Posta ritira su incarico di UPC router e box tv guasti o non più utilizzati. Già dal 2019 offre inoltre ai clienti Swisscom un servizio analogo chiamato «Take me back».



Sustainable Development Goals

- 11 Città e comunità sostenibili
- 12 Consumo e produzione responsabili

Pag. 61





Logistica dei pacchi e delle lettere

Investimenti nella spartizione per milioni di franchi

Il commercio online è in continua espansione, le esigenze dei consumatori aumentano: la Posta investe nelle nuove tecnologie per continuare a garantire prestazioni di massima qualità, creando tre nuovi centri pacchi regionali e un impianto Mix-Mail ultramoderno.

Gadget tecnologici, articoli sportivi, accessori di moda: sempre più spesso le persone in Svizzera effettuano i loro acquisti online in negozi di tutto il mondo. Ben tre quarti dei 95'000 invii di piccole merci trattati ogni giorno dalla Posta nel 2020 provengono dall'Asia. Per gestire questi volumi in modo più rapido ed economico, la Posta ha investito circa 70 milioni di franchi in un impianto Mix-Mail ultramoderno nel Centro lettere Zurigo-Mülligen dove gli invii di merci di piccole dimensioni, spesso di forma irregolare, vengono ora spartiti automaticamente anziché a mano. Nell'impianto possono essere lavorati anche i piccoli pacchi del servizio interno. L'impianto entrerà a pieno regime quest'anno.

I nuovi centri pacchi regionali accorciano i tempi di consegna

Grazie allo shopping online, la Posta registra numeri record già da sette anni consecutivi. Nel 2020 ha trattato oltre 191 milioni di pacchi. Al contempo aumenta anche la domanda di recapiti più rapidi: se nel 2020 il 55% dei pacchi è stato spedito come PostPac

Priority, 15 anni fa questa tipologia non raggiungeva il 20%.

La Posta ha anticipato questa evoluzione con un investimento di oltre 190 milioni di franchi in quattro nuovi centri pacchi regionali (CPR) con impianti di spartizione all'avanguardia. Il CPR di Cadenazzo è entrato in funzione nell'ottobre del 2019. Il centro di Ostermündigen è stato convertito a marzo 2020 in CPR con l'installazione di un nuovo impianto di spartizione; Vétroz e Untervaz sono seguiti nell'autunno dello stesso anno. I CPR, che sono in grado di spartire fino a 40'000 pacchi al giorno, sono collegati tra loro e con i grandi centri pacchi da una rete di trasporto diretta. In questo modo si riducono gli spostamenti, si tutela l'ambiente e gli invii raggiungono più rapidamente i destinatari.

Con i nuovi CPR la Posta contribuisce anche alla creazione di valore nelle regioni mantenendo posti di lavoro in loco o creandone di nuovi. Con il nuovo impianto fotovoltaico, il CPR di Vétroz è inoltre il più grande produttore di energia solare del Vallese.

70 mln

di franchi è l'investimento della Posta per la realizzazione e l'integrazione del nuovo impianto Mix-Mail.

30 mln

sono gli invii di piccole merci importate, di cui quasi 22 milioni dall'Asia, che la Posta ha trattato nel 2020.



Sustainable Development Goals

- 7 Energia pulita e accessibile
- 8 Lavoro dignitoso e crescita economica
- 9 Industria, innovazione e infrastrutture

Pag. 61

Logistica dei pacchi

Volumi record: la Posta non ha mai trattato così tanti pacchi

Sono colpito dall'**impegno** del nostro **personale** e dalla **solidarietà** dimostrata dai nostri **clienti commerciali**.

Stefan Luginbühl

Responsabile Centro di competenza Accettazione, trasporto e spartizione lettere e pacchi

Rimanere a casa e ordinare online una bicicletta o il terriccio per i fiori: il volume di pacchi durante il lockdown e la chiusura dei negozi è cresciuto in modo esponenziale. Da marzo a maggio dello scorso anno la Posta ha trattato oltre il 40% in più di pacchi rispetto al 2019. Con in media oltre 850'000 pacchi al giorno, per un totale di circa 17 milioni di invii, la Posta ha registrato un record mensile provvisorio, superato poi solo a dicembre, in

cui ha trattato 21 milioni di pacchi. Durante la lavorazione abbiamo protetto il personale da un eventuale contagio con il virus adottando misure igieniche e di distanziamento. Con flessibilità e misure anche insolite, la Posta ha gestito enormi volumi di pacchi grazie anche al personale dei centri lettere che ha spartito oltre 130'000 piccoli pacchi al giorno o alla prespartizione da parte di grandi clienti in base a dimensioni e zona d'attribuzione.

Logistica dei pacchi e delle lettere

Tappe fondamentali sulla strada verso la mobilità elettrica

La Posta vuole recapitare tutti gli invii di lettere e pacchi esclusivamente con mezzi elettrici entro il 2030. Ad agosto 2020 ha raggiunto un primo traguardo con la filiale di recapito Amriswil (TG) «interamente elettrica». Anche il recapito dei pacchi a zero emissioni di CO₂ sta prendendo sempre più slancio.

Il nuovo furgone di recapito color giallo postale è dotato di un motore silenzioso perché, invece che con la benzina, funziona con la corrente, come tutti e sette i furgoni e i 16 scooter elettrici nel garage della filiale di recapito di Amriswil, la prima interamente elettrica, e pertanto ecologica, da agosto 2020. «Un importante traguardo sulla strada verso una mobilità totalmente elettrica nel recapito», dichiara Brigitt Hausammann, responsabile Corporate Environmental Responsibility. I 6000 scooter elettrici nel recapito delle lettere sono alimentati da oltre dieci anni con energia ecologica certificata «naturemade star» prodotta in Svizzera. Dei 14'700 veicoli della Posta, circa 6700 sono dotati di motori ecologici. Entro il 2030 la Posta vuole sostituire con veicoli ecologici tutti quelli che oggi sono ancora alimentati a combustibile fossile nel recapito. «La mobilità elettrica è una leva importante per aumenta-

re l'efficienza di CO₂», spiega Brigitt Hausammann: «Con un miglioramento di circa il 30%, le nostre misure in quest'ambito ci hanno permesso di superare il nostro obiettivo di ottimizzare del 25% l'efficienza di CO₂ entro la fine del 2020».

Anche il recapito dei pacchi è rispettoso del clima

Nei centri urbani, entro il 2025 la Posta punta a un recapito dei pacchi prevalentemente con veicoli elettrici: a Basilea, Ginevra, Givisiez, Hinwil, Ostermundigen, San Gallo e Zurigo sono già in servizio furgoni elettrici. Dal nuovo hub di logistica cittadina a Zurigo Enge gli addetti al recapito trasportano lettere e pacchi esclusivamente su veicoli elettrici. Anche notime, azienda specializzata nel recapito lo stesso giorno, usa scooter e cargo bike elettrici oltre alle tradizionali biciclette.



Sustainable Development Goals

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

Pag. 61



Dal 2040 in poi vogliamo portare a zero il nostro impatto sul clima.

Brigitt Hausammann
Responsabile Corporate Environmental Responsibility

Logistica dei pacchi

Meno cartone e imbottitura

Una fotocamera acquistata online viene consegnata a casa con un sacco di imballaggi: oltre alla confezione del produttore c'è la scatola di spedizione e spesso anche materiale di imbottitura. Due test di mercato della Posta mostrano tuttavia che non deve per forza essere così.

A Zurigo, l'affiliata della Posta notime recapita i prodotti di Digitec Galaxus acquistati online solo nella confezione originale, perfino senza etichetta per l'indirizzo supplementare – per di più il giorno stesso dell'ordinazione. Il personale di recapito rileva l'indirizzo di consegna scansionando il codice a barre dell'articolo.

Spedizione in sacchetti riutilizzabili

Nel secondo test si è impiegato l'imballaggio riutilizzabile «Kickbag» sviluppato da Stadtlandkind e Stoff&so. Il sacchetto vuoto, realizzato in parte con PET riciclato, viene rispedito agli shop: basta ripiegarlo e infilarlo nella buca delle lettere più vicina. I commercianti online prepareranno poi l'imballaggio affinché possa essere utilizzato un'altra volta.



Sustainable Development Goal

- 12 Consumo e produzione responsabili

Pag. 61



Logistica dei pacchi e delle lettere internazionale

Asendia: da «startup» a global player nel settore dell'e-commerce

Quando da qualche parte nel mondo viene ordinato online un paio di scarpe da ginnastica o dei jeans, ci sono buone possibilità che il processo di ordinazione e di spedizione si svolga mediante Asendia. Disporre di un'offerta completa per l'e-commerce e la logistica rivolta alle ditte internazionali di vendita per corrispondenza è strategicamente importante per la Posta – che è sulla buona strada.

Sempre più PMI, anche svizzere, cercano di penetrare i mercati internazionali. Ma se un commerciante online vuole vendere ad esempio in Australia, deve conoscere le peculiarità del mercato: disposizioni doganali, consuetudini di pagamento e prassi per i resi sono importanti per una vendita transfrontaliera di successo.

Asendia collega il mondo

E qui entra in campo Asendia: la joint venture, fondata nel 2012 dalla Posta insieme alla francese La Poste, si occupa per i clienti commerciali della spedizione della merce, dell'importazione, dello sdoganamento, del recapito e di molto altro. Con crescente successo: nel 2020, con i servizi di e-commerce per ditte internazionali di vendita per corrispondenza ha conseguito un fatturato di oltre 1,8 miliardi di euro. «La partecipazione ad Asendia è molto importante per la crescita internazionale nel nostro core business», dichiara il presidente del Consiglio di amministrazione Ulrich Hurni. «Con la nostra presenza in 17 paesi e

in quattro continenti siamo un importante anello di congiunzione per il commercio mondiale».

Da azienda postale a specialista di e-commerce

Con la partecipazione nell'irlandese eShopWorld, attraverso cui marchi quali Nike e Victoria's Secret gestiscono i loro shop online, Asendia dispone di un pilastro portante forte nel settore digitale dell'e-commerce. «In questo settore generiamo oggi oltre il 50% del fatturato», rileva Ulrich Hurni. «Da un'azienda postale fortemente dipendente dalla corrispondenza ci siamo trasformati in un'impresa di e-commerce». Questo orientamento al mondo dell'e-commerce è stato rafforzato in modo mirato con l'acquisizione di aziende quali Globegistics negli Stati Uniti e wnDirect nel Regno Unito.

Reazione rapida durante l'emergenza coronavirus

Prima del lockdown in primavera 2020, per il trasporto degli invii Asendia utilizzava soprattutto aerei passeggeri. Una volta rimasti a terra, Asendia ha organizzato, in collaborazione con alcuni partner, una rete con voli charter per il trasporto merci. In questo modo gli invii di piccole merci provenienti dall'Europa, passando per gli aeroporti di Zurigo e Ginevra, hanno potuto raggiungere i centri della Posta per l'ulteriore lavorazione prima di essere recapitati poi ai destinatari.



Circa la metà dei prodotti proposti dagli shop online svizzeri è fabbricata in modo sostenibile. È quanto dichiarato dai commercianti online che hanno partecipato a uno studio svolto su incarico della Posta. A rappresentare ancora una sfida è la sostenibilità della spedizione, in particolare alla luce del crescente interesse dei consumatori per opzioni di invio sostenibili.

post.ch/digital-commerce-studi

Mercato pubblicitario

Quando la cassetta delle lettere profuma di gelato

Come ogni anno, anche nel 2020 la Posta ha spedito a 150'000 clienti un set di cartoline, questa volta profumati d'estate. Le cartoline potevano essere ordinate anche sul microsito della Posta dedicato alla scrittura. Nel 2020 questa campagna ha riscosso particolare successo.

Lettere e cartoline personali danno vita alle parole, trasmettono pensieri e stati d'animo, danno gioia e creano legami. Per incentivare le persone a riprendere in mano carta e penna, nel 2020 la Posta ha lanciato un'offerta speciale: ha spedito a 150'000 clienti tre cartoline preaffrancate che raffiguravano invitanti e freschi gelati. Il tocco speciale era il loro profumo, rispettivamente di cioccolato, vaniglia e arancia. Una quarta cartolina invitava a provare il francobollo SMS.



E per chi desiderava sorprendere anche altre persone con un fresco saluto, sul microsito post.ch/scrivere poteva ordinare altri set. A Zurigo e a Berna le cartoline sono state distribuite anche in ristoranti e caffetterie. Il successo di questa iniziativa ha superato tutte le edizioni precedenti: nell'arco di due mesi circa sono state spedite oltre 27'000 cartoline, vale a dire il 27% in più rispetto all'anno precedente.



Quali parole scegliere per un biglietto di auguri per gli amici che si sposano? Come aiutare il proprio bambino a creare un invito di compleanno originale? Qui si possono trovare molti spunti e informazioni interessanti per scrivere lettere e cartoline, oltre a idee per scegliere il francobollo giusto.

post.ch/scrivere

Mercato pubblicitario

La carta colpisce nel segno: con mailing mirati

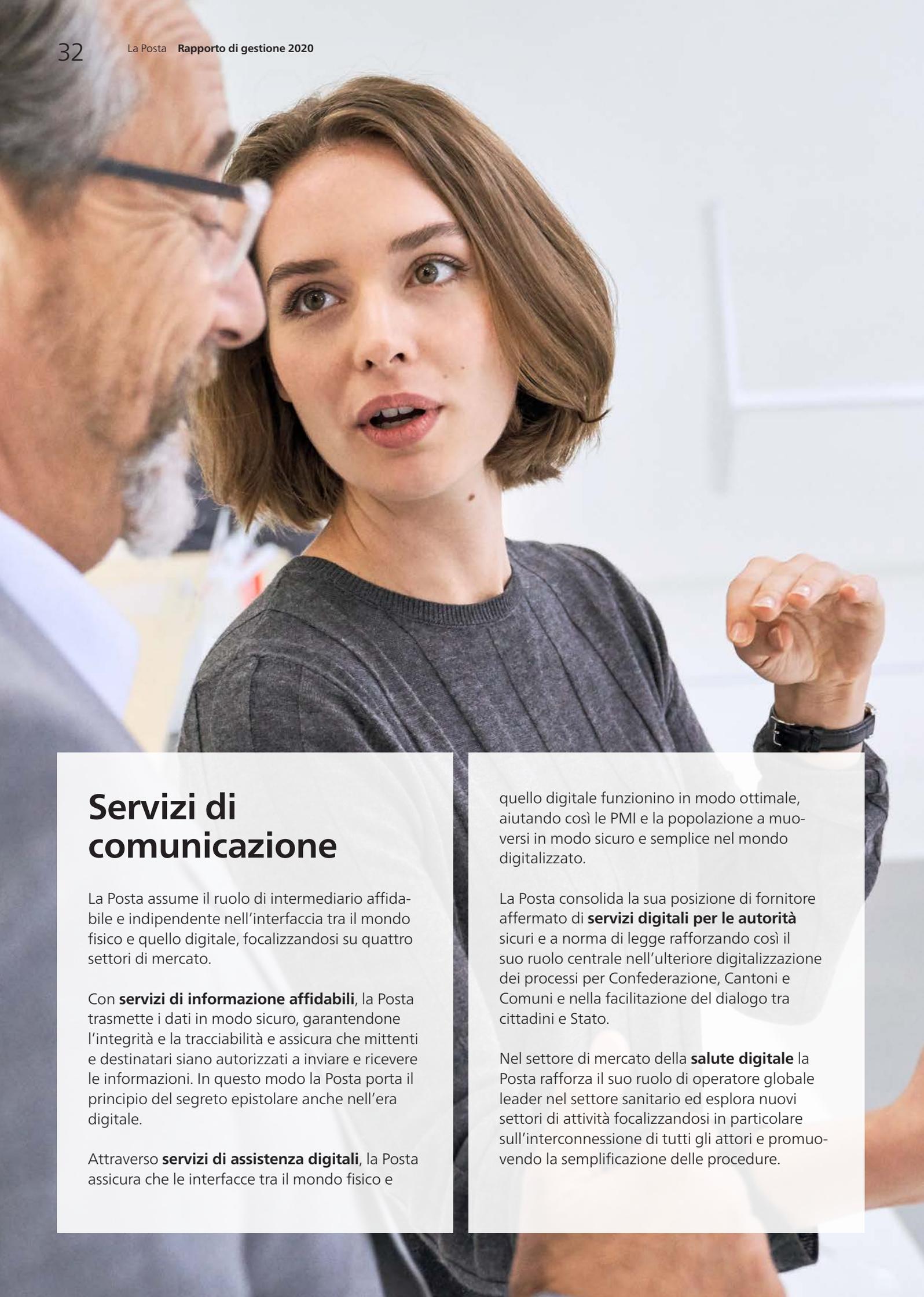
«Le vostre attività di raccolta fondi colpiscono nel segno?», ha chiesto la Posta in un mailing inviato a ottobre 2020 a 33 organizzazioni senza scopo di lucro svizzere. Una lettera, una freccetta e un volantino a forma di bersaglio sono stati spediti in una scatola bucherellata. «Come a simboleggiare le campagne di raccolta fondi che mancano il loro obiettivo», spiega Nicole Schneider, market manager NPO e Telco. Vari studi condotti nel 2020 hanno infatti dimostrato ancora una volta che la lettera indirizzata è lo strumento migliore per acquisire donatori: da un'indagine attuale dell'istituto di ricerca «intervista» emerge chiaramente che i messaggi cartacei ricevono più attenzione e rimangono impressi. È quanto conferma anche il barometro delle donazioni di Swissfundraising: il 57% degli intervistati hanno dichiarato di aver fatto una donazione a seguito di un invito diretto ricevuto per lettera indirizzata. «Dato che in



Svizzera confluiscano in donazioni quasi 2 miliardi di franchi all'anno, è opportuno pianificare le campagne in modo mirato con mailing cartacei», aggiunge Nicole Schneider. La posta supporta le NPO con una serie di prestazioni che vanno dall'ideazione al recapito passando per la gestione degli indirizzi.

I mailing cartacei sono estremamente importanti per un marketing efficace.

Nicole Schneider
Market manager NPO e Telco



Servizi di comunicazione

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

Con **servizi di informazione affidabili**, la Posta trasmette i dati in modo sicuro, garantendone l'integrità e la tracciabilità e assicura che mittenti e destinatari siano autorizzati a inviare e ricevere le informazioni. In questo modo la Posta porta il principio del segreto epistolare anche nell'era digitale.

Attraverso **servizi di assistenza digitali**, la Posta assicura che le interfacce tra il mondo fisico e

quello digitale funzionino in modo ottimale, aiutando così le PMI e la popolazione a muoversi in modo sicuro e semplice nel mondo digitalizzato.

La Posta consolida la sua posizione di fornitore affermato di **servizi digitali per le autorità** sicuri e a norma di legge rafforzando così il suo ruolo centrale nell'ulteriore digitalizzazione dei processi per Confederazione, Cantoni e Comuni e nella facilitazione del dialogo tra cittadini e Stato.

Nel settore di mercato della **salute digitale** la Posta rafforza il suo ruolo di operatore globale leader nel settore sanitario ed esplora nuovi settori di attività focalizzandosi in particolare sull'interconnessione di tutti gli attori e promuovendo la semplificazione delle procedure.

Servizi di informazione affidabili

Dalla Svizzera per la Svizzera

I Cantoni hanno individuato nella popolazione la crescente esigenza di un sistema di voto elettronico come terzo canale. Per questo la Posta sta lavorando all'ulteriore sviluppo del suo futuro sistema di voto elettronico nella sua sede IT di Neuchâtel, in modo indipendente dall'ex partner Scytl, al fine di offrire ai Cantoni un sistema completamente verificabile nel corso del 2021.

Ad aprile 2020 la Posta ha rilevato tutti i diritti legati al codice sorgente dell'ex partner tecnologico Scytl, necessari per poter portare avanti lo sviluppo in maniera autonoma. «Abbiamo preso sul serio i dubbi espressi nel dibattito pubblico nei confronti dei fornitori stranieri», afferma Denis Morel, responsabile del team per il voto elettronico, per giustificare questa decisione. «In questo modo possiamo offrire in futuro ai Cantoni una soluzione sviluppata in Svizzera per la Svizzera».



La decisione sull'introduzione spetta ai Cantoni

Nel corso del 2021 il sistema dovrebbe poter essere impiegato dai Cantoni e soddisfare pienamente i requisiti della Confederazione. Il nuovo sistema di voto elettronico della Posta sarà in tutta la Svizzera il primo sistema i cui voti sono completamente verificabili (verificabilità universale). Spetta poi ai Cantoni decidere in autonomia se e quando mettere a disposizione delle cittadine e dei cittadini il voto elettronico.



Trasparenza e punto di vista esterno

La Posta sviluppa ulteriormente il sistema di voto elettronico in modo autonomo nella sua sede IT di Neuchâtel. Al contempo intensifica la collaborazione con scuole universitarie professionali, università ed esperti indipendenti in Svizzera, oltre a coinvolgere da vicino la comunità IT che è chiamata ad analizzare criticamente il sistema e proporre eventuali miglioramenti. A tal fine, nel 2021, la Posta pubblicherà il codice sorgente, i protocolli e la documentazione di sistema.



Sustainable Development Goal

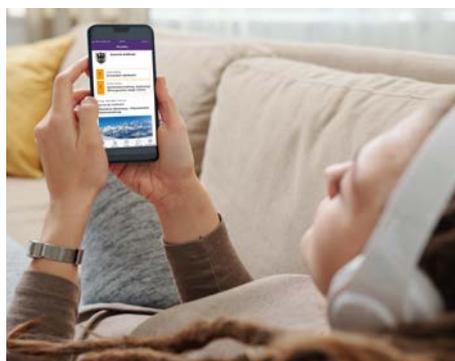
9 Industria, innovazione e infrastrutture

Pag. 61

Servizi digitali per le autorità

Sempre informati grazie all'app per i Comuni

Quando vengono ritirati i rifiuti verdi dopo un giorno festivo? La strada di accesso al centro è stata aperta? Cosa offrono le attività commerciali locali? Con l'app «My Local Services» gli abitanti di un comune possono consultare queste informazioni direttamente sul loro smartphone. Come avviene ad Adelboden: «Per informare i nostri 3500 concittadini e concittadine ci avvaliamo, anche con un certo sforzo, di canali informativi tradizionali come comunicati stampa o il sito internet del Comune», spiega Jolanda Lauber, segretaria comunale di Adelboden. «Con l'app della Posta per i Comuni disponiamo di una valida integrazione per trasmettere in modo rapido le informazioni direttamente su smartphone». E funziona anche al contrario: se qualcuno nota ad esempio un lampione rotto lungo una strada nel territorio comunale, può segnalare il guasto inviando una foto e un breve messaggio.



«My Local Services» promuove la **coesione** all'interno dei **comuni** – soprattutto nei periodi di crisi.



Salute digitale

La Posta collega tra loro gli operatori del sistema sanitario



La Posta introduce un programma bug bounty

Per migliorare la sicurezza dei suoi prodotti digitali, la Posta è una delle prime aziende svizzere a introdurre un programma bug bounty, esteso a tutto il gruppo, nell'ambito del quale «hacker etici» vanno a caccia di vulnerabilità nei servizi online ricevendo in cambio una ricompensa. Grazie alla collaborazione con il personale della Posta, vi è un continuo aggiornamento della sicurezza delle informazioni che concorre a creare la «fiducia digitale». «Questo metodo, efficiente e creativo, integra in modo ottimale i nostri attuali test di sicurezza», spiega Marcel Zumbühl, Chief Information Security Officer. «La sicurezza è un processo permanente e partecipativo che la Posta sviluppa costantemente grazie all'impegno di soggetti interni ed esterni all'azienda».

La Posta lavora allo sviluppo di soluzioni digitali per un settore sanitario moderno. A tal fine offre alle comunità di riferimento svizzere una cartella informatizzata del paziente e crea «Cuore – la piattaforma sanitaria svizzera».

Il referto delle radiografie nella cartellina, il libretto di vaccinazione nel cassetto e dove sarà finita la ricetta per la farmacia? Per poter accedere sempre e ovunque alle informazioni sanitarie, la Posta ha introdotto la cartella informatizzata del paziente (CIP). E i buoni motivi non mancano: la Posta è sinonimo di discrezione e affidabilità nel trasporto di informazioni e mette questa sua competenza al servizio di un settore sanitario interconnesso. A fine 2020, in una fase «Family & Friends», la comunità di riferimento eHealth Aargau ha messo online la cartella informatizzata del paziente, seguita dall'associazione eSANITA presente in molte zone della Svizzera orientale. Le altre comunità di riferimento sono anch'esse in procinto di introdurre la CIP. «Per noi l'introduzione della CIP è una questione strategica chiave alla quale abbiamo lavorato intensamente», afferma Martin Fuchs, responsabile Digital Health. «In questo modo ci affermiamo come società affidabile per la trasmissione dei dati digitali in ambito sanitario, fornendo così il nostro contributo alla digitalizzazione di questo settore».

Aprire una cartella informatizzata del paziente in una filiale della Posta

Le filiali della Posta svolgono un ruolo importante per l'introduzione della CIP, fungendo

da sedi abilitate per l'apertura oltre agli ospedali, alle farmacie e alle autorità. Da aprile 2021 nel Cantone di Argovia e nei Grigioni la popolazione può già aprire la CIP nelle filiali. L'offerta viene estesa gradualmente a tutta la Svizzera.

«Cuore – La piattaforma sanitaria svizzera» collega gli operatori

In qualità di fornitore affidabile nella logistica dei dati, la Posta mira a creare un'interconnessione efficiente di tutti gli attori del settore sanitario e amplia la propria piattaforma per renderla un ecosistema digitale neutrale sotto il profilo della concorrenza e accessibile a tutti gli operatori. «Cuore – la piattaforma sanitaria svizzera» interconnette specialisti, assicurazioni malattia, aziende MedTech, fornitori di sistemi, operatori logistici e pazienti e riproduce tutto il percorso di trattamento – dalla prima consultazione con il medico di famiglia all'operazione chirurgica in ospedale fino alla riabilitazione in un centro fisioterapico e alla terapia farmacologica in farmacia. Grazie alla loro adesione a Cuore, gli operatori logistici possono predisporre on demand il materiale, i medicinali o le protesi necessari. Questa interconnessione consente a tutti gli attori di generare insieme un valore aggiunto a beneficio dei pazienti.



Sustainable Development Goals

- 3 Salute e benessere
- 9 Industria, innovazione e infrastrutture

 Servizi di assistenza digitali

KLARA semplifica le pratiche d'ufficio

Con gli assistenti digitali, KLARA Business SA automatizza e semplifica i processi amministrativi. A settembre 2020 la Posta ha acquisito la maggioranza azionaria dell'innovativa azienda di Lucerna, con la quale prepara le PMI e i clienti privati ad affrontare al meglio l'era digitale.

Gli assistenti digitali di KLARA consentono alle PMI e ai clienti privati di risparmiare tempo, fatica e incombenze amministrative: gestiscono i versamenti dei salari, si occupano della contabilità o assicurano la reperibilità in internet. E a beneficiarne sono soprattutto le PMI più piccole: è infatti pratico poter fissare un appuntamento dal parrucchiere online e ricevere un promemoria via SMS. Per un esercizio nel settore gastronomico è molto utile avere sempre sotto controllo le recensioni in

internet o lanciare promozioni. E per le aziende artigiane sarebbe comodo creare offerte e rapporti, sempre con KLARA.

«La trasformazione digitale riguarda migliaia di PMI. KLARA automatizza le procedure amministrative e collega tutti i settori aziendali con una banca dati uniforme», spiega Renato Stalder, CEO KLARA Business SA. Grazie alla cooperazione, le PMI possono ora beneficiare anche di servizi E-Post, come la spedizione e la ricezione, l'elaborazione e il salvataggio di documenti.



Sustainable Development Goal

 9 Industria, innovazione e infrastrutture

Pag. 61



 Servizi di informazione affidabili

Blockchain 100% made in Switzerland

Che si tratti di una fattura digitale del consumo energetico o della documentazione affidabile delle misurazioni della temperatura durante il trasporto di medicinali – con la Swiss Trust Chain, la Posta offre alle PMI, alle assicurazioni e ai fornitori di servizi finanziari una soluzione innovativa per gestire i processi aziendali digitali in modo sicuro e verificabile. Il servizio si basa su un'infrastruttura al 100% svizzera che la Posta gestisce in collaborazione con Swisscom, con una serie di vantaggi importanti: tutti i dati rimangono in Svizzera e sono rispettati i requisiti regolatori specifici del settore, ad es. bancario o farmaceutico. Questa «private permissioned blockchain» richiede inoltre molta meno energia rispetto ad altre blockchain, come quelle a supporto del bitcoin, perché non è necessario nessun meccanismo «proof-of-work». La Swiss Trust Chain ha un meccanismo di consenso efficiente e offre una maggiore sicurezza e una performance scalabile.

 Servizi di informazione affidabili

Trasmissione di dati cliente verificati

All'apertura del conto bancario della sua fabbrica di macchinari destinati all'esportazione, Lara si è identificata di persona e ha fornito molti documenti. La banca ha verificato i suoi dati. Ora Lara vorrebbe richiedere un credito presso un'altra banca e deve far esaminare nuovamente la sua PMI. Per ragioni di natura legale, le banche, ma anche altre aziende, devono eseguire il complesso processo di identificazione di tutti i nuovi clienti. Non sono autorizzate, per motivi regolatori, a scambiare direttamente tra loro i dati cliente verificati. Ne risulta un dispendio aggiuntivo non solo per le banche ma anche per Lara. Per questo la Posta assume il ruolo di intermediaria neutrale e degna di fiducia, creando una rete che permette di scambiare in tutta sicurezza questo tipo di dati, all'occorrenza a livello internazionale.

La Posta porta un valore aggiunto in termini di **affidabilità e neutralità.**

Daniel Gerber
Responsabile Innovazione



RetePostale

La presenza fisica della Posta in ogni regione della Svizzera è in linea con la nostra concezione di un servizio universale presente su tutto il territorio nazionale. L'azienda **amplia ulteriormente** la sua rete di oltre **4700 punti di accesso**, ad esempio con sportelli automatici o prestazioni a domicilio. La Posta investe circa 40 milioni di franchi nella modernizzazione di oltre 300 filiali gestite in proprio. Grazie al supporto di proprie collaboratrici e propri collaboratori in loco, alle formazioni per il personale dei partner e a un'infrastruttura a misura di cliente, **migliora inoltre la qualità delle filiali in partenariato**. Dal 2021 la rete sarà stabilizzata a circa 800 filiali gestite in proprio.

Inoltre **la Posta apre le sue porte a grandi fornitori di prestazioni e alle autorità**, consentendo loro di mantenere la vicinanza ai clienti. Con questo passo la Posta crea nuovi centri servizi dislocati in tutta la Svizzera, con offerte rilevanti per la vita di tutti i giorni.

Apertura della rete

Modificare l'assicurazione malattia nella filiale della Posta

In tre filiali della Posta i clienti possono testare le offerte di Groupe Mutuel. L'iniziativa si iscrive in una sperimentazione volta all'apertura della rete postale a terzi. Gli assicurati ricevono un aiuto concreto e le persone interessate una consulenza professionale in loco.

Nico vorrebbe conoscere meglio le soluzioni assicurative di Groupe Mutuel: si reca quindi nella sua filiale della Posta di Ginevra e si fa consigliare da un agente assicurativo. Il collaboratore di Groupe Mutuel risponde alle domande di Nico e gli illustra le possibilità offerte dall'app della compagnia. «Qualcuno potrebbe sorprendersi», afferma Thomas Baur, responsabile RetePostale. «Ma è un buon esempio di come in futuro vogliamo aprire e rendere accessibile anche a terzi la nostra rete di filiali gestite autonomamente».



Diverse cooperazioni possibili

Da ottobre 2020 la Posta svolge insieme all'assicurazione persone e malattia Groupe Mutuel un test di mercato: nelle filiali Genève 1 Mont-Blanc, Genève 4 Plainpalais e Dietikon i clienti hanno a disposizione un'offerta di consulenza e servizi nell'ambito della quale il personale della Posta assiste gli assicurati di Groupe Mutuel nella mutazione di dati di base o nell'utilizzo di applicazioni digitali come, ad esempio, l'app del gruppo. Inoltre, se richiedono una consulenza approfondita o informazioni dettagliate, i clienti vengono trasmessi al personale di vendita di Groupe Mutuel presente in loco. Il test si svolge al momento fino a fine giugno. Sono già previste altre cooperazioni, ad esempio con banche, altre assicurazioni e autorità.

Centri regionali contro la desertificazione dei servizi

«Vogliamo offrire alla popolazione di comuni e città un valore aggiunto e semplificare la loro vita di tutti i giorni», spiega così Thomas Baur il motivo alla base dell'apertura della rete a terzi. «La nostra attenzione è rivolta soprattutto a chi desidera incontrare di persona le collaboratrici e i collaboratori della Posta». Con le sue circa 900 filiali gestite in proprio, la Posta sarebbe predestinata a gestire centri servizi nelle regioni. «Nelle prestazioni di servizio vediamo inoltre un grande potenziale per generare ulteriori entrate che ci aiuteranno a ridurre il deficit della rete, assicurandone l'esistenza nel tempo».



Energia ecologica certificata per le filiali

L'energia necessaria per accendere le luci nelle filiali della Posta proviene da fonti sostenibili. Le filiali di nuova concezione e gli sportelli automatici My Post 24 sono alimentati dal 2019 con energia ecologica certificata «naturemade star». Oltre all'impiego di energia rinnovabile, anche l'illuminazione a LED contribuisce a una migliore efficienza energetica delle filiali. L'elettricità necessaria alla Posta è ricavata al 100% da energie rinnovabili di provenienza svizzera, di cui il 20% è già energia ecologica.



Sustainable Development Goals

- 7 Energia pulita e accessibile
- 8 Lavoro dignitoso e crescita economica



Sviluppo della rete

Molteplici punti di accesso alle prestazioni postali

i

Più responsabilità per la base

Maggiore vicinanza ai clienti, più flessibilità e ottimizzazione dei servizi di consulenza: questo è l'obiettivo della nuova organizzazione in team nelle filiali gestite in proprio. Ciò significa, ad esempio, che collaboratrici e collaboratori acquisiscono nuove competenze e si supportano a vicenda. I team trasversali alle filiali decidono autonomamente come organizzare le loro attività quotidiane e gestiscono insieme tutti i punti di accesso – filiali in partenariato e sportelli automatici My Post 24 – nella loro zona d'attribuzione. «Grazie a iter decisionali più brevi e al coinvolgimento diretto del personale possiamo reagire in modo più rapido ed efficace ai cambiamenti», afferma Ueli Lüdi, responsabile Gestione della rete. Da novembre 2020, 304 team operano riuniti in 48 settori e sette regioni in tutta la Svizzera.

Stabilizzare la rete delle filiali gestite in proprio a quota 800, aumentare i punti di accesso a oltre 5000 e migliorare la qualità delle filiali in partenariato: la Posta vuole essere presente fisicamente con i suoi punti di accesso in tutte le regioni ed essere raggiungibile anche al di fuori dei tradizionali orari di apertura.

Sulla porta di casa, in viaggio, online: la Posta vuole offrire un servizio universale ineccepibile per tutte le regioni e generazioni. A tal fine mira a una combinazione bilanciata di punti di accesso: filiali gestite autonomamente, le ormai collaudate filiali in partenariato e altri punti di servizio.

La Posta punta sulle sue filiali gestite in proprio

La Posta punta esplicitamente sulla sua rete di filiali – anche se, a seguito della digitalizzazione, sempre meno clienti le frequentano: il calo delle operazioni postali allo sportello è stato tra il 2000 e il 2020 del 75% per le lettere, del 25% per i pacchi e del 57% per i versamenti. La Posta proseguirà fino al 2021 con la trasformazione, programmata e necessaria per

ragioni economiche, di altre 100 filiali circa per stabilizzare la sua rete a quota 800. «La sede fisica rimane irrinunciabile per noi», dichiara Thomas Baur, responsabile RetePostale. Per questo la Posta investirà entro il 2022 anche circa 40 milioni di franchi nella modernizzazione di 300 filiali gestite in proprio.

Ulteriore sviluppo delle filiali in partenariato e dei punti di accesso

Il concetto delle circa 1200 filiali in partenariato si dimostra valido per entrambe le parti. E per far sì che continui a essere così, la Posta rafforza il supporto locale, organizza formazioni per il personale dei partner e investe in un'infrastruttura più a misura di cliente. «Cooperiamo con successo con grandi partner ma anche con piccoli negozi al dettaglio», spiega Martin Widmer, responsabile Sviluppo della rete. «La Lindenapotheke di Unterentfelden è un esempio. Dalla fine del 2017 il personale assicura la massima qualità lavorando in modo scrupoloso e orientato alla clientela».

Già dal 2010 esiste una partnership con LANDI Albis, che gestisce negozi Volg nel distretto di Affoltern e a Dietikon. In otto negozi di paese



Servizio a domicilio

Chiamare il postino premendo un pulsante

Spedire un pacco o pagare una fattura: i clienti residenti nelle zone con servizio a domicilio possono farlo sulla porta di casa. Ora possono ordinare le prestazioni in modo digitale: online o offline, compilando la cartolina per gli ordini con un'apposita penna.

Per il compleanno di sua nipote, Géraldine vuole spedirle dei biscotti fatti in casa. Prende la penna per ordini della Posta e la punta sull'icona «Spedire lettere e pacchi» della cartolina. Il postino riceve così una notifica. Il giorno dopo Géraldine gli consegna il pacco sulla porta di casa – e sua nipote riceve puntualmente il regalo per la festa.

Géraldine abita nel villaggio vodese di Belmont-sur-Yverdon, una delle aree che beneficiano del servizio a domicilio della Posta poiché non dispongono di filiali o filiali in partenariato nelle immediate vicinanze. I clienti possono spedire lettere e pacchi, ordinare francobolli, prelevare denaro contante o pagare fatture, il tutto comodamente da casa. Ma la Posta ha compiuto un passo ulteriore: ha digitalizzato il servizio a domicilio e reso possibile richiedere le prestazioni online (su smartphone, tablet o PC) o con la penna per ordini. Con la soluzione online, oltre al servizio a domicilio, i clienti possono fruire di molte altre prestazioni, ma può farlo anche Géraldine, che non ha una connessione internet. La penna per ordini funziona infatti tramite la rete radio a bassa frequenza LoRaWAN di Swisscom. Dall'autunno 2020 il servizio a domicilio digitale viene introdotto progressivamente in tutti i comuni della Svizzera con servizio a domicilio.

**904**

filiali

1194

filiali in partenariato

1797

località con servizio a domicilio

502

punti di servizio presso terzi

162

punti clienti commerciali

vengono offerti servizi postali richiesti quotidianamente – e in alcuni casi già dalle 6.00 di mattina fino alle 20.30 di sera. «Apprezziamo molto la collaborazione aperta e sincera con i negozi di paese. Il personale in loco dà sempre il meglio e conosce bene la clientela».

Dal 2016 la Posta ha ampliato la propria rete ed è passata da 4200 a oltre 4700 punti di accesso – integrando nuovi punti di servizio, punti clienti commerciali e sportelli automatici My Post 24. Nel 2024 dovrebbero essere oltre 5000. «Questi punti di servizio integrativi – presenti anche in oltre 400 filiali del gruppo Migros – garantiscono localmente i servizi postali più richiesti in modo sicuro e rispondono alla crescente esigenza dei clienti di flessibilità oraria», commenta Martin Widmer.

**Sustainable Development Goal**

9 Industria, innovazione e infrastrutture

Pag. 61

400'000

economie domestiche svizzere sbrignano oggi le operazioni postali con il **servizio a domicilio** comodamente da casa.



Servizi di mobilità

AutoPostale è il numero uno in Svizzera nel **trasporto pubblico di persone su strada**. AutoPostale intende rafforzare ulteriormente questa posizione, per preservare in futuro l'attrattiva del settore dei TP svizzero e continuare a soddisfare le esigenze dei clienti. Con questi intenti AutoPostale punta in particolare a partnership strategiche, ad esempio con altre aziende del settore TP, al fine di sviluppare offerte a misura d'utente, ecologiche ed economiche per tutta la popolazione svizzera. Poiché il traffico regionale viaggiatori è finanziato per metà con mezzi pubblici, AutoPostale si adopera al massimo per impiegare nel modo più efficiente possibile le indennità provenienti dalla Confederazione, dai Cantoni e dai Comuni.

La Posta completa la propria offerta sul mercato della mobilità con Post Company Cars, il principale **gestore full service di parchi veicoli** indipendente della Svizzera, e PubliBike, il maggiore **operatore di bike sharing** del paese. L'azienda gestisce reti di bike sharing in varie città svizzere servendo clienti privati e commerciali.

Insieme, le aziende dell'unità Servizi di mobilità vogliono creare sinergie che vadano oltre i confini aziendali, ad esempio per sviluppare nuove **offerte multimodali** studiate in modo semplice ed efficiente, sostenibile e digitalmente interconnesso.

Trasporto pubblico di persone

AutoPostale: gestore di sistema nell'emergenza coronavirus

Gestore di sistema del traffico pubblico su strada, durante l'emergenza coronavirus AutoPostale assume per la prima volta un ruolo di coordinamento attivo su incarico della Confederazione. I responsabili sono in stretto contatto con 150 aziende di trasporto svizzere.

A marzo 2020 AutoPostale si è trovata ad affrontare una sfida inattesa: quando il Consiglio federale ha invitato la popolazione a rimanere per quanto possibile a casa, dall'oggi al domani l'azienda ha dovuto elaborare e mettere in campo un orario ridotto. Normalmente il cambio di orario avviene una volta l'anno e richiede una preparazione di diversi mesi. Nel ruolo di gestore di sistema del traffico pubblico su strada, AutoPostale ha inoltre redatto con le FFS un piano di protezione per il trasporto pubblico.

Dove vige l'obbligo di indossare la mascherina? Cosa succederà con i viaggi di gruppo? Il personale conducente dovrà vendere ancora i biglietti? «Ogni giorno emergevano domande nuove», ricorda Christa Hostettler, responsabile Vendite AutoPostale. «Come gestore di sistema siamo ben interconnessi e preparati a una possibile crisi. Abbiamo quindi potuto avviare rapidamente il dialogo con gli uffici federali, le conferenze intercantonali e i commitenti». Interlocutore dell'insieme di autobus, tram, battelli e trasporti a fune, AutoPostale opera a stretto contatto con 150 imprese che gestiscono insieme 1500 linee di trasporto pubblico. Dopo una pausa durante l'estate, questo ruolo è tornato rilevante dall'autunno 2020.

Gestione crisi a pieno regime

D'intesa con il Consiglio federale e con l'Ufficio federale dei trasporti, la Posta prende decisioni sulla riduzione dell'orario e la prote-



zione del personale conducente e dei passeggeri. All'inizio dell'emergenza, AutoPostale pubblicava quotidianamente un bollettino con gli ultimi sviluppi e, insieme alle FFS, organizza teleconferenze settimanali con fino a 400 partecipanti. Inoltre fornisce supporto pratico mettendo a disposizione avvisi per gli schermi, manifesti e annunci per informare i clienti.

«I trasporti pubblici hanno funzionato bene anche durante le fasi più difficili», dichiara Christa Hostettler. «La crisi ha rafforzato la coesione all'interno del settore. Questo ci aiuterà ad affrontare insieme le sfide, ad esempio nell'ambito della digitalizzazione, e a sviluppare soluzioni di mobilità più interconnesse».

i

Gestione del sistema ad opera di AutoPostale e FFS

AutoPostale e le FFS sono le organizzazioni incaricate della cosiddetta gestione del sistema nel trasporto pubblico su strada e su rotaia. D'intesa con l'Ufficio federale dei trasporti (UFT), garantiscono l'attuazione delle raccomandazioni dell'Ufficio federale della sanità pubblica (UFSP) presso le aziende di trasporto pubblico e, se necessario, dispongono ulteriori misure uniformi in tutta la Svizzera.

Le aziende di trasporto **condividono** tra loro **idee ed esperienze in modo semplice e solidale.**

Christa Hostettler
Responsabile Vendite AutoPostale

Mobilità individuale ma condivisa

PubliCar, Kollibri, PubliBike: AutoPostale amplia l'offerta nel trasporto pubblico individuale, che comprende anche un taxi londinese. Alla base delle offerte c'è un'idea comune: la condivisione.



Le offerte on-demand e le soluzioni di sharing consentono di prenotare corse individuali anche sui mezzi pubblici e di condividerle con altri. «Soprattutto nelle regioni scarsamente collegate, le soluzioni on-demand possono opportunamente integrare l'offerta esistente nel servizio di linea regolare legato a orari e offrire un valore aggiunto», afferma Martina Müggler, responsabile Strategia e innovazione AutoPostale. Per questo AutoPostale sviluppa e testa innumerevoli offerte per il trasporto su richiesta.

l'offerta di PubliCar: nell'Appenzello il servizio di bus su chiamata per le aree scarsamente popolate, introdotto nel 1995, è ora prenotabile tramite app.

Navetta porta a porta o in bici

Dopo il riscontro positivo del progetto pilota Kollibri intorno a Brugg, nel 2020 AutoPostale ha svolto altri test. Da luglio 2020, quindi, è possibile prenotare via app la navetta porta a porta nella Valle Verzasca e da agosto nella regione di Briga, con la possibilità di far salire altri passeggeri lungo il percorso. Il mezzo: un taxi londinese con motore elettrico e il design di AutoPostale che ospita fino a sei persone. L'esperienza acquisita con il software Kollibri è stata sfruttata per modernizzare anche

Tra le offerte di mobilità condivisa della Posta rientra anche PubliBike. L'azienda è presente in otto regioni svizzere con complessivamente 500 stazioni di noleggio self-service di 5000 biciclette e e-bike. Sull'app e sul sito di PubliBike si può controllare in qualsiasi momento dove e quante biciclette sono disponibili. «A integrazione dei mezzi pubblici, PubliBike copre l'ultimo miglio nella catena di trasporto», afferma il direttore Markus Bacher. L'offerta è apprezzata anche presso le aziende che incentivano la mobilità del personale.

AutoPostale sulla strada verso la mobilità elettrica

A settembre 2020 l'autopostale elettrico di Interlaken ha finito di circolare. Il veicolo a noleggio ha percorso nei tre anni precedenti 100'000 chilometri evitando l'emissione di 100 tonnellate di CO₂. Grazie al progetto nell'Oberland bernese, AutoPostale ha potuto raccogliere preziose esperienze nell'impiego di veicoli elettrici.

La conclusione del progetto a Interlaken non segna la fine della mobilità elettrica di

AutoPostale. Al contrario, l'ambizione è chiara: entro il 2024 AutoPostale conta di avere complessivamente 100 bus a batteria e a celle combustibili, ed entro il 2040 tutti i 2400 autopostali dovranno essere a emissioni zero. AutoPostale vuole abbandonare singoli progetti per focalizzarsi sulla conversione di linee intere a motori alternativi. Per farlo occorrono piani di ricarica intelligenti, partner per infrastruttura e fornitura di energia e un finanziamento garantito dei costi aggiuntivi.



PubliBike promuove l'integrazione professionale e sociale delle persone disoccupate che, nell'ambito di varie reti, svolgono per PubliBike riparazioni sulle biciclette o sostituzioni delle batterie.

publibike.ch



Sustainable Development Goals

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

Pag. 61



Gestione del parco veicoli

La mobilità elettrica diventa sempre più intelligente

Post Company Cars SA gestisce oltre 24'000 veicoli. Proprio come la Posta, approfittano del suo vasto know-how anche molte aziende esterne. La società del gruppo amplia attivamente la sua competenza nell'ambito della mobilità elettrica.

I turisti possono raggiungere Braunwald, luogo di cura nel Cantone di Glarona a 1256 m s.m., solo con una funicolare perché sono vietate le auto. Nel villaggio circolano su mezzi motorizzati solo gli agricoltori e i commercianti – e naturalmente la posta. Fino al 2020 il recapito degli invii postali veniva effettuato con un veicolo diesel. Ora è in servizio un quad elettrico. Post Company Cars ha valutato questo modello per PostMail.



«Poiché le strade di Braunwald sono ripide e coperte di neve in inverno, il nuovo veicolo doveva soddisfare i requisiti di un fuoristrada», spiega Nigel Storny, direttore di Post Company Cars SA. Sebbene il mercato offra vari modelli con potenti motori elettrici come vera alternativa ai veicoli diesel, Post Company Cars ha richiesto un'ulteriore modifica al modello standard del quad: «Per supportare l'impiego su terreni difficili, le batterie al litio sono state dotate di un sistema di gestione della temperatura», racconta Nigel Storny.

Al di là della gestione di parchi veicoli

Il quad elettrico introdotto a Braunwald è un esempio delle particolari competenze che Post Company Cars offre ai suoi clienti: un know-how comprovato per quanto riguarda le tecnologie di propulsione disponibili e la flessibilità nel fornire soluzioni specifiche. «Oltre al nostro ruolo di gestore di parchi veicoli ci consideriamo un'azienda di consulenza sulla mobilità», dichiara Nigel Storny.

I temi attuali che Post Company Cars affronta nella consulenza clienti sono il car sharing all'interno delle aziende e la telematica: «La dotazione dei veicoli con funzioni smart cambierà ulteriormente il mercato andando verso soluzioni di mobilità efficienti e sostenibili», spiega convinto Nigel Storny.

Full service indipendente

Complessivamente Post Company Cars gestisce oltre 24'000 veicoli, che vanno dal ciclomotore al trattore a sella. La società del gruppo Posta opera in modo indipendente e può quindi proporre ai clienti l'offerta di volta in volta più adatta. Come gestore di parchi veicoli full service, Post Company Cars offre tutti i servizi da un'unica fonte, dall'acquisto al finanziamento, dall'assicurazione alla manutenzione, dalla riparazione all'approvvigionamento di carburante fino alla vendita dell'usato presso il proprio Centro occasioni. All'interno del gruppo Posta, Post Company Cars si è posizionata come un centro di competenza nel settore della mobilità elettrica e ha portato avanti l'ampliamento del parco veicoli elettrici. Gli scooter a tre ruote sono già tutti elettrificati e molti veicoli sono dotati di motori alimentati con energia ecologica.

18'000

veicoli sono gestiti da Post Company Cars per la Posta.

6000

veicoli sono gestiti da Post Company Cars su incarico di clienti commerciali.

75

persone sono impiegate presso Post Company Cars.



Sustainable Development Goals

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



Swiss Post Solutions

La società del gruppo Swiss Post Solutions accompagna le imprese nel loro percorso di trasformazione digitale: con soluzioni per l'**outsourcing di interi processi aziendali**, servizi innovativi nella **gestione dei documenti** e tecnologie all'avanguardia per una **digitalizzazione** sicura ed efficiente **dell'elaborazione delle informazioni**.

Circa 7800 collaboratrici e collaboratori, insieme a partner specializzati, assistono clienti di vari settori in ben 25 paesi. I target principali sono banche, assicurazioni e settore sanitario.

Grazie alla sua strategia di crescita, da anni Swiss Post Solutions riesce ad aumentare le proprie quote di mercato e la propria redditività. Sotto la holding La Posta Svizzera SA, Swiss Post Solutions è incoraggiata a proseguire nel suo sviluppo in modo indipendente.

Recapito digitale degli invii postali

Mailroom Services digitali per lavorare in modo flessibile

Se in ufficio si sceglie una postazione di lavoro ogni volta diversa, se si lavora da casa o si è in viaggio, come viene recapitata la corrispondenza? Qui entrano in gioco i piani di digitalizzazione di Swiss Post Solutions. I processi di back office svincolati dalla sede saranno decisivi per le aziende nel mondo del lavoro di domani.

Con l'emergenza coronavirus, il lavoro da casa è diventato realtà per milioni di persone in tutto il mondo. «Questo esperimento forzato a livello globale avrà conseguenze radicali e durature», rileva Jörg Vollmer, responsabile di Swiss Post Solutions. «Ora è giunto il momento per le organizzazioni di portare avanti l'innovazione digitale e di realizzare il cambiamento decisivo nei loro processi di back office».

Digitalizzare la ricezione degli invii

Un esempio di successo arriva da una grande azienda tedesca che nel suo nuovo edificio amministrativo mette a disposizione scrivanie solo per il 70% dei suoi 35'000 membri del personale. Sono sempre di più, infatti, a lavorare da casa o in viaggio. Il personale incaricato delle consulenze e delle vendite non è quasi mai in ufficio; inoltre molte postazioni sono vuote quando le persone sono in vacanza o in malattia. Per garantire che tutto il personale riceva comunque la corrispondenza senza perdite di tempo, Swiss Post Solutions ha elaborato un piano di digitalizzazione completo, gradualmente implementato dal 2020. Il suo elemento chiave è il recapito digitale della corrispondenza a cura di Swiss Post Solutions. Le lettere vengono aperte, scansionate e inviate al personale per e-mail mentre altri tipi di invii fisici come riviste o pacchi possono essere ritirati in sicurezza presso cosiddetti smart locker usando un codice di accesso.



Servizi on demand per risparmiare tempo

L'ufficio postale digitale offre ulteriori servizi: per la posta in uscita, ad esempio, le soluzioni di Swiss Post Solutions consentono di decidere dove avverrà la stampa, l'imbustamento e la spedizione. Processi più efficienti consentono tempi di risposta più rapidi e pertanto esperienze cliente migliori. «L'ufficio postale diventa un centro servizi in grado di offrire una vasta gamma di prestazioni», spiega Jörg Vollmer. «E la dissociazione dei processi di back office dalla sede aziendale consente alle imprese di reagire in modo dinamico ai problemi e di garantire così la continuità operativa». Un ulteriore vantaggio è rappresentato dalla riduzione dei costi per le superfici adibite a uffici e per l'infrastruttura tecnica. «Inoltre i processi digitali possono essere monitorati, verificati e pilotati con precisione», specifica Jörg Vollmer. «Le aziende mantengono così una visione molto più chiara e un controllo maggiore della propria attività senza la necessità di una rigida centralizzazione».

i

Tendenza al lavoro decentralizzato

Numerosi studi recenti rivelano che molte persone desiderano lavorare da casa in futuro, e lo faranno. La società di consulenza McKinsey consiglia di sfruttare il grande «esperimento del lavoro da casa» durante la pandemia per ripensare in modo creativo l'organizzazione futura del lavoro – e quale ruolo vi assumeranno gli uffici. Le aziende che introducono processi operativi «ibrido-virtuali» indipendenti dalla sede non solo sono più resilienti nelle crisi: le possibilità di lavoro flessibili sono, secondo il futurologo Tom Cheese-wright, anche un requisito irrinunciabile quando si tratta di acquisire e trattenere collaboratori motivati.

È nei **processi di back office** delle aziende che deve avvenire ora la **trasformazione digitale** decisiva.

Jörg Vollmer
Responsabile Swiss Post Solutions

PostFinance

PostFinance accelera la trasformazione digitale e, con la nuova strategia «SpeedUp», si focalizza in modo ancora più sistematico sulle esigenze della clientela. A tal fine ripartisce il suo core business in quattro business unit.

Nel **traffico dei pagamenti** (Payment Solutions) PostFinance diventa il partner affidabile dei commercianti e degli emittenti di fatture in Svizzera per le soluzioni d'incasso e di pagamento. Nel **Retail Banking** offre ai clienti privati e commerciali soluzioni e consulenze efficaci per gestire il denaro nel modo più intelligente possibile, sia nel mondo fisico sia in quello digitale. Nel **Digital First Banking** sviluppa un'offerta nuova e interamente improntata al digitale per il «Banking & Beyond». Infine, con **Platform Business** PostFinance crea, a partire da Valuu, la piattaforma svizzera indipendente per il confronto e la stipula di finanziamenti, assicurazioni e soluzioni di previdenza.

In futuro ci aspettiamo che PostFinance possa concedere crediti e ipoteche autonomamente. La decisione in tal senso spetta al Parlamento.



Intervista a Hansruedi Köng

Con SpeedUp acceleriamo la trasformazione digitale

La pandemia ha influito sul risultato di PostFinance: se, da un lato, abbiamo registrato un incremento dei ricavi nelle operazioni in commissione, dall'altro, le attività di negoziazione e il risultato da operazioni su interessi hanno segnato un calo. Con la nuova strategia SpeedUp avviata all'inizio del 2021, PostFinance punta a invertire la rotta definendo nel quadro della trasformazione digitale nuove priorità volte a migliorare l'efficienza e stabilizzare il risultato finanziario.

Il risultato di PostFinance è inferiore del 58% rispetto all'anno precedente. A cosa è imputabile questo calo?

Le conseguenze della pandemia sono chiaramente tangibili. Nelle attività di negoziazione si è registrato un calo di 69 milioni di franchi. I nostri clienti hanno viaggiato molto meno, pertanto sono venuti a mancare notevoli ricavi da conversioni legate a prelievi di contanti in valuta estera e all'impiego delle carte di credito. Inoltre abbiamo registrato una diminuzione del fatturato per le transazioni allo sportello nelle filiali e presso i distributori di banconote.

Com'è stato l'andamento delle operazioni su interessi?

Gli interessi, da anni molto bassi se non addirittura negativi, determinano un ulteriore assottigliamento dei nostri margini. Di conseguenza, il risultato da interessi al netto delle rettifiche di valore è sceso di 41 milioni di franchi. Questa tendenza negativa proseguirà perché continuano a giungere a scadenza obbligazioni relativamente remunerative, che ora potremo reinvestire solo con rendimenti molto bassi.

Ci sono stati anche sviluppi positivi?

Nelle operazioni in commissione, i ricavi hanno registrato un incremento di 18 milioni di franchi grazie a un aumento delle attività di negoziazione dei nostri clienti e-trading. In particolare, dopo il calo delle quotazioni nelle borse di tutto il mondo in primavera, i nostri clienti hanno effettuato un numero particolarmente alto di operazioni.

All'inizio del 2021 PostFinance ha inaugurato un nuovo periodo strategico. Quali sono i pilastri della nuova strategia?

Con la strategia SpeedUp acceleriamo la trasformazione digitale e ci focalizziamo su



Hansruedi Köng

CEO PostFinance,
membro del comitato di direzione

Siamo sulla strada giusta per assumere la posizione di leader negli investimenti digitali presso i clienti retail.

quattro temi prioritari che saranno attuati in altrettante business unit indipendenti: Payment Solutions, Retail Banking, Digital First Banking e Platform Business. Con l'obiettivo di stabilizzare il risultato finanziario, oltre a investire in nuovi settori di attività, vogliamo anche migliorare ulteriormente l'efficienza delle strutture e dei processi esistenti.

La stabilizzazione del risultato sembra una tattica piuttosto difensiva.

Puntare a un incremento significativo dell'utile non sarebbe realistico nelle attuali condizioni quadro legali, regolatorie ed economiche. Ma SpeedUp è una strategia coraggiosa: abbiamo quattro business unit che sviluppano le loro attività in modo indipendente, seguendo ognuna il proprio ritmo. In questo modo ogni unità può focalizzarsi in modo ancora più sistematico sulle specifiche esigenze dei propri clienti. Non in tutti i settori del banking, infatti, i clienti hanno le stesse aspettative in merito al tipo di consulenza o al grado di digitalizzazione dei servizi.

La società chiede alle banche una gestione economica più sostenibile. Come agisce PostFinance in questo frangente?

La Corporate Responsibility è parte integrante della nostra strategia. In diversi ambiti stiamo già facendo molto, come nella conciliabilità di lavoro e famiglia, che promuoviamo in modo deciso e per la quale abbiamo già ricevuto numerose certificazioni. Oppure nel settore degli investimenti, dove i nostri clienti già oggi possono investire in titoli sostenibili. Nel 2021 getteremo le fondamenta ed effettueremo le analisi sulla base delle quali definiremo gli obiettivi concreti di efficacia del nostro operato per i prossimi anni.



 Platform Business

Valuu: l'intermediaria di ipoteche dalle grandi ambizioni

Sempre più spesso, per aderire ai servizi finanziari si ricorre ai canali digitali. In questo mercato, Valuu si è affermata come intermediaria innovativa di ipoteche. PostFinance intende fare leva sulla piattaforma per avanzare anche in altri settori di attività.

Quando si sogna di acquistare una casa, è tutto molto semplice: in men che non si dica si trova l'immobile desiderato, le trattative sui prezzi con i proprietari filano lisce e il capitale accantonato sul conto di risparmio è sufficiente. E magari la banca di fiducia concede un prestito ipotecario con tassi d'interesse imbattibili. Purtroppo nella maggior parte dei casi la realtà è ben più complicata. Soprattutto quando si tratta di trovare tra gli innumerevoli istituti di credito quello giusto, con l'ipoteca adatta alle nostre esigenze.

Valuu semplifica il confronto digitale e la stipula dell'ipoteca ideale, quella con i tassi d'interesse migliori. La piattaforma permette agli utenti di confrontare le ipoteche di diversi fornitori e di gestire comodamente tutto online fino alla firma del contratto – su [valuu.ch](https://www.valuu.ch)

o nell'app Valuu. «Ciò vale sia per le ipoteche nuove sia per quelle da rinnovare», spiega Thomas Jakob, responsabile Platform Business. Il vantaggio per i clienti si traduce in un risparmio di tempo e di denaro e nella certezza di ottenere i migliori tassi d'interesse. «Non c'è bisogno di ulteriori negoziazioni», precisa Thomas Jakob. In caso di domande relative alle singole fasi, i clienti possono contattare direttamente gli esperti del centro di competenza di Valuu.

Verso una piattaforma completa

Sebbene Valuu abbia già ampiamente dimostrato la sua validità come piattaforma di intermediazione di ipoteche, PostFinance intende continuare a svilupparla: «Stiamo lavorando alla creazione di altri servizi nei settori dei finanziamenti e delle assicurazioni. Integriamo continuamente nuovi offerenti e funzioni rafforzando così la piattaforma», spiega Thomas Jakob. «Il nostro obiettivo è far diventare Valuu la piattaforma indipendente della Svizzera per il confronto e la stipula di finanziamenti, assicurazioni e prodotti previdenziali».

Far diventare Valuu la **piattaforma indipendente per il confronto e la stipula** di finanziamenti, assicurazioni e prodotti previdenziali.

Thomas Jakob
Responsabile Platform Business

Emergenza coronavirus

Tempi rapidi e zero burocrazia: i crediti COVID-19 per le PMI

PostFinance ha partecipato al programma di aiuti del Consiglio federale: 17'353 clienti commerciali hanno ottenuto, in modo rapido e senza lungaggini burocratiche, un credito transitorio fino a 500'000 franchi per affrontare eventuali problemi di liquidità e difficoltà finanziarie a seguito della crisi causata dal COVID-19.

Da un giorno all'altro, il 17 marzo 2020 tutti i saloni di parrucchiere hanno dovuto chiudere: Marcel Meyer, titolare dell'azienda BLUE BOX Distribution AG, che commercializza prodotti per il settore, si è trovato ad affrontare una sfida del tutto nuova. «Abbiamo temuto di perdere subito gran parte del nostro fatturato», ricorda. Per il personale ha richiesto il lavoro ridotto e si è rivolto a PostFinance per un credito transitorio. Alla mattina Marcel Meyer ha fatto una breve telefonata con il suo consulente clienti, in mezz'ora ha compilato il

modulo di richiesta e al pomeriggio ha ricevuto l'approvazione del credito. «Dato che conosciamo bene i nostri clienti, abbiamo potuto autorizzare le richieste perlopiù rapidamente», afferma Christian Ming. Inoltre, con uno sforzo straordinario, il team di PostFinance ha organizzato in tempi record le procedure in modo da garantire uno svolgimento estremamente rapido dell'iter di verifica – peraltro lavorando da casa.

Marcel Meyers conclude: «Il credito di PostFinance a marzo ci ha dato una certa sicurezza per affrontare i mesi successivi e mantenere i nostri 20 posti di lavoro. Ringrazio la Confederazione e le banche per aver agito in modo così tempestivo tendendo una mano agli imprenditori e, quindi, alla società».

17'353

crediti COVID-19 erogati dal 26 marzo al 31 luglio 2020 che hanno assicurato la liquidità e la **sopravvivenza di molte PMI.**

Retail Banking

Investire denaro – anche con piccoli patrimoni

Mettere da parte denaro – come riserva o per un acquisto importante – può essere una decisione azzeccata. Tuttavia, a causa dei bassi tassi d'interesse, i conti di risparmio non sono più un'opzione interessante. Nel 2020 PostFinance ha presentato quattro possibilità d'investimento con le quali anche chi ha un reddito medio può, sul lungo termine, ottenere di più dal suo patrimonio già a partire da 2000 franchi. E con costi relativamente bassi: la pratica viene gestita perlopiù in formato digitale su e-finance.

«Con le nuove soluzioni, i clienti possono investire nei PostFinance Fonds, in una selezione di fondi emessi da terzi o in exchange traded fund», spiega Daniel Mewes, responsabile

Investment Solutions. Le offerte si differenziano soprattutto per il tipo di assistenza: nell'e-gestione patrimoniale PostFinance gestisce il portafoglio investimenti su mandato dei clienti, nei fondi self-service, invece, questi ultimi se ne occupano autonomamente e senza consulenza personalizzata. Chi desidera investire autonomamente senza rinunciare a un'assistenza professionale può usufruire della consulenza sui fondi Base o della consulenza sugli investimenti Plus. «Con questi servizi offriamo a tutti una soluzione d'investimento appropriata – indipendentemente da quanto tempo si dedichi agli investimenti e da quanta esperienza si abbia con i titoli», precisa Daniel Mewes.



+ Ulteriori informazioni:
postfinance.ch/investire

Personale

La Posta prosegue nella trasformazione del gruppo con la nuova strategia e la nuova organizzazione, restando un datore di lavoro rilevante per 54'364 collaboratrici e collaboratori provenienti da 142 nazioni diverse. Grazie a un utilizzo ancora migliore dell'infrastruttura sono garantiti posti di lavoro in tutte le regioni del paese rendendo ancora più interessanti le oltre 100 professioni esercitate alla Posta.

Con la «Posta di domani» cambia la struttura organizzativa della Posta. L'unità di funzione Personale supporta e accompagna le unità nella trasformazione verso la Posta di domani. Particolare attenzione è rivolta all'ulteriore sviluppo della cultura aziendale, dei valori e delle competenze che ne fanno parte. Tra tutti spiccano la centralità del cliente, il rafforzamento della responsabilità individuale e della sete di conoscenza e la collaborazione trasversale alle unità. La trasformazione sarà attuata gradualmente, nel dialogo con le parti sociali.





Intervista a Valérie Schelker

Collaboratrici e collaboratori forti per la Posta di domani

La Posta punta sullo sviluppo professionale di collaboratrici e collaboratori di tutte le unità per offrire loro nuove prospettive in settori di attività promettenti. L'unità HR risponde all'appello: lancia iniziative che accompagnano la trasformazione e promuove il rendimento individuale.

Il 1° gennaio 2021 è iniziato il nuovo periodo strategico: la Posta vuole trasformare il proprio core business, continuando a crescere e diventando più efficiente e sostenibile. Che cosa significa questo per la sua unità?

Vogliamo accompagnare e sostenere chi ha un ruolo direttivo e il resto del personale dando loro gli strumenti necessari per contribuire all'attuazione della strategia «Posta di domani». Orientiamo quindi l'unità di funzione Personale in modo ancora più sistematico alla trasformazione e alla logica di mercato del gruppo.

In che modo le HR contribuiscono affinché la strategia venga attuata con successo?

Incominciamo nel definire organizzazione e gestione. Ci assicuriamo inoltre che la Posta attiri e si assicuri i servizi di collaboratrici e collaboratori con le competenze e le capacità necessarie. Inoltre intendiamo agire in modo socialmente sostenibile e responsabile.

Quali misure strategiche adottano le HR a livello di organizzazione e gestione?

La persona con ruolo direttivo si trova al centro di tutte le tematiche relative allo sviluppo dell'organizzazione e della cultura aziendale. Il cambiamento di strategia implica nuovi compiti e, di conseguenza, l'adattamento dello stile gestionale alle nuove esigenze. La Leadership Map illustra su quali punti sarà posto l'accento in futuro. In tutto questo vogliamo fare in modo che vi sia spazio alle nuove idee maturate spontaneamente da collaboratrici e collaboratori e rafforzare la capacità e la velocità di azione dell'azienda. Lavoriamo intensamente alla cultura della Posta per garantire il successo promesso dalla nuova strategia.



Valérie Schelker

Responsabile Personale,
membro della Direzione del gruppo

Aiutiamo collaboratrici e collaboratori a dare il proprio contributo all'attuazione della strategia.

In che modo assicurate che la Posta disponga delle collaboratrici e dei collaboratori che le servono?

Per avere la persona giusta nel posto giusto al momento giusto, dobbiamo assicurarci di attirare le collaboratrici e i collaboratori adatti. La nostra eccellente reputazione nel mondo del lavoro ci facilita il compito. Al momento stiamo rivedendo vari percorsi di formazione professionale, ad esempio nella vendita e nell'informatica. Offriamo un ampio ventaglio di prospettive professionali. Per addetti alla logistica, specialisti o per chi si è appena laureato: le opportunità sono molte.

In futuro, quali competenze saranno più importanti per il personale e come saranno incentivate?

Esperienza e conoscenze specialistiche restano fondamentali. Ma la nuova strategia e i nuovi profili professionali richiedono anche nuove competenze e abilità nel campo digitale. Ecco perché mettiamo a disposizione formati di apprendimento e piattaforme di collaborazione digitali. Più di ogni altra cosa, tuttavia, sono richiesti responsabilità individuale, capacità di pensare in modo sistemico e autoriflessione. Sono abilità che promuoviamo anche con una decisa cultura dell'apprendimento e del feedback.

Anche la sostenibilità ha un posto importante nella nuova strategia.

Il ruolo di datore di lavoro socialmente responsabile è un elemento centrale dell'identità della Posta esemplificato da condizioni d'impiego interessanti, attività sensate e una cultura che favorisce l'identificazione e l'impegno del personale. In tutti i settori in cui opera, la Posta si impegna inoltre con coerenza a favore di condizioni d'impiego eque, allettanti ed economicamente sostenibili.

Concludo ricordando che promuoviamo attivamente la diversità, puntiamo sull'inclusione e non tolleriamo la discriminazione.

Cultura di domani

Valorizzare i nostri punti di forza e fornire nuovi impulsi

La strategia del gruppo definisce che cosa farà la Posta nei prossimi anni. Ma decisivo per il suo successo è anche il modo in cui lo farà: come affrontano la situazione le collaboratrici e i collaboratori? Come si comportano? Come interagiscono tra loro? È qui che interviene la nuova cultura.

Affidabilità e orientamento ai processi, esperienza e sicurezza, responsabilità collettiva e umanità: questi sono i valori che hanno caratterizzato ultimamente la cultura della Posta. «Per consentire alla Posta di proseguire sulla via del successo anche in futuro, bisogna definire nuovi orientamenti», sostiene Valérie Schelker, responsabile Personale. «La cultura aziendale ha infatti un ruolo fondamentale nell'attuazione della strategia "Posta di domani" nel mondo reale».

Soluzioni incentrate sul cliente

Valérie Schelker riassume l'essenza della cultura: «Mettiamo al centro il cliente con cuore, coraggio e intelligenza, siamo affidabili nella collaborazione e ci impegniamo nelle piccole e nelle grandi cose». La Posta vuole promuovere la determinazione, l'iniziativa, l'apertura e una maggiore collaborazione trasversalmente all'organizzazione. «Ciò significa anche che tutti noi – chi ha un ruolo direttivo e chi



no – dobbiamo avere il coraggio di mettere in discussione il nostro operato, contribuire con nostre idee, sperimentare e cambiare le procedure».

Per sviluppare la cultura aziendale si sono organizzati workshop con partecipanti da tutte le unità e tutti i livelli che hanno discusso e analizzato valori e comportamenti. La rete Culture Community interna alla Posta ha inoltre lo scopo di aiutare a rompere schemi ormai obsoleti, nonché a ispirare e accelerare la trasformazione.

I nostri tre valori sono una sintesi della nostra cultura.

Incentrata sul cliente – con cuore, coraggio e intelligenza

Apriamo la strada a nuove possibilità per le persone e le aziende in Svizzera grazie a servizi innovativi, moderni e fondamentali. Mettiamo a punto soluzioni in linea con la prospettiva dei nostri clienti. Spirito imprenditoriale, coraggio e cordialità caratterizzano le nostre azioni.

Affidabile – da persona a persona

Soddisfiamo le aspettative nutrite nei nostri confronti con professionalità e siamo un partner degno di fiducia. Una collaborazione basata su efficienza e compartecipazione e un atteggiamento improntato al riconoscimento e al rispetto altrui ci caratterizzano sia nei rapporti interni sia esterni e creano spazio per nuove possibilità.

Impegnata – nel piccolo e nel grande

Agiamo con senso di responsabilità e lungimiranza per la società, le aziende, l'ambiente e le persone. Semplifichiamo la vita ai nostri clienti. Un approccio e un'azione globali e incentrati sulla responsabilità individuale sono il fondamento per lo sviluppo a tutto tondo della Posta.

Sondaggio sul lavoro d'ufficio

Lavoro flessibile: apprezzato e richiesto

Fino alla primavera 2020 la maggior parte del personale d'ufficio svolgeva il proprio lavoro nei locali dell'azienda. L'emergenza coronavirus ha introdotto un cambiamento radicale. La Posta, che da anni incentivava il lavoro da casa, ne ha tratto vantaggio mettendo a disposizione postazioni di lavoro digitali sicure, con applicazioni software basate su cloud.

Come è stato vissuto il cambiamento? Un sondaggio tra collaboratrici e collaboratori riassume i punti chiave: per il lavoro collaborativo l'ufficio è meglio, mentre quando c'è da lavo-

rare in modo concentrato e autonomo in tanti ritengono di essere più produttivi da casa. La maggior parte degli intervistati si augura di avere più possibilità di lavorare da casa anche dopo la pandemia. A questo scopo team interdisciplinari stanno sviluppando nuove condizioni quadro e tool di collaborazione.



Sustainable Development Goals

- 3 Salute e benessere
- 8 Lavoro dignitoso e crescita economica



Emergenza coronavirus

Protezione mirata per il personale

Dai pannelli protettivi nelle filiali ai piani di igiene di AutoPostale, fino alla pianificazione dei team in caso di quarantena: assicurare il servizio universale durante il lockdown e la seconda ondata della pandemia è stata una grande prova di forza nella quale, tuttavia, la priorità numero uno è sempre stata proteggere il personale.

Agli sportelli, nel recapito, nella spartizione, nel trasporto dei viaggiatori o nel lavoro da casa, le nuove procedure e le misure di sicurezza introdotte da marzo 2020 sono state e sono tutt'ora molto impegnative per il personale della Posta. In molti hanno prestato servizi straordinari per sostituire colleghe e colleghi rimasti a casa per assistere i figli, oppure perché appartenenti a gruppi a rischio o malati. Altri hanno cambiato temporaneamente lavoro. «All'inizio della crisi è stato difficile trovare risposte a domande sempre nuove sulla protezione dei nostri team», spiega Philip Pätzold, responsabile Recapito PostMail. «La distribuzione del carico di lavoro è stata una di queste». Nel recapito dei pacchi, ad esempio, c'era molto più da fare, mentre nell'organizzazione eventi molto meno. La Posta ha subito creato una borsa lavoro che è stata riattivata anche durante la seconda ondata della pandemia. 100 persone di varie unità hanno così potuto andare in aiuto di colleghe e colleghi, soprattutto dell'accettazione, della spartizione e del recapito.

Protezione fisica e nuove procedure

Per proteggere le collaboratrici e i collaboratori servivano soluzioni specifiche: nella preparazione degli invii dei centri lettere sono stati montati pannelli in plexiglas tra postazioni di

lavoro opposte. Nelle filiali con sportelli aperti abbiamo installato pannelli protettivi e in tutte le filiali abbiamo applicato una segnaletica sul pavimento. Dall'inizio della pandemia di COVID-19 alla fine dell'anno, inoltre, sono stati distribuiti circa 54'000 litri di disinfettante.

Il personale addetto al recapito ha rispettato le distanze e firmato le raccomandate sul proprio scanner in presenza dei destinatari. Per quanto riguarda la posta-pacchi, si sono dovuti ripensare i processi di lavoro, anche perché a causa delle regole sul distanziamento i furgoni potevano essere caricati da una sola persona. Per un certo periodo non si sono più consegnati invii ingombranti, per i quali sarebbero occorse due persone. Come misura precauzionale a causa dei casi di quarantena, molti team dell'esercizio sono stati divisi.

Anche AutoPostale ha dovuto riorganizzare i processi: oltre ai radicali cambiamenti dell'orario su tutte le 900 linee, si sono dovute introdurre nuove misure igieniche. Per proteggere il personale conducente, tra le altre cose, si è chiusa la porta anteriore e sbarrata la prima fila di sedili. In seguito alla chiusura di tutte le zone clienti, PostFinance è passata alle consulenze telefoniche e al Live Support tramite e-finance e il sito.

Adempiere al **mandato di servizio universale** e **proteggere** collaboratrici e collaboratori: due obiettivi apparentemente inconciliabili.

Valérie Schelker
Responsabile Personale



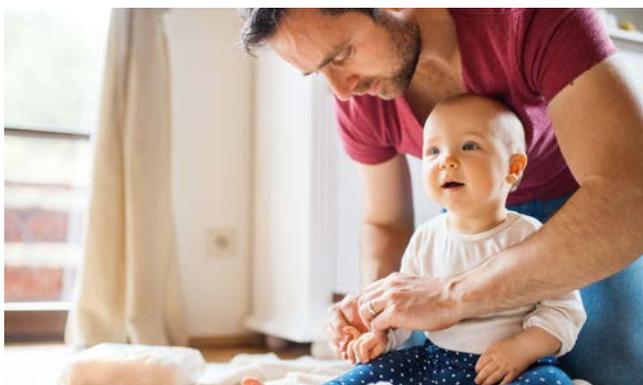
Sustainable Development Goals

- 3 Salute e benessere
- 8 Lavoro dignitoso e crescita economica

Contratto collettivo di lavoro Posta

Moderno e in linea con le esigenze familiari

Con il suo CCL la Posta assume un ruolo di apripista come datore di lavoro mettendo al centro temi come condizioni d'impiego in linea con le esigenze familiari e conciliabilità tra lavoro e vita privata. Il congedo maternità retribuito di 18 settimane è ampliato con il diritto a sei settimane di congedo non pagato, mentre il congedo paternità retribuito viene portato da due a quattro settimane, entrambi applicabili anche in caso di adozione o di partner di sesso femminile di una madre. Il diritto alla non reperibilità favorisce i momenti di recupero quando non si lavora. La possibilità di definire giorni liberi per il personale a tempo parziale che lavora secondo il piano di impiego, facilita la pianificazione degli impegni extra-lavorativi. Azienda del servizio pubblico, la Posta rappresenta la popolazione in tutta la sua diversità. Si impegna quindi a favore della parità salariale e nel nuovo CCL ha ampliato l'articolo sulla parità di trattamento e la protezione contro la discriminazione. È stato incrementato il premio fedeltà per le collaboratrici e i collaboratori di lunga data. Il nuovo



CCL Posta è in vigore dal 1° gennaio 2021 per La Posta Svizzera SA, Posta CH SA, Posta CH Rete SA e Posta CH Comunicazione SA.



Sustainable Development Goals

- 3 Salute e benessere
- 8 Lavoro dignitoso e crescita economica

Pag. 61

Il nuovo **CCL: rispettoso** della **diversità** dei membri del personale

Tecnologia dell'informazione e della comunicazione (ICT)

Specialisti ICT: la Posta promuove i giovani

Uno studio dell'ICT Formazione professionale Svizzera mostra come il fabbisogno di specialisti ICT stia crescendo enormemente. Questo settore cresce quattro volte più velocemente della media delle altre professioni. Come terzo maggiore datore di lavoro della Svizzera nel settore IT, con una varietà di interessanti profili professionali, la Posta rischia di non trovare forza lavoro qualificata.

«Le tecnologie moderne ci aprono la porta al futuro» spiega Laetitia Henriot Arsever, responsabile Technology. «Servizi online per i clienti, Data Science, Smart City, Internet of Things, blockchain: per garantire un servizio universale digitale 24 ore su 24 dipendiamo da specialisti ICT di alto livello».

Per evitarne la carenza, la Posta investe in formazione e perfezionamento, offrendo ogni anno 65 posti di formazione ICT. L'ICT Campus e l'ICT Academy della Posta, insieme al Competence Center for Young Professionals (CCYP) di PostFinance, sono vere e proprie fucine di talenti e trampolini di lancio per nuove carriere. Con il programma bug bounty, la Posta punta inoltre sulla trasparenza e sulla cooperazione con la comunità IT. Nel 2020 la Posta ha inoltre lanciato una campagna di Employer Branding per dare più notorietà al mondo IT della Posta.



Sustainable Development Goal

- 8 Lavoro dignitoso e crescita economica

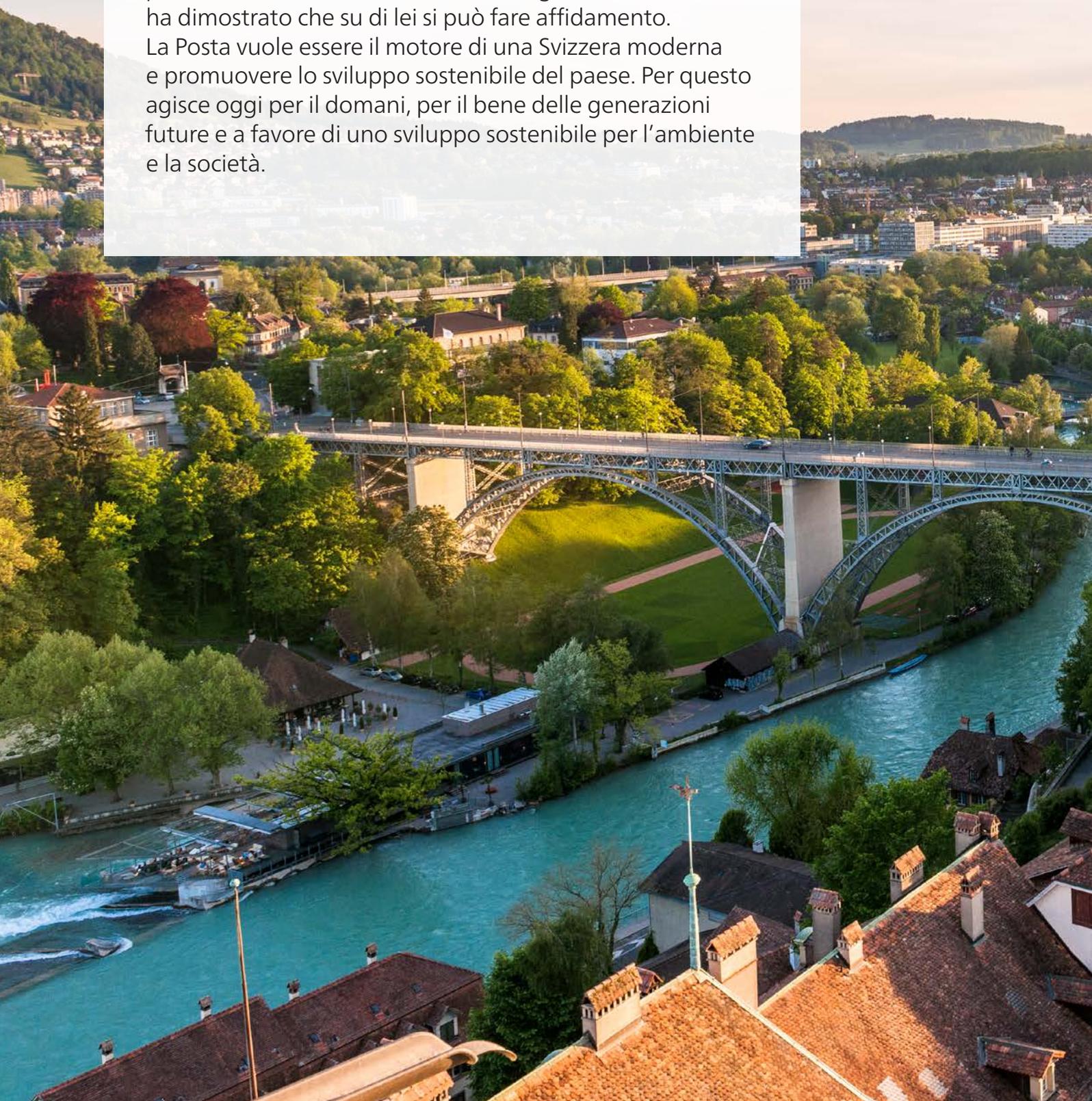
Pag. 61



La Posta offre 65 posti di formazione ICT ogni anno.

Servizio pubblico, società e ambiente

La Posta genera valore aggiunto per l'economia e la società svizzere e autofinanzia un servizio pubblico di prim'ordine. Nel 2020, durante l'emergenza sanitaria, ha dimostrato che su di lei si può fare affidamento. La Posta vuole essere il motore di una Svizzera moderna e promuovere lo sviluppo sostenibile del paese. Per questo agisce oggi per il domani, per il bene delle generazioni future e a favore di uno sviluppo sostenibile per l'ambiente e la società.







Servizio pubblico

Un'infrastruttura a prova di crisi per la Svizzera

La Posta è presente ogni giorno in tutte le regioni, anche quelle più remote, e offre ovunque gli stessi servizi agli stessi prezzi. Con la propria infrastruttura contribuisce in modo determinante al buon funzionamento delle attività quotidiane, anche durante l'emergenza.

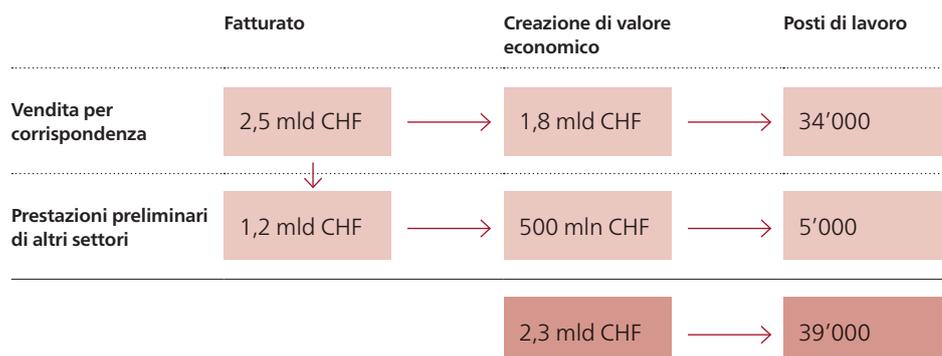
Una bicicletta, terriccio per il giardino o dei nuovi jeans: dal 17 marzo 2020, quando è iniziato il lockdown di sette settimane in Svizzera, articoli come questi si potevano acquistare solo online. Con negozi, ristoranti e strutture per il tempo libero chiusi, tante persone in Svizzera hanno acquistato merci e prodotti tramite la vendita per corrispondenza.

In pochissimo tempo e con grande efficienza, molti piccoli negozi hanno aperto shop online assicurandosi così la sopravvivenza.

Per tutti, sempre e ovunque

Senza l'efficace rete infrastrutturale della Posta tutta questa merce sarebbe rimasta nei negozi e nei magazzini. Durante le sette settimane di lockdown la Posta ha garantito la consegna della bicicletta dal negozio nell'Emmental al cliente a Poschiavo o dei jeans a Zurigo Seefeld. La Posta ha spartito in media e consegnato ai destinatari oltre 850'000 pacchi al giorno. Nonostante il personale malato o in quarantena e nonostante le limitazioni dovute alle regole di igiene e di distanziamento, è

Durante il lockdown 25 milioni di pacchi hanno rappresentato il 3% della performance economica¹



¹ Stime della Posta basate sui dati dell'UST, senza effetti indotti



stato possibile garantire anche la lavorazione e il recapito. La Posta ha continuato a servire integralmente i 4 milioni di economie domestiche, anche quelle lontane dai grandi insediamenti e quelle che svolgono le operazioni postali sulla porta di casa grazie al servizio a domicilio.

Anche le filiali sono rimaste per lo più aperte. Seppur distanziato, il personale ha continuato a occuparsi regolarmente delle operazioni postali e del traffico dei pagamenti, rimanendo personalmente a disposizione dei clienti. Gestore di sistema su strada, AutoPostale ha continuato a trasportare i passeggeri rimasti su tutta la rete, pur con un orario ridotto, anche nelle località periferiche.

Fondamentale per la vendita per corrispondenza

Grazie a tutte le merci ordinate e consegnate, la vendita per corrispondenza ha realizzato circa 2,5 miliardi di franchi di fatturato. Il valore creato grazie alla Posta durante il lockdown per le ditte di vendita per corrispondenza e i loro fornitori, ovvero 2,3 miliardi di franchi, si aggira intorno al 3% del PIL. La Posta ha anche contribuito a garantire circa 34'000 posti di lavoro nella vendita per corrispondenza e 5000 nei settori a valle.



Sustainable Development Goal
9 Industria, innovazione e infrastrutture

Pag. 61

Solidarietà

Francobollo COVID-19: un grande successo

Con il francobollo «COVID-19 Solidarietà» dal 6 aprile 2020 la Posta ha lanciato un segno di solidarietà e fiducia nel futuro. Un francobollo singolo costa 5 franchi ed è disponibile in fogli da 10 per 50 franchi, con valore facciale a carico della Posta.

L'intero ricavato sarà diviso a metà tra la Caterna della Solidarietà e la Croce Rossa Svizzera. Con questi fondi le organizzazioni sosterranno, tra l'altro, servizi di consegna o di trasporto e assistenza per gruppi a rischio e famiglie, o progetti come mense per i senzatetto.

I clienti della Posta hanno dato prova di grande solidarietà: per la fine del 2020 sono

infatti stati raccolti 2,8 milioni di franchi. 560'000 francobolli applicati sulle buste hanno circolato per tutta la Svizzera, da Ginevra a San Gallo, da Chiasso a Basilea, trasmettendo un importante segnale di unità.

«Con la Svizzera al centro di un globo luminoso, il francobollo vuole simboleggiare anche la solidarietà vissuta durante la pandemia di coronavirus» spiega Alexandra Steiner dell'atelier Nulleins Kommunikationsdesign di Berna che ha creato il dentello. Il soggetto è nato in soli sei giorni: diversi grafici e grafiche hanno collaborato alla sua ideazione, ciascuno lavorando da casa. Un progetto comune, ma realizzato a distanza.



2,8 mln

di franchi ricavati dalla vendita del francobollo COVID-19 nel 2020



Invii per elezioni e votazioni

La Posta consegna la democrazia a domicilio

20 mln

di buste per elezioni e votazioni trasportate dalla Posta ogni anno

5 mln

di buste elettorali trattate dalla Posta nell'arco di una settimana in occasione delle elezioni federali

2000 tonnellate

di materiale elettorale trasportato dalla Posta in occasione delle elezioni federali

Gli invii per elezioni e votazioni sono fondamentali per la democrazia diretta. Ogni anno la Posta trasporta 20 milioni di queste lettere alle elettrici e agli elettori. È un'impresa logistica notevole: in poco tempo bisogna accettare, spartire e recapitare tutti gli invii in tutta la Svizzera.

Con la scheda di voto le elettrici e gli elettori decidono le sorti della politica in Svizzera. Compito della Posta è garantire il recapito affidabile delle buste contenenti i documenti. A tal fine offre a Cantoni e Comuni il servizio «invio per elezioni e votazioni», studiato in modo specifico per i documenti elettorali e di voto ufficiali. Questa offerta, ad esempio, riduce al minimo il rischio di danneggiamento della speciale busta andata-e-ritorno.

Due settimane di spartizioni non stop

Trasportare gli invii per elezioni e votazioni in aggiunta a tutte le altre lettere e pacchi richiede uno sforzo logistico davvero impressionante: in occasione delle ultime elezioni federali, ad esempio, in una settimana è stato necessario trattare più di cinque milioni di buste elettorali. Per garantire questo servizio, le

spartitrici della Posta hanno funzionato giorno e notte per quasi due settimane. Anche le postine e i postini hanno dato prova di prestazioni eccezionali, consegnando alle elettrici e agli elettori le lettere con i documenti elettorali che, nel caso delle elezioni parlamentari, pesano fino a mezzo chilo. Complessivamente hanno recapitato entro i termini previsti circa 2000 tonnellate di materiale elettorale, equivalenti a quasi 400 autocarri o vagoni di buste. Ma il lavoro della Posta non si ferma al recapito. Più della metà dei voti viene espressa per corrispondenza, quindi a ogni votazione circa un milione di buste giunge alle urne per posta.



Sustainable Development Goal

9 Industria, innovazione e infrastrutture



Sostenibilità

Adesione agli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'ONU

Agiamo oggi per il domani, per il bene delle generazioni future e a favore di uno sviluppo sostenibile per il nostro ambiente e la nostra società. Adempiendo al suo mandato di servizio universale, la Posta, colonna portante della mobilità, contribuisce in modo significativo al raggiungimento degli obiettivi per lo sviluppo sostenibile (Sustainable Development Goals) definiti dall'ONU nell'ambito dell'Agenda 2030.

Entro il 2030 devono essere raggiunti 17 obiettivi e 169 sotto-obiettivi per vincere le sfide più urgenti del mondo.

La Posta può intervenire in particolare su sei obiettivi ed è soprattutto su questi che concentra i propri sforzi (cfr. tabella sottostante).



Impegno su sei Sustainable Development Goals

3 SALUTE E BENESSERE
Salute e benessere

Garantire una vita sana e promuovere il benessere di tutti a tutte le età.

Il nostro contributo nel 2020

- Il 46% di tutti i veicoli è dotato di motori alternativi, silenziosi e a basse emissioni.
- Training di guida sicura per conducenti riducono gli incidenti stradali.
- Con misure preventive la Posta mantiene basso il tasso di incidenti e sensibilizza il personale in materia, anche al di fuori del contesto lavorativo.

7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE
Energia pulita e accessibile

Garantire l'accesso all'energia a prezzo accessibile, affidabile, sostenibile e moderna per tutti.

Il nostro contributo nel 2020

- La Posta ha aumentato l'efficienza di CO₂ del 29,8% rispetto al 2010 e, dal 2040 in poi, vuole diventare clima neutrale.
- I circa 6000 veicoli per il recapito a tre ruote, i 97 furgoni elettrici e i 58 autopostali ibridi della Posta funzionano a energia ecologica. Presso la sede di Amriswil si utilizzano esclusivamente veicoli elettrici e nell'hub di logistica cittadina Zürich Enge il recapito è totalmente a emissioni zero.

8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA
Lavoro dignitoso e crescita economica

Promuovere una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, la piena occupazione e il lavoro dignitoso per tutti.

Il nostro contributo nel 2020

- 19'000 posti di lavoro nella periferia
- 1863 posti di formazione
- Misure di integrazione per persone con disabilità
- 10 contratti collettivi di lavoro con standard elevati in materia di non discriminazione, salute e parità salariale. La differenza salariale non giustificabile è del -2,2%. Il 44,1% del personale è costituito da donne.

9 INDUSTRIALIZZAZIONE E INFRASTRUTTURE
Industria, innovazione e infrastrutture

Costruire un'infrastruttura resiliente, promuovere l'industrializzazione inclusiva e sostenibile e sostenere l'innovazione.

Il nostro contributo nel 2020

- Per la quarta volta l'Unione postale universale ha eletto la Posta svizzera la migliore azienda postale del mondo. I servizi digitali come WebStamp, Il pane per posta, Recapito di prodotti regionali o i 183 sportelli automatici My Post 24 vengono continuamente potenziati.
- Su 936 linee, AutoPostale trasporta ogni giorno circa 350'000 persone.

11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI
Città e comunità sostenibili

Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, resilienti e sostenibili.

Il nostro contributo nel 2020

- AutoPostale punta sempre più su sistemi di propulsione alternativi.
- Il 50% circa dei veicoli possiede motori alternativi e tutte le emissioni di CO₂ degli invii in Svizzera sono compensate. La sede di Amriswil impiega esclusivamente veicoli elettrici e nell'hub di logistica cittadina di Zurigo il recapito è a emissioni zero.
- La Posta promuove il recupero dei materiali e il recapito regionale.

12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI
Consumo e produzione responsabili

Garantire modelli di consumo e produzione sostenibili.

Il nostro contributo nel 2020

- La Posta ricicla gli abiti da lavoro usati e ritira capsule di caffè, router, bottiglie in PET e materiali d'imballaggio per renderne possibile un trattamento appropriato.
- Nella valutazione indipendente condotta da EcoVadis sulla sua gestione aziendale, la Posta ha ottenuto il rating «Platinum», il massimo riconoscimento possibile.
- La Posta informa in modo trasparente e completo in merito agli aspetti della sostenibilità.

Informazioni sul rendiconto

Struttura dei documenti

Il rendiconto 2020 della Posta comprende i seguenti documenti:

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

Questi documenti possono essere scaricati in formato elettronico all'indirizzo posta.ch/rapportodigestione, dove è possibile consultare la versione online del Rapporto di gestione. Il Rapporto annuale della Posta e il Rapporto di gestione di PostFinance SA sono inoltre disponibili in formato cartaceo.

Lingue

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

Ordinazione

La versione su carta del Rapporto di gestione della Posta può essere ordinata su posta.ch/ordinazione-rapportodigestione. Il personale della Posta può ordinarne copie tramite i canali abitualmente utilizzati per l'ordinazione di stampati.

Colophon

Editrice e ufficio di contatto

La Posta Svizzera SA
Wankdorffallee 4
Casella postale
3030 Berna
Svizzera

N. tel. +41 58 338 11 11
Contatto per i media +41 58 338 13 07
posta.ch

Concezione e gestione del progetto

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

Testi

Redazione Posta, Berna
Sandra Schindler, Mareike Fischer, Beat Büchler e
Katharina Hodel, Klarkom AG, Berna

Fotografie

Comunicazione Posta e altre fonti

Layout e composizione

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

Revisione e traduzioni

Servizio linguistico Posta, Berna

Stampa

Stämpfli SA, Berna

Sulla carta

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

Cifre degli ultimi cinque anni

		2016	2017	2018	2019	2020
Risultato						
Ricavi d'esercizio	mln di CHF	8'188	8'064	7'254	7'168 ¹	7'054
conseguiti sul libero mercato	% dei ricavi d'esercizio	85,8	85,7	84,8	85,4	85,9
conseguiti all'estero e in zone transfrontaliere	% dei ricavi d'esercizio	13,7	14,3	14,6	14,8	14,2
Risultato d'esercizio	mln di CHF	704	718	505	450	272
conseguito sul libero mercato	% del risultato d'esercizio	93,5	86,7	72,5	75,1	69,9
conseguito all'estero e in zone transfrontaliere	% del risultato d'esercizio	9,1	11,4	18,0	14,9	22,8
Utile del gruppo	mln di CHF	558	527	404	255	178
Capitale proprio	mln di CHF	4'744	6'583	6'759	6'834	6'906
Creazione di valore						
Valore aggiunto aziendale	mln di CHF	122	102	-24	-17	-101
Creazione di valore aggiunto	mln di CHF	5'145	5'143	4'613	4'616	4'521
per i collaboratori	mln di CHF	4'034	3'989	3'802	3'764	3'833
per i finanziatori terzi	mln di CHF	64	48	48	75	52
per l'amministrazione pubblica	mln di CHF	118	63	42	32	33
per la proprietaria	mln di CHF	200	200	200	50	50
per l'azienda	mln di CHF	729	843	521	695	553
Impieghi						
Organico (senza personale in formazione)	unità di personale	43'485	42'316	39'932	39'670	39'089
Personale in formazione in Svizzera	persone	2'118	2'115	2'001	1'894	1'863
Impieghi nelle regioni periferiche	persone	18'176	17'640	16'765	16'073	15'655
Tasso di fluttuazione (partenze volontarie)	in % dell'organico medio	4,0	4,8	5,5	5,1	4,1
Licenziamenti dettati da motivi economici	persone	84	161	152	105	73
Rapporti d'impiego, salari e indennità						
Assunzione in base al CCL Posta	unità di personale in %	85,6	85,6	85,2	86,1	85,8
Salario minimo CCL Posta	CHF all'anno	47'620	47'620	47'620	47'620	47'820
Salario medio dei collaboratori	CHF all'anno	82'231	83'178	83'383	82'741	83'636
Remunerazione media dei membri della Direzione del gruppo	CHF all'anno	588'377	559'044	588'916	582'289	575'822
Forbice salariale ²	fattore	7,2	6,7	7,1	7,0	6,9
Gestione della salute						
Infortuni professionali	quantità ogni 100 unità di personale	5,9	6,5	6,0	6,4	6,1
Giorni di assenza dovuti a malattie e infortuni	giorni per collaboratrice/collaboratore	12,5	12,9	13,1	13,3	13,3
Diversità						
Donne	% di persone	48,1	47,5	46,3	45,0	44,1
Nazioni rappresentate	quantità	143	140	138	140	142
Donne nel Consiglio di amministrazione	%	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3
Donne nella Direzione del gruppo	%	11,1	20,5	22,9	11,1	11,1
Donne nei quadri superiori	%	12,3	13,4	16,0	17,1	19,8
Donne nei quadri medi e inferiori	%	24,2	23,9	23,2	23,8	22,3
Demografia						
Età media del personale	anni	45,6	46,0	46,1	46,1	46,0
Consumo di risorse³						
Fabbisogno energetico	GWh	1'491	1'453	1'479	1'420	1'388
fabbisogno energetico all'interno della Posta	GWh	905	887	902	826	799
da fonti rinnovabili	%	19,3	19,6	20,4	21,0	22,0
fabbisogno energetico all'esterno della Posta	GWh	586	567	578	594	589
Impatto climatico (margine 1-3)³						
Impatto climatico	t di CO ₂ equivalenti	446'151	436'550	439'955	422'748	408'405
Aumento dell'efficienza di CO ₂ dal 2010 ⁴	%	16,5	19,6	20,4	27,6	29,8

¹ Valore rettificato (cfr. allegato alla chiusura annuale del gruppo 2020, «Principi di presentazione dei conti», «Adeguamento della presentazione dei conti»)

² Fattore = retribuzione media dei membri della Direzione del gruppo rispetto al salario medio dei collaboratori

³ Valori rettificati per il 2019: i dati specifici delle società del gruppo acquisite nel periodo 2013-2019 sono stati registrati a posteriori con effetto retroattivo per il 2019, in quanto il 2019 funge da anno base per gli obiettivi 2024-2030. Per gli anni dal 2013 al 2018 non ha avuto luogo alcuna registrazione a posteriori.

⁴ L'aumento di efficienza di CO₂ è misurato come variazione dell'equivalente di CO₂ per servizio di base nell'anno di esercizio rispetto all'anno di riferimento. Il servizio di base è definito secondo l'unità (invio, transazione, passeggeri-chilometro, chilometro, unità di personale ecc.).

071.44 it (238268) 03.2021

La Posta Svizzera SA
Wankdorffallee 4
Casella postale
3030 Berna
Svizzera

N. tel. +41 58 338 11 11
posta.ch

LA POSTA 