



2023

**Sviluppiamo oggi
il servizio pubblico
di domani**

Rapporto annuale
2023



Sviluppiamo oggi il servizio pubblico di domani

Centralità del cliente, affidabilità, impegno



7279 mln

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



1647 mln

di **lettere** sono state recapitate dalla Posta in Svizzera, ossia il 5,6% in meno rispetto all'anno precedente.



104 mld

di franchi è la **giacenza media del patrimonio clienti** presso **PostFinance**, in calo dello 0,5%.



76 punti

La **soddisfazione della clientela** è elevata e si attesta a 76 punti (scala 0-100).



254 mln

di franchi è l'importo a cui ammonta l'**utile del gruppo**, in calo di 41 milioni rispetto all'anno precedente.



185 mln

è il numero di **pacchi** consegnati dalla Posta in Svizzera, ossia il 4,6% in meno rispetto all'anno precedente.



175 mln

è il numero di **persone** trasportate da AutoPostale, ossia l'11,9% in più dell'anno precedente.



62,4%

è la percentuale di **veicoli** nel **recapito** dotati di **motori alternativi**.

Prefazione	2
Eventi importanti	4
Consiglio di amministrazione e Direzione del gruppo	6
Risultato operativo	8
Risultato finanziario	10
Risultati non finanziari	11
Strategia	12
La Posta di domani	13
Intervista a Christian Levrat e Roberto Cirillo	14
Digitalizzazione e servizio pubblico	18
Mercati	20
Logistica	22
Comunicazione	24
Rete	26
Mobilità	28
Servizi finanziari	30
Personale	32
Tecnologia e innovazione	36
Responsabilità	40
Cifre degli ultimi cinque anni	45

Il presente **Rapporto annuale** è completato da un **Rapporto finanziario** (relazione annuale, Corporate Governance e chiusura annuale) e dal **Rapporto non finanziario**. Questi documenti possono essere consultati in formato elettronico nella versione online del Rapporto di gestione.
 → rapportodigestione.posta.ch

175 anni



**La Posta
come motore
della Svizzera
moderna**



175
Jahre ans anni

La Posta in cifre

7279 mln
di franchi di ricavi
d'esercizio

254 mln
di franchi di utile
del gruppo

47'368
collaboratrici e colla-
boratori in tutto
il mondo, di cui il 97%
in Svizzera

Più di
1,25 mld
di franchi versati dalla Posta alla
Confederazione sotto forma di
dividendi negli ultimi dieci anni

Circa
48 mln
di franchi di imposte sugli utili e sul
capitale pagate dalla Posta in Svizzera

104 mld
di franchi di patri-
monio clienti
(PostFinance)

3,877 mln
di conti clienti
(PostFinance)

1844
persone in
formazione

22,5%
di donne nelle
posizioni di
quadro

85 punti
«Riconosco il
senso stesso
del mio lavoro»
(scala 0-100)

Circa
46'000
persone lavorano alla Posta
in tutti i Cantoni e in 804 dei
2136 comuni della Svizzera.

Oltre
1300
collaboratrici e colla-
boratori nell'unità
Informatica/
Tecnologia

Circa
2,7 mld
di franchi spesi dalla Posta
per acquisti di merci e servizi
da fornitori in Svizzera

605 mln
di franchi di
investimenti

1,986 mln
di clienti con
accesso a e-finance

1898
località con servi-
zio a domicilio

578
comuni collegati
alla rete dei trasporti
pubblici svizzeri solo
tramite AutoPostale

2317
autopostali,
di cui 72 elettrici
o ibridi diesel

136 mln
di chilometri per-
corsi in un anno
(AutoPostale)

175 mln
di passeggeri
(AutoPostale)

821
Postomat

2006
filiali a disposizione
della clientela in Svizzera,
di cui 769 gestite da perso-
nale della Posta
e 1237 da partner

221
punti clienti
commerciali

232'044
caselle postali

Il **60%**

delle svizzere e degli svizzeri all'estero che ha partecipato alle elezioni nazionali ha espresso il proprio voto in modalità elettronica utilizzando il sistema online della Posta.

2,3 mln

di invii spediti tramite la piattaforma di comunicazione ePost

100%

di corrente da fonti rinnovabili

37

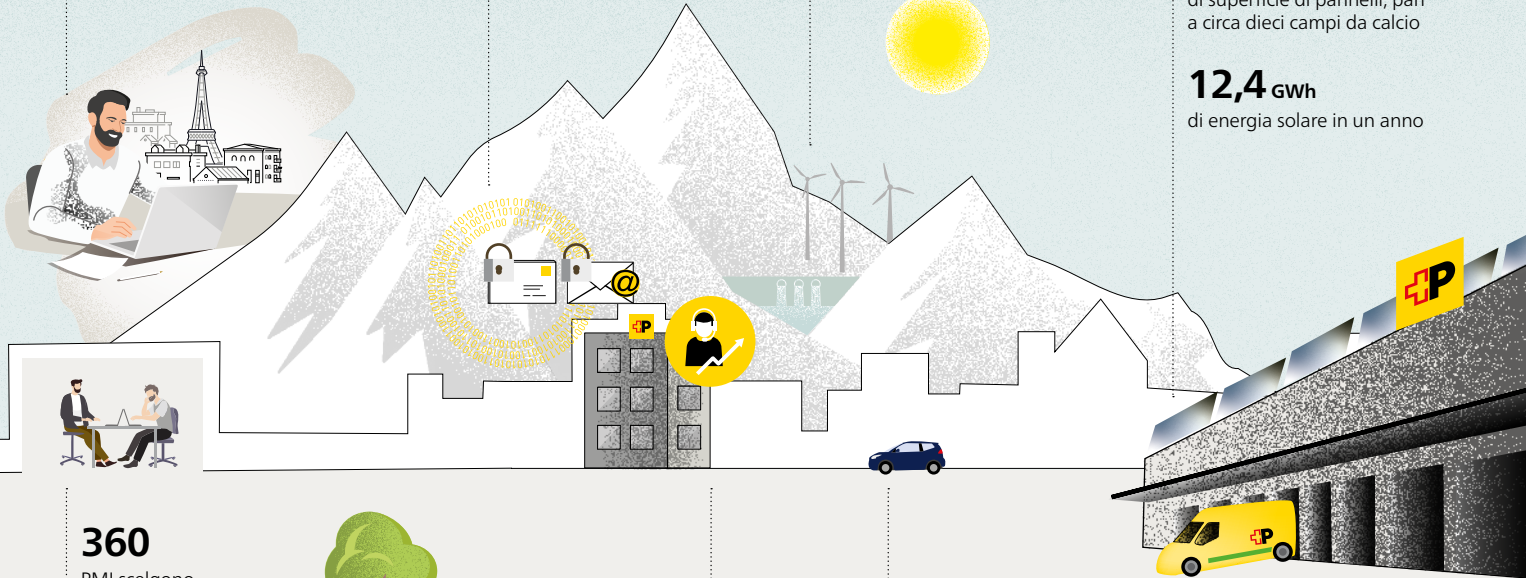
impianti fotovoltaici

77'700 m²

di superficie di pannelli, pari a circa dieci campi da calcio

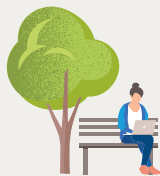
12,4 GWh

di energia solare in un anno



360

PMI scelgono le soluzioni di cibersecurity della Posta.



Oltre

2 mln

di richieste della clientela elaborate dal Contact Center ogni anno, 300'000 tramite chatbot.

Oltre

25'000

veicoli gestiti (Posta e clienti commerciali terzi), di cui oltre 7400 elettrici, la più grande flotta di questo tipo in Svizzera (Post Company Cars)

59,6%

di superfici immobiliari di proprietà riscaldate con energie rinnovabili

5900

clienti commerciali registrati a ePost

4,18 mln

di utenti si affidano alla soluzione di login SwissID.

100%

di invii trasportati compensando le emissioni di CO2 prodotte

Circa

4 mln

di economie domestiche servite ogni giorno dalla Posta

185 mln

di pacchi

14'199

bucche delle lettere

275

sportelli automatici My Post 24

76 punti

nella soddisfazione della clientela (scala 0-100)

Presso

563

punti My Post Service è possibile ritirare e spedire pacchi in modo flessibile.

Il **62,4%**

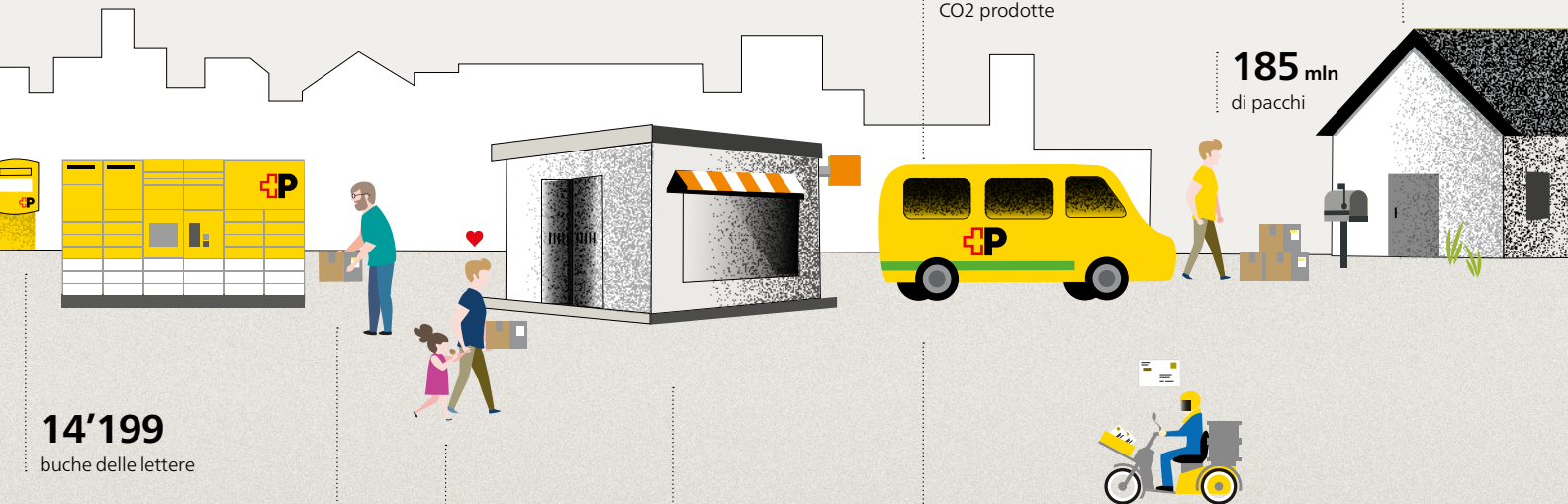
dei veicoli per il recapito è dotato di motori alternativi (degli 11'069 mezzi a tre e quattro ruote complessivi, 6917 sono elettrici).

1647 mln

di lettere

1246 mln

di invii non indirizzati



Prefazione

Christian Levrat
Presidente del Consiglio di amministrazione



Roberto Cirillo
Direttore generale



**La Posta cambia per rispondere
al meglio alle esigenze della
clientela.**

Christian Levrat
Presidente del Consiglio di amministrazione

Gentili Signore e Signori,

il 2023, che si è da poco concluso, è stato un anno impegnativo, segnato dall'inflazione e dal conseguente calo della fiducia delle consumatrici e dei consumatori, dalla flessione dei volumi delle lettere e dei pacchi e dalla diminuzione delle operazioni allo sportello. Contestualmente, però, nei dodici mesi che ci lasciamo alle spalle abbiamo compiuto grandi passi avanti, rafforzando le basi per il futuro e conseguendo importanti traguardi strategici in tutte le unità. La Posta cambia per rispondere al meglio alle esigenze della clientela, di oggi e di domani, e lo fa continuando a garantire la migliore qualità del mondo a livello dei prodotti del servizio universale, più precisamente dei servizi offerti nei comparti lettere, pacchi e traffico dei pagamenti. Le misure previste dalla strategia «Posta di domani» rivelano la loro efficacia, e anche il risultato finanziario lo conferma: gli interventi operati sul fronte delle tariffe e dell'efficienza, le acquisizioni mirate e le aperture della rete contrastano la contrazione dei volumi degli invii e delle transazioni allo sportello, pur non riuscendo tuttavia a neutralizzarne completamente gli effetti.

Nonostante le criticità del contesto in cui operiamo, il risultato finanziario con cui chiudiamo il 2023 è comunque in linea con le aspettative. Per confermare il nostro successo nel lungo periodo continueremo a crescere e investire nei settori in cui emergono nuove esigenze e a ripensare e ottimizzare l'offerta in quelli in cui registriamo un calo della domanda. In tale ottica è fondamentale non perdere slancio e proseguire con coerenza sulla via intrapresa. Solo una Posta forte, infatti, crea valore aggiunto per la clientela ed è in grado di fornire i migliori servizi possibili. Il nostro obiettivo è proprio questo: fornire un servizio pubblico rilevante, finanziato con fondi propri, senza gravare sulle e sui contribuenti. Solo così potremo garantire che, anche in futuro, la Posta sia un punto di riferimento per la Svizzera, la sua popolazione e le imprese e le organizzazioni che hanno sede nel nostro paese.



Anche il risultato finanziario conferma l'efficacia delle misure previste dalla strategia «Posta di domani».

Roberto Cirillo
Direttore generale

Christian Levrat
Presidente del Consiglio di amministrazione

Roberto Cirillo
Direttore generale

Eventi importanti 2023

Nell'anno in esame la Posta ha investito in segmenti di mercato interessanti e nell'incremento dell'efficienza, ha sviluppato soluzioni innovative per rispondere a nuove esigenze della clientela e ha compiuto passi avanti nel campo della sostenibilità. Una carrellata sui principali traguardi raggiunti.

3.01.2023

La Posta rafforza il collegamento logistico tra la Svizzera e i paesi confinanti grazie all'acquisizione delle aziende di trasporto Gaiser e Nolden.

→ Pag. 22

4.04.2023

Rilevando SPOTME, la Posta investe nella comunicazione sicura e affidabile per la clientela commerciale.

→ Pag. 24

5.04.2023

Le e i bernesi possono ricevere la corrispondenza dal Cantone nella cassetta delle lettere digitale.

→ Pag. 24



1.02.2023

A Zurigo e Berna la Posta recapita solo con veicoli elettrici: un traguardo importante per la logistica sostenibile.

→ Pag. 23

24.03.2023

La Posta apre un nuovo centro pacchi regionale a Pratteln (BL).

→ Pag. 22

20.04.2023

La Posta lancia il nuovo logo, più semplice e moderno.

→ posta.ch/nuovo-logo

7.06.2023

A Wallisellen la Posta introduce una tecnologia robotica ultramoderna per smistare i pacchi.

→ Pag. 22





21.06.2023

In 72 filiali della Posta sono disponibili ora offerte della compagnia assicuratrice AXA.

→ Pag. 26

22.06.2023

La Posta riceve il sigillo di qualità: la Science Based Targets initiative (SBTi) approva l'obiettivo climatico dell'azienda.

→ Pag. 41



3.07.2023

La Posta rafforza la propria rete nella regione economica francese grazie all'acquisizione dell'ex partner logistico alsaziano Portmann.

→ Pag. 22

24.07.2023

Obiettivo net zero entro il 2040: rimuovere attivamente le emissioni residue di CO₂ dall'atmosfera tramite la gestione forestale.

→ Pag. 42

6.07.2023

In accordo con il Sorvegliante dei prezzi, dal 1° gennaio 2024 la Posta aumenta le tariffe.

→ Pag. 17

4.07.2023

Grazie al know-how di terreActive SA, la Posta amplia le sue competenze nell'ambito della cibersicurezza.

→ Pag. 39



3.08.2023

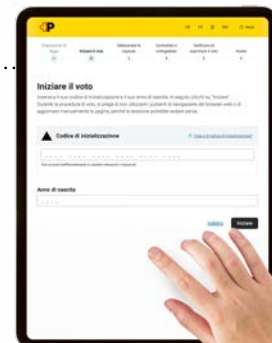
AutoPostale e le FFS testano l'uso della corrente di trazione per ricaricare gli autopostali elettrici a Gelterkinden. L'impianto pilota entrerà in funzione nel 2025.

→ Pag. 29

16.08.2023

Superato con successo il test di resistenza e la nuova fase di sviluppo, il sistema di voto online della Posta debutta alle elezioni nell'autunno 2023.

→ Pag. 25



28.09.2023

La Posta digitalizza la buca delle lettere gialla per le PMI.

→ post.ch/epost-smartsend

25.09.2023

Il centro lettere Härkingen avvia anche la spartizione dei pacchi.

→ Pag. 22

16.08.2023

PostFinance acquisisce una partecipazione nella piattaforma ipotecaria B2B Credit Exchange S.A. (CredEx) che continua a gestire il portale di intermediazione delle ipoteche Valuu.

→ Pag. 30



Il Consiglio di amministrazione

al 31 dicembre 2023

Christian Levrat
Presidente del CdA dal 2021



Bernadette Koch
Membro del CdA dal 2018



Thomas Bucher
Membro del CdA dal 2019



Denise Koopmans
Membro del CdA dal 2019



Maria Teresa Vacalli
Membro del CdA dal 2022



Antonia Wanner
Membro del CdA dal 2023



Dirk Reich
Membro del CdA dal 2021

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

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



Roger Schoch
Segretario generale

La Direzione del gruppo

al 31 dicembre 2023

Hansruedi König*
CEO PostFinance SA dal 2012

Thomas Baur
Responsabile RetePostale
dal 2016,
vicedirettore generale

Christian Plüss
Responsabile Servizi
di mobilità dal 2018

Wolfgang Eger
Responsabile
Informatica/Tecnologia
dal 2022



Johannes Cramer
Responsabile Servizi
logistici dal 2021

Nicole Burth
Responsabile Servizi
di comunicazione
dal 2021

Roberto Cirillo
Direttore generale
dal 2019

Alex Glanzmann
Responsabile Finanze
dal 2016, vicedirettore
generale

Valérie Schelker
Responsabile
Personale
dal 2017

Risultato operativo

Il 2023 è stato segnato dall'inflazione e da un calo della fiducia delle consumatrici e dei consumatori. Sebbene con 323 milioni di franchi il risultato d'esercizio (EBIT) registri un calo di 35 milioni rispetto all'anno precedente, alla luce delle difficili condizioni quadro è comunque in linea con le aspettative. Le misure della strategia «Posta di domani», nel terzo anno di attuazione, mostrano i loro effetti e rafforzano le basi per il futuro: gli interventi operati sul fronte delle tariffe e dell'efficienza, le acquisizioni mirate e l'apertura della rete stanno contrastando la flessione dei volumi di lettere e pacchi e la forte diminuzione dei pagamenti allo sportello. Per mantenere il successo nel lungo periodo, la Posta continuerà a concentrarsi sulle esigenze della clientela e a sviluppare ulteriormente i propri servizi.

7279 mln

di franchi
**Ricavi
d'esercizio**

323 mln

di franchi
**Risultato
d'esercizio (EBIT)**

254 mln

di franchi
Utile del gruppo

76 punti

**Soddisfazione
della clientela**
(scala 0-100)

175 mln

Passeggeri
(AutoPostale)

1647 mln

Lettere

185 mln

Pacchi

104 mld

di franchi Ø mensile
Patrimonio dei clienti
(PostFinance)

Intervista



«Risultati importanti malgrado i forti venti contrari»

Il responsabile Finanze Alex Glanzmann risponde alle domande sul risultato 2023, sulle sfide e sul ruolo delle misure tariffarie e di efficienza nell'attuazione della strategia. Spiega inoltre quali investimenti sta effettuando la Posta e perché in futuro la clientela avrà due cassette delle lettere.

Intervista ad Alex Glanzmann

Responsabile Finanze, membro della Direzione del gruppo

Signor Glanzmann, come valuta il risultato conseguito nel 2023?

Meno lettere, meno pacchi e le conseguenze dell'inflazione sono stati i principali fattori che hanno influenzato l'anno. Con un risultato d'esercizio di 323 milioni di franchi e un utile di 254 milioni, la chiusura finanziaria 2023 è in linea con le nostre aspettative. I ricavi d'esercizio hanno raggiunto quota 7279 milioni soprattutto grazie ai maggiori ricavi generati da PostFinance (+420 milioni) per effetto dell'andamento degli interessi. I ricavi aggiuntivi derivanti dalle acquisizioni strategiche hanno compensato solo in parte il calo dovuto alla contrazione dei volumi nel core business. La copertura con capitale proprio della Posta è solida. Malgrado i forti venti contrari, con la nostra strategia abbiamo ottenuto risultati importanti e rafforzato le basi per il futuro.

Si aspettava di dover affrontare così tante sfide?

Sì, le nubi all'orizzonte erano visibili già a inizio anno. A causa del persistente calo della fiducia delle consumatrici e dei consumatori le ordinazioni di merci hanno segnato una battuta d'arresto con una conseguente flessione del 4,6% nella spedizione di pacchi. Parallelamente, anche il volume delle lettere è sceso del 5,6%. E ciononostante il settore delle lettere continua a essere una colonna portante del nostro risultato. La contrazione delle transazioni nel traffico dei pagamenti allo sportello si è accentuata ulteriormente,

toccando il 18,4%. Prendendo le mosse da questo scenario, stiamo trasformando il nostro modello di business, orientandolo sistematicamente alle mutate esigenze della clientela.

Qual è il ruolo delle misure tariffarie e di efficienza nell'attuazione della strategia?

Una maggiore efficienza e prezzi più alti sono leve importanti della nostra strategia. Intervendiamo dapprima sui nostri costi, ad esempio per le superfici per gli uffici, i sistemi informatici o l'amministrazione del gruppo. Considerato il contesto attuale molto difficile, d'intesa con il Sorvegliante dei prezzi abbiamo potuto aumentare i prezzi di diversi prodotti per lettere e pacchi. Comprendo benissimo che questi rincari siano un ulteriore aggravio per le persone e le aziende, ma la Posta consegue circa l'88% delle sue entrate nel mercato libero. Le misure tariffarie e di efficienza sono fondamentali per rimanere competitivi e continuare a offrire alla clientela il miglior servizio possibile anche in futuro.

Il risultato rispecchia l'attuazione della strategia?

Abbiamo fatto un po' meno progressi del previsto. L'inflazione, le tensioni e la volatilità della situazione economica hanno avuto un effetto frenante. Inoltre, valutiamo attentamente ogni acquisizione: non tutte le aziende né tutti i potenziali partner sono adatti alla Posta e alla sua

strategia. Infine, per quanto concerne i servizi digitali per le autorità e per il settore sanitario ci muoviamo in un contesto politico e regolatorio molto complesso.

Nei suoi investimenti la Posta rimane focalizzata sulla clientela?

Ogni singolo investimento tiene conto delle esigenze della clientela. Nel 2023 ben 605 milioni di franchi sono andati a beneficio della popolazione e delle economie svizzere. Con circa quattro quinti degli investimenti abbiamo rinnovato e ampliato la nostra infrastruttura, tra le altre cose convertendo il nostro parco veicoli all'elettrico. L'altro quinto è stato destinato alle offerte digitali.

Come si prospetta secondo lei il futuro della Posta?

Sviluppiamo ulteriormente i nostri servizi laddove aumentano le esigenze delle persone e rinunciamo a determinate prestazioni o le adeguiamo laddove il bisogno diminuisce o muta. Le cassette delle lettere gialle rimarranno, ve lo assicuro. Anzi, in futuro la clientela avrà perfino due cassette delle lettere: una davanti alla porta di casa e una in tasca sul proprio smartphone. Stiamo costruendo il core business fisico e digitale di domani, con lo sguardo rivolto al 2030 e oltre. Proseguiamo quindi con fermezza sulla via intrapresa. Nel lungo termine, infatti, la Posta può garantirsi il successo solo se continua a muoversi e a evolvere.

Risultato finanziario

Risultato stabile e grandi sfide

Nel 2023 la Posta ha conseguito un utile del gruppo pari a 254 milioni di franchi, un risultato finanziario che ha risentito fortemente del calo dei volumi di lettere e pacchi e nel traffico dei pagamenti, nonché delle conseguenze dell'inflazione. Alla luce delle difficili condizioni quadro è comunque in linea con le aspettative.

Fatti e cifre

7279 mln

di franchi
Ricavi d'esercizio

323 mln

di franchi
Risultato d'esercizio (EBIT)

254 mln

di franchi
Utile del gruppo

-215 mln

di franchi
Valore aggiunto aziendale¹

10'255 mln

di franchi
Capitale proprio

100%

Grado di autofinanziamento degli investimenti

Nel 2023 il risultato d'esercizio (EBIT) della Posta ha toccato i 323 milioni di franchi, arretrando di 35 milioni rispetto al 2022. L'utile del gruppo ammonta a 254 milioni di franchi, ossia 41 milioni in meno rispetto al 2022. I ricavi d'esercizio sono saliti a quota 7279 milioni di franchi, segnando un incremento di 420 milioni rispetto all'anno precedente. Il risultato finanziario è in linea con le aspettative e risente dell'inflazione e del calo della fiducia delle consumatrici e dei consumatori, della contrazione dei volumi di lettere e pacchi e della forte diminuzione dei versamenti allo sportello. I maggiori ricavi generati da PostFinance in seguito alla svolta nella politica dei tassi d'interesse e l'attuazione delle misure previste dalla strategia «Posta di domani» hanno contribuito alla stabilizzazione del risultato.

Le misure d'efficienza nell'unità Servizi logistici frenano la contrazione del risultato

Nel 2023, con 335 milioni di franchi, il risultato d'esercizio nell'unità Servizi logistici è arretrato di 23 milioni rispetto all'anno precedente. Sia i volumi dei pacchi sia quelli delle lettere hanno subito un calo, rispettivamente del 4,6% e del 5,6% rispetto al 2022. Anche nel mercato pubblicitario, fortemente legato a fattori congiunturali, è stata segnata una flessione di 5,3 punti percentuali per la pubblicità indirizzata e di 6,4 per quella non indirizzata. Le misure di efficienza avviate all'inizio del 2023 e le costanti ottimizzazioni dei processi hanno concorso alla chiusura positiva del quarto trimestre, rallentando in modo significativo la contrazione del risultato dell'unità Servizi logistici rispetto all'anno precedente. Per rispondere al meglio alle sfide del futuro, la Posta ha investito anche nella logistica delle merci e delle costruzioni e nell'infrastruttura per la spartizione dei pacchi.

Le partnership strategiche nella rete di filiali fanno da leva per un risultato positivo

Per la prima volta, RetePostale ha registrato un contributo positivo al risultato derivante dalle sue partnership strategiche con banche, assicurazioni e casse malati. Tuttavia anche in questa unità si rileva chiaramente un calo dei volumi. Particolarmente significativa è stata la contrazione nel traffico dei pagamenti allo sportello (-18,4%), settore che negli ultimi cinque anni ha subito un crollo di quasi il 50%. Nonostante gli sforzi sistematici per incrementare l'efficienza, RetePostale non è riuscita a compensare le perdite. Nel 2023 il risultato d'esercizio è sceso a -93 milioni di franchi (2022: -71 milioni).

L'unità Servizi di comunicazione raggiunge traguardi importanti

L'unità del gruppo Servizi di comunicazione ha registrato un risultato d'esercizio pari a -72 milioni di franchi (anno precedente: -72 milioni), aumentando i ricavi d'esercizio soprattutto con acquisizioni strategiche negli ambiti dell'e-government, della comunicazione sicura con la clientela e della cibersecurity. Con l'ulteriore sviluppo della soluzione di voto elettronico, la cartella informatizzata del paziente e la piattaforma di comunicazione «ePost», l'unità ha raggiunto importanti traguardi.

Servizi di mobilità registra un risultato in leggera flessione malgrado un aumento dei ricavi da traffico

Nell'anno in esame il risultato dell'unità Servizi di mobilità (AutoPostale e Post Company Cars) è sceso a 21 milioni di franchi, arretrando di 6 milioni rispetto all'anno precedente. L'aumento dei ricavi da traffico dovuti a un maggior numero di passeggeri presso AutoPostale non sono stati in grado di compensare il contemporaneo incremento dei costi. Post Company Cars ha confermato il risultato dell'anno precedente.

¹ Nel valore aggiunto aziendale confluiscono i costi netti, pari a 268 milioni di franchi, derivanti dall'obbligo di fornire il servizio universale.

PostFinance mette a segno un risultato migliore grazie alla svolta nella politica dei tassi d'interesse

Nonostante un anno turbolento sui mercati finanziari nazionali e globali, PostFinance ha realizzato un risultato d'esercizio di 264 milioni di franchi, 35 milioni in più rispetto al 2022. Con il passaggio a tassi d'interesse guida positivi, PostFinance, forte della sua solida posizione, è sulla buona strada per una graduale

normalizzazione del margine d'interesse complessivo e prosegue quindi la propria crescita. La tendenza verso la digitalizzazione induce un forte calo delle transazioni nelle filiali della Posta e grava sempre più sul risultato di PostFinance nel quadro del servizio universale.

+ Ulteriori informazioni sul risultato **Rapporto finanziario** da pag. 27

Risultati non finanziari

Buoni voti per la Posta

Qualità del recapito: puntualità garantita nel 2023

Nel 2023 la Posta ha soddisfatto tutti i requisiti regolatori qualitativi previsti dalla Confederazione, assicurando il recapito puntuale di lettere, pacchi e giornali in tutto il paese. Tanto per la posta-lettere quanto per il comparto pacchi e giornali, per cui la Confederazione richiede rispettivamente un tasso di puntualità del 97% e del 95%, l'azienda ha superato gli obiettivi.

Soddisfazione della clientela: la Posta è in linea con le esigenze dell'utenza

Anche nel 2023 la maggior parte della clientela si è dichiarata soddisfatta dei servizi della Posta e ha espresso un giudizio complessivo pari a 76 punti su 100, che conferma il dato dello scorso anno e la capacità dell'azienda di rispondere alle esigenze dell'utenza. Al sondaggio hanno aderito 13'000 clienti privati e 5000 clienti commerciali delle cinque unità del gruppo. Nel 2022 è stato modificato il sistema di calcolo adeguandolo alla nuova struttura del gruppo; per questa ragione è possibile comparare il risultato attuale esclusivamente con quello dell'anno precedente.

Promossa anche nel sondaggio del personale

In base a quanto emerge dal sondaggio del personale, condotto a cadenza annuale, l'organico della Posta è molto soddisfatto dell'azienda per cui lavora. Una valutazione particolarmente positiva è stata assegnata alla voce «Le mie / i miei responsabilità» (83 punti su 100), così come agli ambiti del rispetto reciproco, del supporto all'interno del team e della cultura

del feedback inseriti nel blocco tematico «Il mio team». Anche l'indice «Riconosco il senso stesso del mio lavoro» ha ottenuto un buon riscontro, pari a 85 punti, a conferma dell'attrattiva di cui l'azienda gode agli occhi delle collaboratrici e dei collaboratori. A livello di gruppo i risultati degli ultimi anni si sono mantenuti molto stabili.

Clima ed energia: riduzione delle emissioni di gas a effetto serra

Nel 2023 le emissioni di gas a effetto serra generate dalle attività proprie sono diminuite del 2,7%, principalmente a causa di una serie di sviluppi legati al business e al mercato: il calo dei volumi di invii, l'esternalizzazione di prestazioni di trasporto a subappaltatori di società del gruppo di nuova acquisizione e l'elettificazione della flotta utilizzata per il recapito. Con i veicoli a quattro ruote la Posta ha percorso oltre 3,7 milioni di chilometri in più rispetto all'anno precedente, abbattendo di 6 punti percentuali le emissioni di CO₂ per chilometro percorso. A fronte di questa flessione si segnalano un aumento del chilometraggio di AutoPostale e la crescita dell'1% delle attività di trasporto effettuate con veicoli di clienti terzi. Nell'anno in esame 23 autopostali sono stati convertiti a motori alternativi e hanno percorso circa 0,9 milioni di chilometri senza combustibili fossili. Le emissioni per chilometro percorso sono scese dello 0,6%.

+ Maggiori informazioni sui risultati non finanziari: **Rapporto non finanziario 2023**

Fatti e cifre

97,3%

Lettere della Posta A recapitate puntualmente

95,7%

Pacchi Priority recapitati puntualmente

85 punti

(scala 0-100)

«Riconosco il senso stesso del mio lavoro»

76 punti

(scala 0-100)

«Nel complesso sono molto soddisfatto/a della Posta»

62,4%

è la percentuale di **veicoli** nel **recapito** dotati di **motori alternativi**.

Strategia

La strategia «Posta di domani» fa leva sul trasporto affidabile di merci e informazioni, tradizionale punto di forza e fiore all'occhiello dell'azienda, nel mondo fisico e sempre più anche in quello digitale.

Da 175 anni la Posta promuove il cambiamento, offrendo un contributo importante alla modernizzazione del paese. Perseguendo l'obiettivo strategico di assicurare la propria rilevanza anche in futuro, allinea l'offerta del servizio pubblico alle nuove esigenze della clientela, puntando inoltre a sviluppare servizi all'avanguardia in settori di mercato promettenti e a crescere in modo mirato. Potenzia la propria offerta con acquisizioni e partnership negli ambiti della logistica e della comunicazione, intervento che richiede investimenti significativi in infrastrutture e competenze, in parte anche oltre confine.

Solo agendo con spirito imprenditoriale, la Posta riuscirà ad autofinanziare il servizio universale in Svizzera e continuerà ad avvicinare il paese. Giorno dopo giorno e in qualsiasi momento. A casa, nel tempo libero e sul lavoro. In campagna e in città.



Sfide e orientamenti strategici

Per una Posta forte e moderna

Potenziare i modelli collaudati e crearne di nuovi: attuando la strategia «Posta di domani» l'azienda intende continuare a contribuire allo sviluppo di una Svizzera moderna e competitiva, confermando la propria rilevanza e forza anche in futuro.

La strategia «Posta di domani» è nata in un contesto di stabilità, caratterizzato da un clima di fiducia dei consumatori e da bassi tassi d'interesse. In un periodo in cui lo scenario di una pandemia o di un conflitto in Europa sembrava impensabile. Da allora molte cose sono cambiate e l'azienda risente pesantemente degli strascichi del COVID-19, della crescita dei prezzi di energia e carburanti e dell'aumento generale dell'inflazione. Tuttavia le ipotesi alla base della strategia sono state confermate e in parte rafforzate: a causa della progressiva digitalizzazione, i volumi delle lettere e i servizi richiesti nelle filiali continuano a calare, mentre quelli dei pacchi evidenziano un aumento a lungo termine. Da qui la necessità di proseguire con coerenza sulla strada intrapresa. La Posta è un'azienda solida e l'attuazione della strategia è a buon punto: i principali presupposti per la trasformazione sono stati creati e i tassi in rialzo influenzano in maniera positiva il mercato dei servizi finanziari.

Un servizio pubblico per tutti, ovunque e di pari qualità

Baluardo della coesione nazionale, da 175 anni la Posta fornisce prestazioni del servizio pubblico su incarico della Confederazione. Mantenere il giusto equilibrio tra questi tre elementi strutturali – servizio universale, proprietà dello Stato e autonomia finanziaria – è sempre più difficile. Lo si evince anche dalle disposizioni strategiche per il quadriennio 2021–2024 con cui il Consiglio federale chiede alla Posta di offrire, nell'ambito dell'attività di base, prodotti, servizi e soluzioni di qualità, innovativi e competitivi, in forma fisica ed elettronica. Definendo le indicazioni strategiche, l'organo esecutivo della Confederazione riconosce che l'azienda sta attraversando una complessa fase di trasformazione, ma esige contestualmente che entro il 2024 crei i presupposti per garantire stabilmente il proprio valore nel medio termine. Tutti gli ambiti di attività, a eccezione del settore sovvenzionato nel contesto di AutoPostale, dovranno far registrare risultati in linea con il relativo comparto.

Svolta strategica per il futuro

Con l'attuazione della strategia, la Posta intende consolidare la propria rilevanza negli anni a venire, in qualità di azienda forte che cresce di pari passo con le esigenze dell'economia e della popolazione svizzera e che soddisfa gli obiettivi fissati dal Consiglio federale.

I cardini di questo percorso sono quattro:

- potenziamento dei servizi, delle offerte e dell'infrastruttura;
- efficienza a livello organizzativo-processuale e adeguamenti tariffari;
- crescita e acquisizioni in settori di attività esistenti e affini;
- sostenibilità ecologica, economica e sociale in ogni ambito dell'operato aziendale.

Permangono le criticità di individuare e scalare nuovi settori di mercato, sviluppando contestualmente quelli esistenti per riuscire a fornire nel 2030 un mandato di servizio universale più aggiornato e all'altezza delle esigenze future della clientela. A tale scopo la Posta effettua investimenti importanti e potenzia l'offerta in tutti i mercati (cfr. → pagg. 20–31) in cui è attiva, preservando così la sua capacità di rispondere alle sfide del futuro. Essere il motore di una Svizzera moderna, come recita la nostra vision, ci spinge a contribuire in modo sostanziale allo sviluppo di un paese più moderno e competitivo, senza mai perdere di vista l'obiettivo di assicurare la nostra rilevanza per gli anni a venire.

- Maggiori informazioni sulla strategia, sul contesto e sulle sfide future nel **Rapporto finanziario 2023** da pag. 13



Un paese dinamico ha bisogno di una Posta altrettanto dinamica.

Roberto Cirillo
Direttore generale

Intervista a Christian Levrat e Roberto Cirillo

«La Posta è e rimarrà a servizio delle persone»

La Posta è al fianco della popolazione svizzera da 175 anni. Per continuare ad avere successo nel lungo termine deve evolversi costantemente. Abbiamo chiesto al presidente del Consiglio di amministrazione, Christian Levrat, e al CEO, Roberto Cirillo, quali sono gli ultimi sviluppi.

Roberto, la Posta porta avanti la sua trasformazione. Rispetto all'anno scorso, a che punto è oggi?

Roberto Cirillo: Oggi la Posta sta facendo molte scelte giuste e sta andando nella giusta direzione. Allo stesso tempo, assistiamo a un rapido e costante cambiamento delle esigenze della clientela, e questo ci riguarda molto da vicino. La digitalizzazione procede a un ritmo incessante. Sebbene i volumi dei pacchi registrino una crescita nel lungo periodo, il core business tradizionale delle lettere e dei versamenti allo sportello è in netto calo da anni. Per questo, oggi costruiamo il core business di domani. Lo facciamo con la nostra strategia «Posta di domani», guardando al 2030 e oltre. Dirigendoci verso la Posta di domani, negli ultimi tre anni abbiamo raggiunto molti risultati e gettato importanti basi per il futuro, sulle quali continuiamo a costruire. In concreto, abbiamo accorpato le nostre organizzazioni logistiche per fornire alla clientela un servizio completo orientato al futuro. Abbiamo ampliato in modo significativo la capacità dei nostri centri, sfruttando le sinergie. Ne è un esempio l'installazione di una spartitrice per pacchi nel centro lettere di Härkingen. Abbiamo messo in funzione l'impianto lo scorso settembre.

Nella logistica delle merci siamo cresciuti a livello nazionale e internazionale fino a diventare uno dei principali fornitori in Svizzera. Abbiamo ampliato in modo significativo le nostre competenze anche nell'e-commerce e nel direct marketing online e nel settore pubblicitario siamo pronti a lanciare sul mercato offerte crossmediali rilevanti per la clientela. La nostra joint venture con il gruppo francese La Poste, Asendia, è diventata uno dei principali fornitori di logistica internazionale per l'e-commerce. E ci siamo posizionati in modo incisivo sul piano digitale. Grazie a ePost, la nostra clientela può decidere già oggi quali invii ricevere nella cassetta delle lettere in formato cartaceo e quali per via digitale ovunque si trovi nel mondo. Dallo scorso anno, anche Cantoni come Berna, San Gallo e Lucerna utilizzano la nostra piattaforma per inviare le loro informazioni direttamente alle cassette delle lettere digitali. Rivestiamo un ruolo importante nel settore sanitario, analogico per definizione, e abbiamo gettato le basi per l'introduzione di una cartella informatizzata del paziente unitaria e affidabile. E nel 2023, abbiamo reso possibile per la prima volta lo svolgimento sia di elezioni sia di votazioni in forma digitale. La Posta è quindi un motore sempre più innovativo in una Svizzera sempre più interconnessa, costruisce ponti tra servizi digitali e analogici per le persone, le organizzazioni e le autorità.



Le esigenze della clientela sono in rapida e costante evoluzione.

Roberto Cirillo
Direttore generale

Dalle sue parole sembra che tutto fili liscio e che la Posta sia sulla buona strada...

Roberto Cirillo: Anche se sostanzialmente la nostra strategia è sulla buona strada, in questo contesto di mercato impegnativo, ci sono anche settori in cui si fanno meno progressi del previsto. Ad esempio, con l'apertura della rete procediamo un po' meno spediti del previsto. La fase di sviluppo e i relativi investimenti nell'unità Servizi di comunicazione, ossia i servizi digitali, stanno richiedendo più tempo di quanto avessimo previsto nel 2020.

I motivi principali sono due: in primo luogo, le difficili condizioni quadro economiche e regolatorie che rendono impossibile uscire velocemente sul mercato con offerte scalabili e redditizie. Ne è un esempio il settore della sanità elettronica, che si distingue per le sue disposizioni regolatorie stringenti e per la complessità del mercato. In secondo luogo, per quanto riguarda i servizi di comunicazione, non si riscontra sul mercato la quantità auspicata di aziende adatte alla Posta e alla sua strategia: pertanto valutiamo attentamente ogni acquisizione. Sono convinto che lo sviluppo verso il digitale sia una parte indispensabile del servizio pubblico, perché le persone apprezzano sempre più i vantaggi delle offerte digitali. Un servizio pubblico deve semplificare la vita quotidiana della maggior parte della popolazione ed esserne parte integrante. Perché una cosa è chiara: il servizio pubblico deve stare al passo con i tempi, altrimenti non si può definire tale. La

quotidianità delle persone in Svizzera è diventata digitale, per questo, anche il servizio pubblico della Posta deve diventare digitale.

Christian, la Posta deve lavorare sulla qualità dei suoi servizi?

Christian Levrat: Nonostante le sfide illustrate da Roberto, nel 2023 siamo riusciti a garantire alla clientela svizzera la qualità dei servizi di sempre. L'anno scorso la nostra qualità è stata insignita della medaglia d'oro dall'Unione postale universale. Siamo stati eletti la miglior azienda postale al mondo tra 172 paesi. E questo per la settima volta consecutiva. Ciò dimostra che offriamo servizi di massima qualità e riusciamo a gestire condizioni quadro difficili, sicuramente grazie all'instancabile impegno del nostro personale. La Posta è un partner affidabile, anche nei momenti difficili caratterizzati dal cambiamento climatico, dalla situazione geopo-



La Posta è un partner affidabile.

Christian Levrat
Presidente del Consiglio
di amministrazione

Intervista a Christian Levrat e Roberto Cirillo

litica incerta, dai rapidi cambiamenti tecnologici e da budget sempre più ridotti. Ed è sostenibile. Già oggi ci assumiamo la responsabilità per l'ambiente di domani e perseguiamo un obiettivo climatico ambizioso. Dall'inizio del 2023 nelle città di Berna e Zurigo effettuiamo il recapito solo con veicoli elettrici, segue Ginevra da metà gennaio 2024 e presto anche altre città come Basilea, Biel/Bienne, Winterthur e Lucerna. A oggi, la Posta gestisce già il parco veicoli elettrici di gran lunga più grande della Svizzera.

Guardando al futuro, confido che nei prossimi anni il nostro risultato migliori, soprattutto grazie a PostFinance. Con il passaggio a tassi d'interesse guida positivi, oggi sono già cambiati fattori rilevanti. Tuttavia, l'evoluzione del nostro core business rimane una sfida. Osserviamo una contrazione nel settore delle lettere e delle operazioni allo sportello dovuta al calo della domanda per il nostro core business tradizionale. E non siamo ancora in grado di compensare in misura sufficiente questa riduzione attraverso il settore digitale, la logistica o l'apertura della rete. C'è bisogno di uno sforzo da parte nostra. Abbiamo fatto un primo passo con il processo di trasformazione tuttora in corso. Ci stiamo adeguando, siamo presenti per la nostra clientela sia in loco sia online e sviluppiamo nuovi servizi per la popolazione svizzera.

Roberto, com'è equipaggiata la Posta oggi per affrontare le sfide del futuro?

Roberto Cirillo: La Posta è al fianco della popolazione svizzera da 175 anni. E continuerà ad esserci. La Posta è e rimarrà a servizio delle persone. Alla luce del risultato finanziario e del bilancio finanziario del 2023, stiamo lavorando intensamente allo sviluppo della strategia per il periodo 2025–2028. L'attuale strategia sta andando nella giusta direzione. Stiamo facendo degli aggiustamenti laddove necessario per via delle condizioni che stanno mutando. In concreto, stiamo valutando anche come sviluppare ulteriormente la rete in modo da soddisfare meglio le esigenze della nostra clientela. Vogliamo investire nella rete per mettere in campo tecnologie orientate al futuro. Al tempo stesso, vogliamo aumentare

l'efficienza e la rilevanza per la nostra clientela. Questo ci permetterà di garantire anche in futuro la finanziabilità di una rete di punti di accesso della Posta diffusa in modo capillare in tutto il paese. In sostanza, stiamo lavorando a pieno ritmo per proiettare la Posta nel futuro su basi solide, con servizi moderni e innovativi. Per la nostra clientela, per il nostro personale, per la Confederazione e per la popolazione e l'economia svizzera.

Christian, come presidente del Consiglio di amministrazione, quanto sei fiducioso sul futuro della Posta?

Christian Levrat: Per poter davvero guardare al futuro con fiducia, abbiamo bisogno di nuove condizioni quadro regolatorie e del margine di manovra necessario. In poche parole, senza una riforma strutturale, in futuro il sistema Posta non sarà più in grado di finanziarsi in modo autonomo senza usufruire dei fondi pubblici. Roberto lo aveva già detto tre anni fa: «Non vogliamo trasformarci in un museo». Oggi più che mai posso sottoscriverlo. Vogliamo una Posta forte per una Svizzera forte, vogliamo essere rilevanti. Per le nostre e i nostri clienti. Per il nostro personale. Per la Svizzera.



Abbiamo bisogno di nuove condizioni quadro regolatorie.

Christian Levrat
Presidente del Consiglio
di amministrazione

Quali sarebbero gli elementi cruciali per nuove condizioni quadro regolatorie?

Christian Levrat: A mio avviso ci sono tre punti chiave. Da un lato, è fondamentale che le nuove condizioni regolatorie riflettano le esigenze in tema di digitalizzazione e di vita digitale. E intendo anche che le persone abbiano sia una cassetta delle lettere fisica sia digitale e che possano decidere liberamente quale corrispondenza ricevere in formato cartaceo e quale tramite il canale digitale, indipendentemente da dove si trovano. In secondo luogo, ritengo che sia importante garantire che la Posta possa sviluppare ulteriormente la rete di filiali, per sfruttare appieno le opportunità della digitalizzazione e dell'automazione a beneficio della nostra clientela. In terzo luogo, occorre chiarire la questione del traffico dei pagamenti. È soprattutto nei pagamenti in moneta che si registra un calo e qui spetta al legislatore trovare una soluzione per la finanziabilità.



La Posta costruisce ponti tra servizi digitali e analogici.

Roberto Cirillo
Direttore generale



Perché la Posta adegua i prezzi

La Posta mira a fornire anche alle generazioni future un servizio pubblico di qualità interamente autofinanziato. In tale ottica, per poter offrire anche in futuro servizi di elevata qualità e rispondere alle mutevoli esigenze della clientela, la Posta deve effettuare investimenti con mezzi propri ad esempio nella spartizione dei pacchi e nella digitalizzazione o nell'e-

lettrificazione e nella modernizzazione del parco veicoli del recapito.

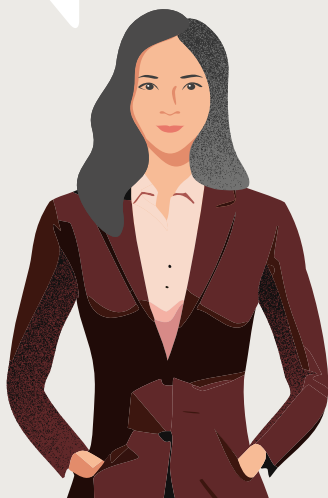
Inoltre, il calo dei volumi delle lettere e delle operazioni allo sportello, come pure l'inflazione, stanno causando notevoli costi aggiuntivi, di cui la Posta si fa carico in gran parte da sola. In questo contesto, è impossibile evitare misure di efficienza e aumenti dei prezzi.

Digitalizzazione e servizio pubblico

Nuove esigenze, nuove soluzioni: il servizio pubblico del futuro

Il mondo della tecnologia evolve con estrema rapidità, di pari passo con le esigenze e le abitudini della clientela della Posta. Il servizio pubblico del futuro guarda proprio a tali necessità.

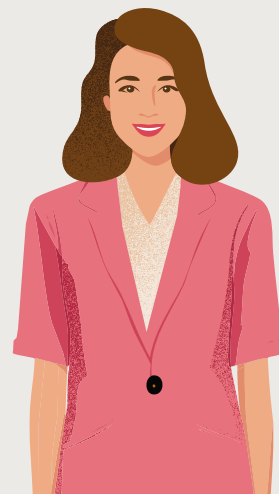
Ben venga la digitalizzazione, ma per me conta anche la consulenza di persona.

**Logistica**

Il mandato di servizio universale assicura oggi la possibilità di accedere ai servizi logistici della Posta con le stesse modalità e agli stessi prezzi in tutte le regioni della Svizzera. La Posta vuole continuare a offrire questa garanzia, sfruttando inoltre le opportunità legate alla trasformazione digitale per creare nuove soluzioni sostenibili. La digitalizzazione consente ad esempio a chi sta aspettando un pacco di sapere esattamente quando verrà recapitato e di gestirne la ricezione.

→ posta.ch/i-miei-invii

Voglio poter contare su servizi digitali sicuri e affidabili.



Voglio essere io a decidere quando ricevere il pacco che sto aspettando.

**Rete**

Anche nell'era della digitalizzazione lo scambio interpersonale rimane centrale. Per continuare a garantire una buona accessibilità, la Posta crea una rete a misura di futuro, con filiali più moderne convertite in centri servizi regionali in cui operatori terzi possono proporre nuove offerte. Il personale della Posta si trova fisicamente nelle filiali, mentre specialisti di determinati settori possono offrire un colloquio di consulenza per video. Essendo di persona nelle filiali, le collaboratrici e i collaboratori semplificano l'accesso ai servizi digitali, ad esempio mostrando come configurare o utilizzare le varie applicazioni.

→ posta.ch/consulenza-digitale

Comunicazione

La gestione scrupolosa dei dati sensibili fa parte del DNA della Posta. Anche nel servizio pubblico digitale l'azienda intende sviluppare soluzioni sicure, intuitive e rilevanti per la società, in ambiti che spaziano dall'identità digitale al voto elettronico alla cartella informatizzata del paziente. Per assicurare una digitalizzazione responsabile la Posta rivolge particolare attenzione alla protezione e alla sicurezza dei dati, oltre che all'accessibilità per tutti.

→ posta.ch/digitale

Mobilità

Prenotare comodamente tramite app o per telefono: con l'offerta on demand, detta anche trasporto su richiesta, l'autopostale conduce le persone dal luogo in cui si trovano alla destinazione prescelta, con la massima affidabilità e negli orari indicati. Un altro vantaggio: le dimensioni del veicolo utilizzato si adattano con flessibilità alle esigenze della clientela. Le soluzioni di trasporto su misura sono pensate principalmente per il primo e l'ultimo miglio, all'interno di aree scarsamente popolate e al di fuori degli orari di punta.

→ autopostale.ch/on-demand

Vorrei poter salire su un autopostale proprio là dove serve a me, all'ora in cui ne ho bisogno.



Voglio gestire le mie finanze in modo digitale, possibilmente tramite smartphone.



Servizi finanziari

Oggi paghiamo le fatture, investiamo nella previdenza per la vecchiaia e negoziamo valute digitali in tutta comodità servendoci di app e servizi elettronici sicuri e, anziché contare monete e banconote, ci basta estrarre lo smartphone o la carta. In futuro, grazie all'invisible payment, la procedura di pagamento si svolgerà in modo completamente automatizzato in background, come avviene già oggi con l'app PubliBike, in cui azionando il lucchetto della bici si inizia e si termina il noleggio e si riceve l'addebito automatico dell'importo dovuto.

→ postfinance.ch

Finanziamento del servizio universale

Finanziare il servizio universale del futuro in modo sostenibile

Il finanziamento è un aspetto fondamentale di cui tenere conto per organizzare il servizio universale del futuro. L'obbligo di fornitura attuale causa infatti alla Posta costi elevati, quantificati in 260 milioni di franchi solo per il 2022. L'azienda eroga le prestazioni postali e del traffico dei pagamenti che rientrano nel servizio universale senza ricevere sovvenzioni dalla Confederazione, ma godendo solo di un monopolio residuo sulle lettere fino a 50 grammi in grado di coprire però solo una piccola parte della spesa (69 milioni di franchi nel 2022) e che perde continuamente valore, dato che le lettere trasportate diminuiscono di anno in anno e dal 2010 sono calate complessivamente di un terzo. Questi sviluppi, sommati alla concomitante crescita della domanda di servizi digitali, determinano uno squilibrio nel finanziamento del servizio universale destinato a peggiorare ulteriormente se non verranno apportate le opportune modifiche al quadro regolatorio.



La Posta di domani mira a un servizio pubblico forte e si concentra sui mercati esistenti.

Roberto Cirillo
Direttore generale

La Posta vuole offrire alla popolazione e all'economia svizzera, anche in futuro, un servizio pubblico al passo coi tempi: un servizio universale rilevante, di qualità, presente in tutte le regioni del paese e finanziato senza fondi pubblici. Ciò presuppone però un'evoluzione e un adeguamento delle condizioni quadro vigenti alle nuove esigenze della società e dell'economia rosso-crociate.

Mercati

La Posta vuole continuare a essere un'azienda che opera senza aiuti statali. Pertanto è chiamata a finanziare le prestazioni del servizio pubblico, che eroga con la massima qualità, con gli utili realizzati autonomamente. Per riuscire a fornire anche negli anni a venire servizi rilevanti e competitivi per il paese, investe nei mercati della logistica, della comunicazione, della mobilità, dei servizi finanziari e nella sua rete.



La Posta permette di comunicare in modo sicuro, sempre, ovunque e su qualunque canale.

Nicole Burth
Responsabile Servizi di comunicazione

Comunicazione

La Posta trasferisce le proprie competenze in materia di trasmissione di informazioni e gestione sicura di dati in ambito digitale e completa le attività legate alla comunicazione analogica offrendo alle persone, alle aziende, alle istituzioni e alla sanità soluzioni semplici e sicure per l'interazione digitale.

Mobilità

La Posta collega le persone in Svizzera con comode e moderne soluzioni di mobilità su strada. Assicurando una mobilità accessibile e sostenibile in tutti gli angoli del paese, conferma il suo ruolo di colonna portante dell'economia e della società, oltre che di quintessenza del servizio pubblico.



Sviluppiamo soluzioni di mobilità innovative per la nostra clientela.

Christian Plüss
Responsabile Servizi di mobilità

Logistica

Partner affidabile per i flussi di merci del futuro, la Posta collega tra loro le regioni della Svizzera e il paese con il mondo. Preservando le proprie competenze chiave nella Posta di domani, amplia la sua offerta logistica, oggi estremamente apprezzata, per proporsi come operatore a tutto tondo nel settore.



Siamo i professionisti della logistica e colleghiamo la Svizzera con l'estero.

Johannes Cramer
Responsabile Servizi logistici

Rete

RetePostale è il trait d'union tra mondo fisico e mondo digitale.

Thomas Baur
Responsabile RetePostale

Le filiali della Posta sono centri servizi regionali a disposizione di tutti. Attraverso una rete dotata di molteplici punti di accesso, l'azienda contribuisce a creare una Svizzera moderna. Nelle sedi gestite in proprio consente a partner di offrire alla clientela un'assistenza affidabile e personale, instaurando un rapporto di vicinanza in un mondo sempre più digitalizzato.

Servizi finanziari

Con l'obiettivo di rendere il banking semplice e divertente, la Posta disegna il futuro con PostFinance, mettendo al centro le persone e le loro diverse esigenze e realizzando soluzioni intelligenti e innovative per la gestione del denaro, pensate appositamente per la Svizzera.



Vogliamo trasformare ogni occasione di contatto con PostFinance in un'esperienza positiva per la clientela.

Hansruedi König
CEO PostFinance SA
(fino a febbraio 2024)

Logistica

La Posta unisce la Svizzera e la collega con il resto del mondo. Amplia le proprie competenze chiave e l'offerta per proporsi come partner logistico a tutto tondo per i flussi di merci del futuro.



Videointervista a
Johannes Cramer:
rdg.posta.ch/cramer



Logistica delle merci

Una rete logistica ancora più forte

La Posta effettua investimenti mirati nel mercato interno e nei paesi limitrofi per collegare la sua logistica nazionale ai flussi internazionali di merci. Nel 2023 ha rilevato diverse aziende del settore in Svizzera e con sedi negli stati confinanti.

Centri pacchi regionali

Investimenti nella lavorazione dei pacchi

Nel 2023 la Posta ha inaugurato tre nuovi centri pacchi regionali (CPR): quello di Pratteln (BL) tratta fino a 10'000 invii all'ora per l'area di Basilea, mentre quello di Wallisellen alleggerisce il lavoro dei centri di spartizione nella regione di Zurigo. Nell'attuale centro lettere di Härkingen è entrato in funzione, invece, un impianto dedicato esclusivamente alla spartizione dei pacchi, che ha aperto le porte a una nuova informatica di spartizione.

→ posta/spartizione-dei-pacchi-haerkingen

Giri di recapito dinamici

Una pianificazione del recapito più efficiente

Una nuova app guida il personale addetto al recapito dei pacchi da una tappa all'altra del giro. Per rendere la sequenza dei giri di recapito ancora più efficiente, la pianificazione viene eseguita su base giornaliera in modo sistematico e secondo un ordine ottimale. I pacchi vengono consegnati in modo affidabile, solo l'orario può variare. Grazie a questa nuova tecnologia, la Posta può fornire alla clientela privata informazioni più precise sul momento in cui prevede di recapitare gli invii che le sono stati affidati.



Parco veicoli del recapito**40 milioni di pacchi viaggiano in elettrico**

Nelle città di Zurigo, Berna e Ginevra la Posta recapita tutti gli invii di lettere e pacchi con veicoli elettrici a emissioni zero di sua proprietà. Complessivamente sono circa 40 milioni i pacchi che ogni anno vengono trasportati in tutta la Svizzera con questa modalità ecologica.

→ posta.ch/pietra-miliare-logistica-sostenibile

**Nuove modalità di trasporto****Più pacchi su rotaia**

Grazie ai nuovi collegamenti ferroviari la Posta trasporta altri 9 milioni di invii su rotaia, evitando complessivamente 900'000 chilometri di spostamenti su autocarro e circa 680 tonnellate di emissioni di CO₂ all'anno.

→ posta.ch/ampliamento-trasporto-ferroviario

Logistica per la salute**Soluzioni innovative a supporto del settore sanitario**

In qualità di partner logistico, la Posta semplifica il lavoro del personale di fornitori di prestazioni come ospedali, cliniche o ambulatori, occupandosi di singole attività tra cui l'acquisto, il trasporto a norma di legge, lo stoccaggio certificato di medicinali e la preparazione sterile di dispositivi medici.

**DigitalStamp****Affrancare lettere e pacchi tramite la Post-App**

A corto di francobolli? Nessun problema! Con DigitalStamp è possibile affrancare comodamente la corrispondenza con la Post-App e creare etichette per la spedizione. Il tutto pagando con TWINT o carta di credito e richiedendo, all'occorrenza, anche la presa in consegna di pacchi preaffrancati o resi tramite il servizio integrato pick@home.

→ posta.ch/digital-stamp

Preference Center**Trasparenza nella comunicazione clienti**

La Posta può raccogliere e continuare a utilizzare i dati trasmessi dalle e dai clienti? A deciderlo e a definire le modalità di trattamento è proprio la clientela che, collegandosi al Preference Center, può indicare con un clic anche gli ambiti in cui desidera ricevere eventuali raccomandazioni personalizzate ed eseguire o annullare la registrazione a newsletter o servizi analoghi.

Comunicazione

La Posta trasferisce le proprie competenze in materia di trasmissione di informazioni e gestione sicura di dati sensibili nel mondo digitale: con servizi digitali semplici e sicuri per le persone, le imprese, le istituzioni e la sanità.



Videointervista a
Nicole Burth:
rdg.posta.ch/burth



Cassetta delle lettere digitale

Posta dal Cantone in formato digitale

Ogni anno l'amministrazione del Cantone di Berna spedisce circa 22 milioni di pagine di documenti cartacei per posta. Dal 2023 l'ente mette a disposizione della popolazione locale anche il servizio «BE-ePost», una cassetta delle lettere digitale, pratica e sicura sviluppata in collaborazione con la Posta che permette di ricevere e pagare le fatture delle rate delle imposte in formato digitale tramite app.

→ epost.ch/it-ch

Piattaforma di comunicazione

Ancora più vicini alla clientela

La società SPOTME, che ha sede a Losanna e dà lavoro a 120 persone, è specializzata nella realizzazione di piattaforme digitali per la comunicazione sicura e confidenziale tra aziende e clienti. La tecnologia che ha messo a punto è impiegata per lo svolgimento di eventi virtuali, in presenza o in formato ibrido, ma può essere utilizzata anche in altri contesti che richiedono elevati standard di sicurezza per lo scambio di informazioni riservate.

→ spotme.com

SwissID

Una soluzione di login collaudata

Dal 2023 la Posta investe nello sviluppo di SwissID, la soluzione di login unica, sicura, all'avanguardia ed economicamente vantaggiosa utilizzata da più di 4 milioni di utenti per accedere agilmente e in sicurezza ai servizi online dell'azienda e di molte altre imprese e istituzioni. Ma SwissID non è solo la chiave di accesso sicura e l'identità digitale svizzera e certificata da usare per applicazioni web che richiedono una certificazione d'identità: è anche una formula che racchiude identità digitale e firma elettronica in un unico servizio.

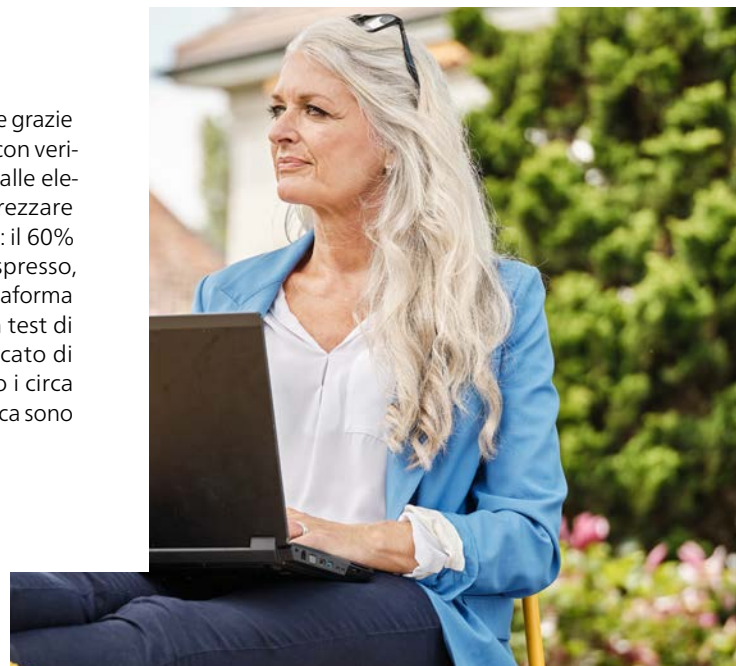
→ swissid.ch/it

Voto elettronico

Elezioni e votazioni online

Dal 2023 in Svizzera è di nuovo possibile votare online grazie al sistema ideato dalla Posta che, nella sua versione con verificabilità completa, è stato usato per la prima volta alle elezioni federali proprio nell'anno in esame. Ad apprezzare questa scelta è stata soprattutto la Quinta Svizzera: il 60% circa delle svizzere e degli svizzeri all'estero ha espresso, infatti, il voto in formato elettronico. Nel 2023 la piattaforma è stata sottoposta a una nuova verifica tramite un test di intrusione pubblico in cui 2650 hacker hanno cercato di smascherare le vulnerabilità del portale. Malgrado i circa 55'000 tentativi di attacco, il sistema e l'urna elettronica sono rimasti invariati.

→ posta.ch/e-voting

**Cartella informatizzata del paziente (CIP)**

A portata di clic

Aprire una cartella informatizzata del paziente (CIP) comodamente da casa senza scartoffie e senza doversi recare in una sede abilitata per l'attivazione? Oggi si può. Basta possedere uno smartphone, un account di posta elettronica, un passaporto biometrico o una carta d'identità e, naturalmente, le credenziali per effettuare il login con SwissID. Il servizio che porta la firma della Posta è a disposizione della popolazione residente in diversi Cantoni, gratuitamente.

→ post-sanela.ch/aprire

**Cybersicurezza**

Ancora più protetti dalla cibercriminalità

Rilevando terreActive SA e i suoi 90 collaboratori e collaboratrici, la Posta rafforza le competenze IT maturate nel campo della sicurezza digitale. Quest'acquisizione e quella della società romanda Hacknowledge effettuata nel 2022 le consentono di offrire ad aziende e autorità una gamma completa di soluzioni di cibersicurezza e di proteggere ancor meglio le informazioni e i dati confidenziali in formato digitale.

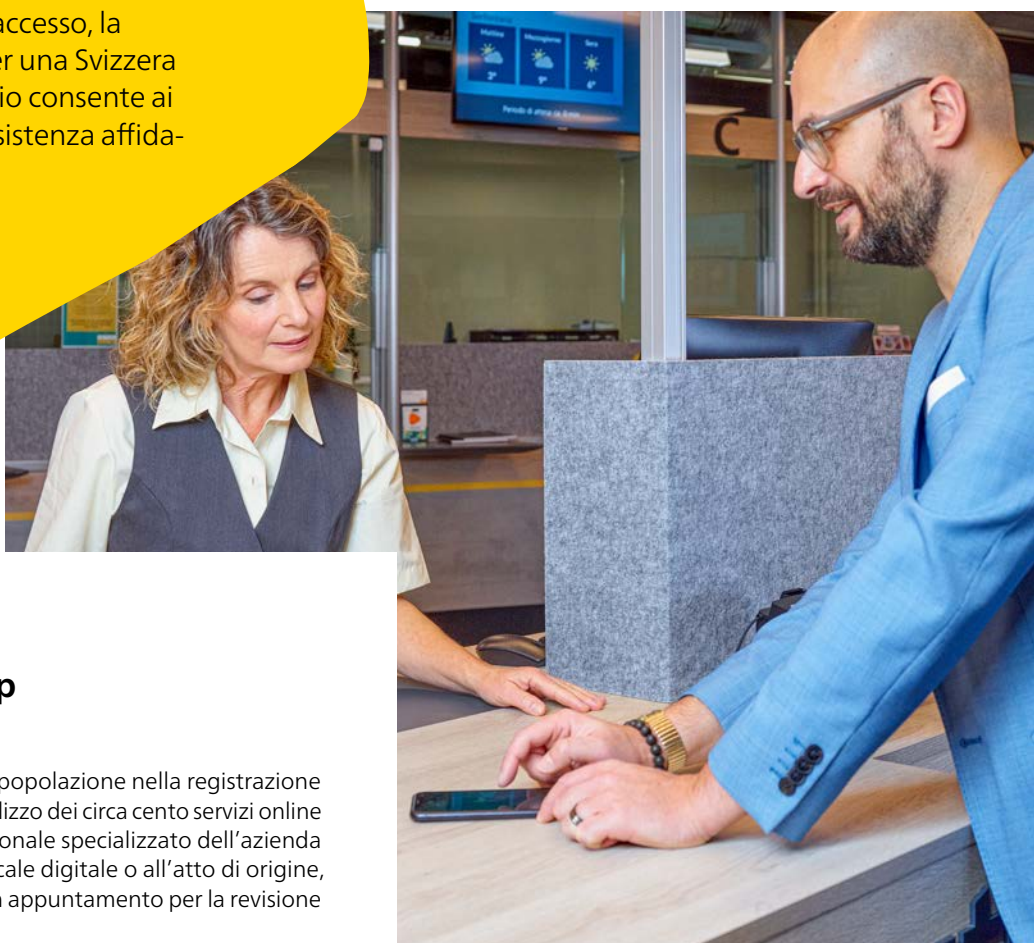
→ terreactive.ch

Rete

Con un ampio ventaglio di punti di accesso, la Posta crea la rete di servizi ad hoc per una Svizzera moderna. Nelle sedi gestite in proprio consente ai partner di offrire alla clientela un'assistenza affidabile e personale.



Videointervista a
Thomas Baur:
rdg.posta.ch/baur



Apertura della rete

Guichet virtuel: partnership con il Cantone del Giura

Nelle 17 filiali del Giura la Posta assiste la popolazione nella registrazione allo sportello virtuale del Cantone e nell'utilizzo dei circa cento servizi online dell'amministrazione. Con l'aiuto del personale specializzato dell'azienda è possibile accedere alla dichiarazione fiscale digitale o all'atto di origine, richiedere una licenza di pesca o fissare un appuntamento per la revisione di un veicolo.

- ➔ posta.ch/it/prestazioni-numeriche-cantonali
- ➔ posta.ch/partnership-digitale-giura

Sviluppo della rete

Al via i negozi di paese digitali

Progetti innovativi e la partnership con la Posta salvano i negozi di paese dal rischio di chiusura: a Surselva, nei Grigioni, due esercizi commerciali scommettono sulla digitalizzazione e offrono ora un servizio non stop, h24. Dopo aver effettuato una registrazione iniziale è possibile procedere all'acquisto scansionando direttamente i prodotti e pagandoli alla cassa tramite carta (della Posta o di un'altra banca), TWINT o dietro fattura. Di mattina è presente in loco il personale del negozio, a disposizione anche per operazioni postali. L'ampio ventaglio di servizi offerti e gli orari di apertura prolungati garantiscono il successo di questo modello, oggi diffuso in oltre 1250 sedi in tutto il paese.

- ➔ posta.ch/posta-nel-negozio-digitalizzato

Partnership

Servizi di assicurazioni e di banche alla Posta

AXA Svizzera propone i propri servizi assicurativi in 72 filiali della Posta nei Cantoni di Berna, Soletta e Basilea Campagna. Per la Posta questa collaborazione costituisce un altro importante passo avanti nell'apertura della rete di filiali ad aziende di servizi e autorità. Dopo le prime esperienze positive, anche Banca Migros ha confermato e intensificato la partnership con la Posta. Le collaborazioni in corso vengono costantemente ampliate.

- ➔ posta.ch/assicurazioni

Abbigliamento

Cambio d'abito per il personale allo sportello

Dopo 20 anni il personale delle filiali si rifà il look, grazie a una nuova collezione che garantisce una certa personalizzazione nella scelta degli abbinamenti, pur veicolando un'immagine uniforme dell'azienda. Coinvolti attivamente nel progetto, i collaboratori e le collaboratrici hanno testato i capi dal punto di vista della vestibilità, della funzionalità e di tutti gli aspetti legati a lavaggio e cura. Garantire una produzione sostenibile e la qualità nel tempo sono due priorità per la Posta. L'introduzione delle nuove divise, fabbricate in Europa, è attesa a partire dal 2025.

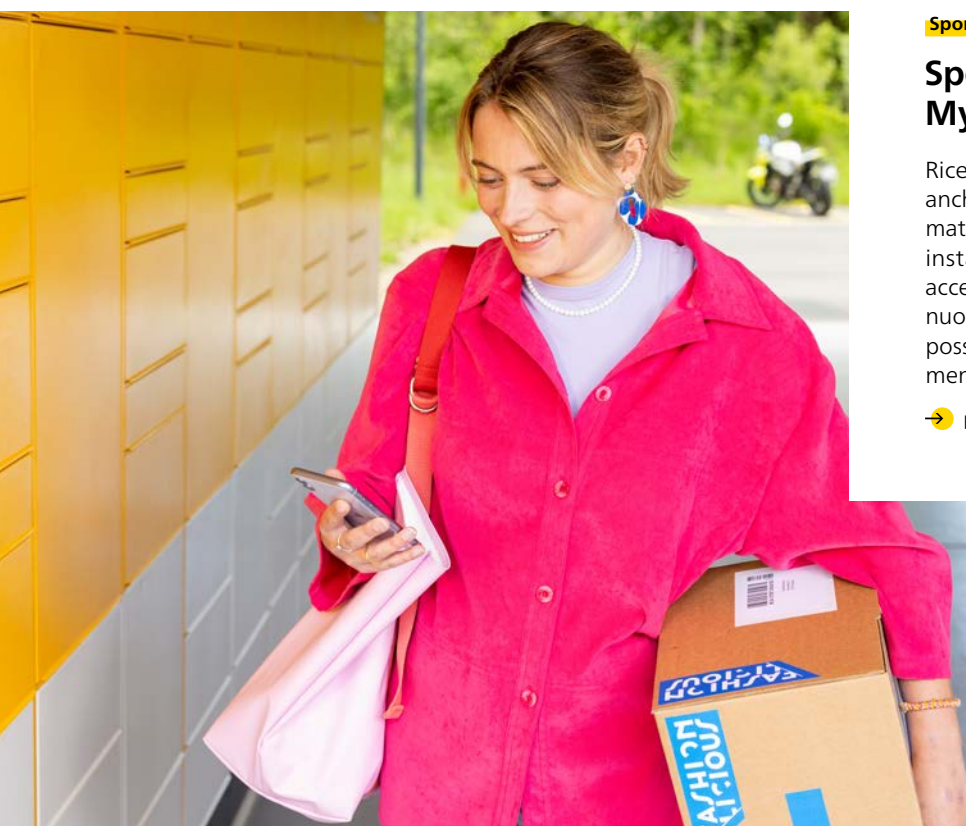
→ posta.ch/nuovo-look-personale-allo-sportello

**Inclusione**

Opportunità per le persone con disabilità

Nell'ambito di un progetto pilota RetePostale offre alle persone con disabilità la possibilità di partecipare al mercato del lavoro generale in 13 filiali e in un Contact Center. Visto il successo della fase sperimentale, si prevede che entro la fine del 2024 coloro che potranno prendere parte alle attività lavorative di RetePostale a tempo indeterminato saranno in totale 50.

→ posta.ch/opportunita-mercato-del-lavoro

**Sportelli automatici**

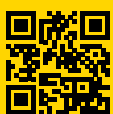
Spedizione e ritiro allo sportello My Post 24

Ricevere e impostare lettere e pacchi 24 ore su 24 anche quando le filiali sono chiuse: gli sportelli automatici My Post 24, di cui in più di dieci anni sono stati installati oltre 270 esemplari, sono un punto di accesso ai servizi postali molto popolare. E quelli di nuova generazione sono ancora più pratici visto che possono essere utilizzati tramite la Post-App direttamente dallo smartphone.

→ posta.ch/mypost24

Mobilità

La Posta offre soluzioni per una mobilità moderna e sostenibile su strada. Collegando l'intero paese, con il suo servizio pubblico funge da colonna portante dell'economia e della società.



Videointervista a
Christian Plüss:
rdg.posta.ch/pluess



Mobilità elettrica

Il futuro dell'autopostale è elettrico

Nei Grigioni circolano oggi undici autopostali elettrici ecologici, a dimostrazione che la tecnologia funziona anche nelle aree montane e che i bus silenziosi e confortevoli piacciono, tanto a chi li usa quanto a chi li guida. La flotta di circa 2300 mezzi viene convertita sistematicamente alla trazione elettrica: a fine 2024 dovrebbero entrare in funzione i primi 100 autopostali elettrici, che dovrebbero diventare 900 nel 2030. Dal 2028 AutoPostale acquisterà inoltre solo bus alimentati senza combustibili fossili.

→ autopostale.ch/innovazione

Gestione dei fornitori

Processi più digitalizzati

Per migliorare l'efficienza dei processi commerciali quotidiani, Post Company Cars si affida a Yarowa, la piattaforma digitale che permette al gestore di parchi veicoli di digitalizzare la gestione di ordini, fornitori e sinistri, di organizzare i processi in modo chiaro, di ridurre gli oneri di coordinamento, abbattere i costi e lavorare in modo più sostenibile, a tutto vantaggio della propria clientela.

Centro di competenza

Accorpare competenze per l'elettrificazione

Per raggiungere la neutralità climatica per le attività proprie dal 2030 e il net zero entro la fine del 2040, la Posta deve dotarsi, da qui ad allora, di una flotta di autobus, furgoni e autocarri che circolino senza emissioni di CO₂. Per avvicinarsi rapidamente a tale traguardo, è nato il «Centro di competenza Mobilità elettrica» che ha come priorità la gestione dell'energia, l'infrastruttura e le reti di ricarica, oltre allo sviluppo di partnership e soluzioni di mobilità elettrica per terzi.

Stazioni di ricarica**Una rete di ricarica capillare**

Con l'app «Post E-Mobility» o la carta per la ricarica di Post Company Cars, il personale può ricaricare i propri veicoli elettrici alle apposite colonnine installate nelle sedi della Posta e nelle oltre 7000 stazioni di ricarica presenti in Svizzera e in Europa. Il consumo di corrente viene rilevato e conteggiato in dettaglio.

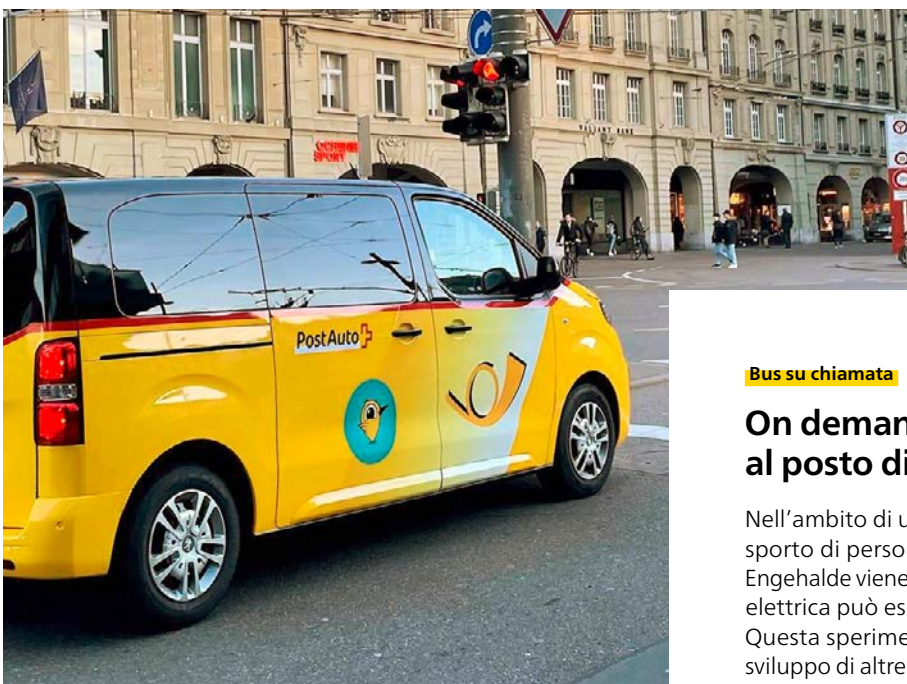
**Gestione del parco veicoli****Un servizio completo per le PMI svizzere**

Per la gestione del proprio parco veicoli, indipendentemente dalle dimensioni, molte PMI svizzere scelgono il servizio a tutto tondo della Posta con le sue soluzioni modulari. Tra queste l'assicurazione ÖKK Kranken- und Unfallversicherungen AG, da poco in possesso di una nuova flotta elettrica, e il gruppo Dr. Risch, specializzato in medicina di laboratorio. Post Company Cars, il fornitore interno di servizi per il parco veicoli dell'azienda, ne cura tutti gli aspetti: finanziamento, gestione, manutenzione, stipula dell'assicurazione, carburante, soluzioni per la ricarica, soccorso stradale.

→ postcompanycars.ch

Corrente di trazione**Caricare gli autobus con la corrente di trazione delle FFS**

Con la potenza che serve per mettere in moto la classica composizione di un treno svizzero si potrebbero caricare rapidamente le batterie di 20 autobus elettrici senza gravare sulla rete pubblica. Una soluzione che si potrebbe applicare quindi anche al trasporto pubblico su strada? Lo scopriremo a partire dal 2025, grazie all'impianto sperimentale di ricarica con corrente di trazione che AutoPostale e le FFS intendono costruire presso la stazione di Gelterkinden.

**Bus su chiamata****On demand dalla stazione al posto di lavoro**

Nell'ambito di un progetto pilota il servizio regolare di bus per il trasporto di personale della Posta dalla stazione di Berna alla sede di Engehalde viene sostituito da un sistema di bus su chiamata. La navetta elettrica può essere prenotata in modo flessibile con l'app PubliCar. Questa sperimentazione permette di raccogliere esperienze per lo sviluppo di altre soluzioni on-demand.

Servizi finanziari

Con innovazioni e soluzioni intelligenti dedicate al denaro e al banking e pensate per ogni esigenza: è così che PostFinance disegna il futuro per le persone in Svizzera.



Videointervista a
Hansruedi Köng:
rdg.posta.ch/koeng



Mercato ipotecario

Più forte con CredEx e Valuu

PostFinance offre soluzioni a tutto tondo che permettono di trovare rapidamente e con semplicità offerte ipotecarie ad hoc sul mercato svizzero. Per rafforzare ulteriormente la sua posizione, acquisisce una partecipazione nella piattaforma ipotecaria B2B Credit Exchange (CredEx), società che continua a gestire il portale di intermediazione ipotecaria Valuu.

Traffico dei pagamenti

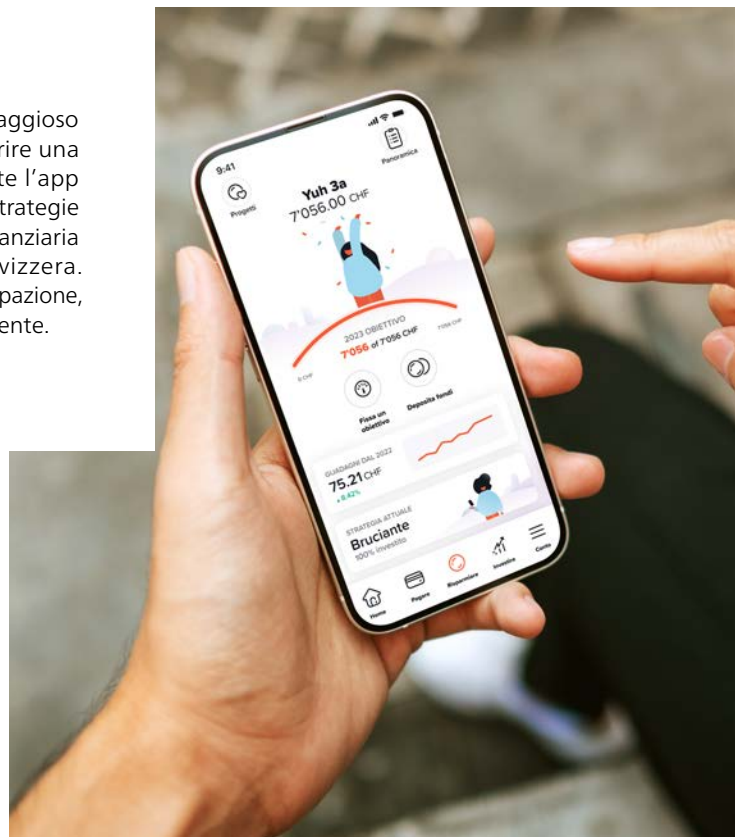
Pagamenti semplici e sicuri

PostFinance progetta continuamente soluzioni innovative per migliorare la comodità dei pagamenti: la PostFinance Card combinata con Debit Mastercard® può essere scelta ora come metodo di pagamento sicuro per effettuare transazioni con Apple Pay, senza dover estrarre la carta, premere tasti o usare contanti. Dal 2024 pagare negli shop online è ancora più semplice: PostFinance Pay consente di effettuare pagamenti elettronici, rapidi e sicuri attraverso la PostFinance App.

Soluzioni 3a**Yuh: investire in semplicità**

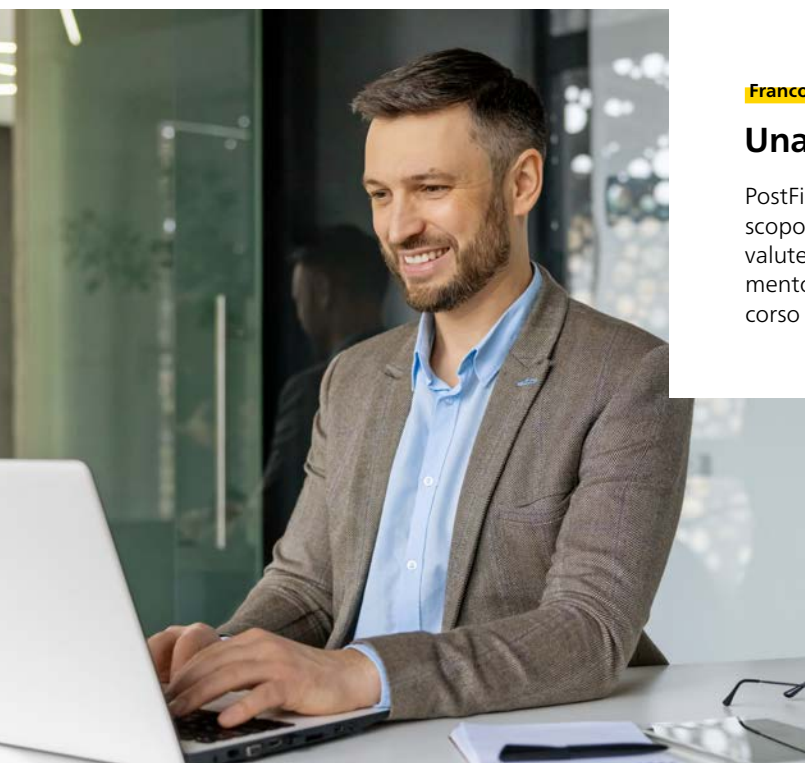
Investire in modo semplice, trasparente e vantaggioso nel 3° pilastro: da agosto 2023 è possibile aprire una soluzione di previdenza del pilastro 3a tramite l'app finanziaria Yuh e selezionare una delle cinque strategie d'investimento proposte. Yuh è la soluzione finanziaria completamente digitale e mobile della Svizzera. PostFinance e Swissquote detengono una partecipazione, rispettivamente del 50%, nell'azienda indipendente.

➔ postfinance.ch/yuh

**Valute digitali****Negoziare e custodire criptovalute in sicurezza**

La richiesta di valute digitali cresce continuamente. Da partner affidabile, PostFinance ha introdotto dall'inizio del 2024 servizi legati al commercio e alla custodia sicura di criptovalute in modo da consentire alla clientela di acquistare e vendere questi prodotti con la stessa semplicità di altri valori patrimoniali e di poterli inserire anche in portafogli investimenti tradizionali.

➔ postfinance.ch/cripto

**Franco digitale****Una stablecoin per la Svizzera**

PostFinance intende accelerare lo sviluppo del franco digitale e a questo scopo avvia una partnership con Swiss Stablecoin SA. Le stablecoin sono valute digitali dal valore particolarmente stabile che riproducono l'andamento di monete nazionali. Il test di fattibilità congiunto attualmente in corso mira a valutarne l'idoneità pratica.

Personale

Grazie a un organico di quasi 46'000 collaboratrici e collaboratori attivi in oltre 100 professioni e al servizio dell'azienda in tutti i Cantoni, tutte le regioni linguistiche e in 804 comuni della Svizzera, la Posta fa avanzare il paese. Vantando 1844 apprendiste e apprendisti in 19 gruppi di mestieri, è inoltre uno degli enti più importanti nel campo della formazione professionale e offre alle giovani generazioni la possibilità di seguire stage e programmi specifici per accedere al mondo del lavoro al termine degli studi universitari.

Come datore di lavoro la Posta offre condizioni d'impiego moderne ed eque e un ambiente lavorativo che valorizza le persone e tutela ogni forma di diversità, promuovendo l'inclusione: in azienda chiunque può fare carriera, indipendentemente dal sesso, dalla lingua o dalla provenienza. Per consentire a tutti gli individui di avere le carte in regola per affrontare le sfide del mondo del lavoro di oggi e di domani, la Posta investe sistematicamente in offerte di formazione e perfezionamento rivolte al personale, l'elemento chiave del suo successo.

Intervista a Valérie Schelker

Insieme diamo forma al cambiamento

In un periodo di profonda trasformazione la Posta introduce nuovi profili professionali, crea posti di lavoro interessanti in tutte le regioni e promuove la crescita e lo sviluppo del personale. Tutto questo per affrontare con il suo sostegno le sfide del futuro.

Signora Schelker, da responsabile Personale come definirebbe i cambiamenti in atto nel mondo del lavoro alla Posta?

Stimolanti, avvincenti e forieri di nuove possibilità. Penso ad esempio alla formazione nel profilo professionale nell'ambito del business digitale avviata nel 2023, alla ricerca di forza lavoro specializzata per l'etica dei dati in campo informatico, ai software intelligenti che aiutano a creare testi e presentazioni o ancora alla possibilità di pianificare i giri di recapito dei pacchi in modo dinamico, tramite app. Dal nostro personale, che noi accompagniamo nel cambiamento, ci aspettiamo però anche che sappia mettersi in gioco per crescere professionalmente.

In che modo la Posta guida il personale in questa evoluzione?

Come terzo maggiore datore di lavoro della Svizzera abbiamo il dovere di accompagnare e promuovere lo sviluppo del nostro organico. A tale scopo, nell'unità Servizi logistici abbiamo dato vita al programma «Andiamo!» che prevede offerte di assunzione, inserimento in azienda, perfezionamento e cambiamento d'impiego interno. Nell'ambito dell'apertura della rete a partner esterni, il personale delle nostre filiali impara a fornire alla clientela consulenze a tutto tondo. Molti collaboratori e collaboratrici vogliono crescere professionalmente in modo autonomo e questo ci fa ben sperare per il futuro.

Al tempo stesso la Posta aumenta con coerenza la sua efficienza. Come si conciliano questi due aspetti?

Sono i membri del personale a fare della Posta ciò che è, e non le macchine. Da qui la scelta di investire in condizioni d'impiego moderne e nella crescita professionale di collaboratori e collaboratrici.

Nel contempo, come qualsiasi altra azienda, anche noi dobbiamo dotarci di una struttura

economicamente efficiente. Il nostro obiettivo è trovare un buon equilibrio. Cerchiamo nuove soluzioni per riorganizzare la realtà lavorativa: entro il 2030 intendiamo accorpate gli uffici decentralizzati nelle 40 sedi attuali in circa 12 hub regionali a uso ufficio, così da ridurre i tempi di spostamento e creare posti di lavoro interessanti all'interno delle regioni. Utilizzando gli spazi in modo più ottimale, si risparmiano inoltre costi e risorse.

Che impatto hanno i cambiamenti sull'organizzazione della Posta?

Un impatto molto diretto. La Posta potrà avere successo sul lungo periodo solo se evolverà di pari passo con le esigenze di clienti e imprese, investendo nei settori in cui c'è una maggiore richiesta e ridimensionando o rimodulando la sua offerta in quelli in cui la domanda cala o muta. Per questo anche il mondo del lavoro all'interno della Posta è in costante divenire: nascono nuovi profili e si richiedono altre competenze. Assistiamo il nostro personale in questo percorso, nella funzione che sta svolgendo o nel passaggio a una nuova mansione. Anche questo rientra nella nostra responsabilità sociale. Proponendo oltre un centinaio di professioni offriamo molteplici possibilità di sviluppo e apprendimento all'interno dell'azienda.

Che cosa accomuna il personale della Posta nella diversità?

Per noi la diversità è una risorsa e un'opportunità. Naturalmente il personale che lavora per AutoPostale, nella logistica, presso PostFinance o allo sviluppo di soluzioni innovative nel mercato della comunicazione è esposto a sfide diverse. È per questo che prevediamo quindi soluzioni personalizzate per le varie categorie professionali. Di fondo però abbiamo obiettivi e valori comuni, una cultura condivisa. Ed è questo che ci unisce nella diversità.



Dal nostro personale, che noi accompagniamo nel cambiamento, ci aspettiamo che sappia mettersi in gioco.

Valérie Schelker
Responsabile Personale

Opportunità di sviluppo

Un personale impegnato è la chiave del successo

Il personale gioca un ruolo fondamentale nell'attuazione della strategia «Posta di domani». È per questo che l'azienda assiste e promuove l'organico esistente e, al tempo stesso, ricerca attivamente nuovi talenti, supportata da un Employer Brand forte.

La digitalizzazione e l'automazione ridefiniscono il mondo del lavoro in modo rapido e inarrestabile. I profili professionali cambiano e nascono nuovi mestieri che, a loro volta, richiedono nuove competenze, qualifiche e figure specializzate in grado di ricoprirli, in un mercato del lavoro altamente competitivo.

Le persone restano insostituibili

Calano le candidature e aumenta il tempo richiesto per occupare i posti vacanti: anche la Posta risente della carenza di forza lavoro che preoccupa l'intero paese e che viene accentuata dall'ondata di pensionamenti dei baby boomer. Nonostante le continue evoluzioni tecnologiche c'è una costante che non cambia: a costituire il cuore della Posta è sempre il suo personale, risorsa imprescindibile per adempiere al mandato di servizio pubblico.

La Posta è il motore di una Svizzera moderna. Sono le sue collaboratrici e i suoi collaboratori, attivi in più di 100 professioni, a farne girare gli ingranaggi: il postino che sale le ripide scale di un rustico in un paesino sperduto di montagna per recapitare la corrispondenza, l'operatrice di un centro di spartizione che smista a mano gli invii che non possono essere spartiti in modo meccanico e la consulente clienti che trova la soluzione ad hoc alla richiesta di un cliente commerciale. La digitalizzazione e l'automazione non riusciranno mai a sostituire le persone: per quanto supportino e velocizzino i processi e le attività, il fattore umano resta indispensabile per garantirne il corretto svolgimento.

Competenze per la Posta di domani

La crescente digitalizzazione ha già cambiato molti profili professionali e questo

processo è destinato a diventare ancora più rapido. «Per un datore di lavoro come la Posta è quindi fondamentale essere presente per il personale, offrendogli al tempo stesso le possibilità di sviluppo di cui ha bisogno», afferma Valérie Schelker, responsabile Personale. L'azienda punta sul perfezionamento continuo e sulla promozione mirata, sensibilizza le e i responsabili, nel loro ruolo di coach, a fornire supporto al proprio personale, facendo insieme un bilancio della situazione e promuovendone la crescita mirata. A tale scopo la Posta offre numerose formule, tra cui il perfezionamento in una determinata funzione, l'ampliamento della sfera di competenza, il cambiamento d'impiego temporaneo, i corsi di informatica o di lingua mirati e i corsi di gestione certificati.

Creare un Employer Brand interessante

Per acquisire e fidelizzare le migliori risorse specializzate, la Posta intende proporsi come un datore di lavoro interessante, tanto all'interno quanto all'esterno dell'azienda, facendo leva su alcuni elementi fondamentali: condizioni d'impiego eque, una cultura aziendale valorizzante, una gestione attenta e vicina al personale, contenuti del lavoro pertinenti e possibilità di sviluppo stimolanti. Per posizionare al meglio i temi innovativi del futuro, le molteplici opportunità lavorative e di sviluppo e le condizioni di lavoro allettanti, la Posta punta su un Employer Brand credibile e inconfondibile, accompagnato dal claim «Tingi il futuro di giallo», che funge da quadro di riferimento per tutte le misure di reclutamento e fidelizzazione del personale.

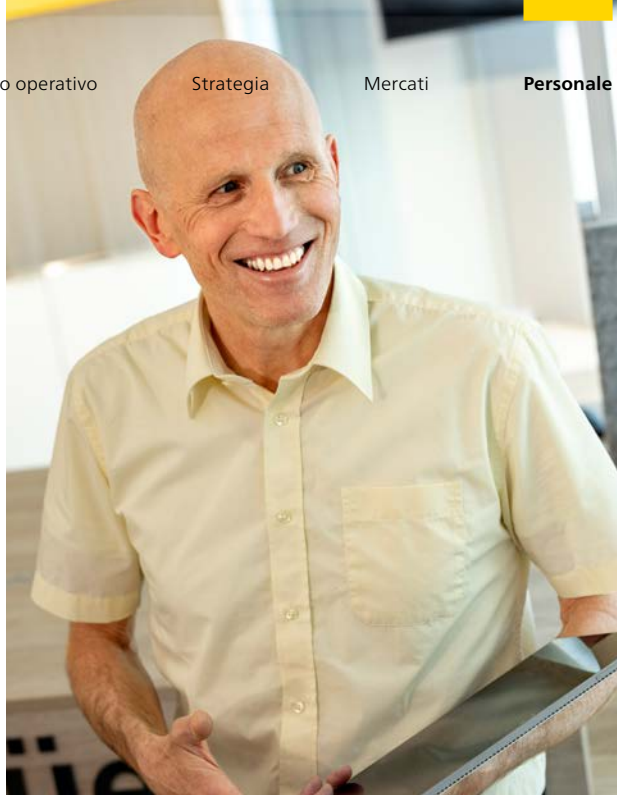
**i****Contratti collettivi di lavoro (CCL)****Un buon partenariato sociale**

La Posta attribuisce particolare importanza a condizioni d'impiego interessanti ed eque. È per questo che da anni porta avanti una collaborazione consolidata con i sindacati syndicom e transfair con l'obiettivo di definire condizioni d'impiego al passo coi tempi e, al tempo stesso, funzionali al successo economico dell'azienda. Queste norme sono racchiuse nei contratti collettivi di lavoro (CCL), attualmente sette, che regolamentano l'attività lavorativa. I contratti collettivi di lavoro Posta CH e PostFinance SA e l'accordo CCL mantello scadranno alla fine del 2024. Le relative negoziazioni sono iniziate nell'autunno dell'anno in esame.

CCL settoriale per 40'000 addette e addetti al recapito

I circa 40'000 tra collaboratrici e collaboratori impiegati nel settore del recapito consegnano ogni giorno pacchi, lettere, giornali e pubblicità in tutta la Svizzera. Finora per le loro basi d'impiego non erano stati definiti standard minimi uniformi. Nel 2023 i principali datori di lavoro ed esponenti del mercato logistico svizzero, i sindacati syndicom e transfair hanno concluso e ratificato le trattative per la stesura di un «CCL settoriale per il recapito in Svizzera». L'ultima parola spetta al Consiglio federale. Se approverà la richiesta di obbligatorietà generale, il documento normativo potrà entrare in vigore.

→ Rapporto non finanziario, pag. 48



I vantaggi per chi lavora alla Posta

Orario e struttura del lavoro flessibili

Lavoro in mobilità, home office, part time o job sharing, congedi sabatici, tempo parziale per i lavoratori anziani e pensionamento graduale: sono diverse le formule con cui la Posta aiuta il personale a conciliare al meglio vita privata e professionale. Entro il 2030 l'azienda creerà in tutta la Svizzera una dozzina di cosiddetti «hub a uso ufficio» moderni, funzionali e facilmente raggiungibili, che favoriranno gli incontri di persona, il networking, la capacità di innovazione e l'integrazione di nuovi membri del personale.

Stesso salario per mansioni equivalenti

La Posta si impegna per garantire la parità e la trasparenza salariale e per questo adesso è una delle prime aziende in Svizzera a indicare nei propri annunci di lavoro del CCL la retribuzione iniziale con la relativa fascia salariale. Grande importanza viene attribuita anche alla parità salariale tra i sessi. L'attuale analisi sui salari dimostra che, in tutte le unità operative, il valore relativo alla differenza salariale non giustificabile è ben al di sotto della soglia di tolleranza del 5% ammessa dalla Confederazione. Un risultato di tutto rispetto, ma la Posta vuole fare ancora di più.

→ Rapporto non finanziario, pag. 44

Rafforzare la diversità

Chiunque deve avere la possibilità di fare carriera alla Posta, indipendentemente dal sesso, dalla lingua, dalla provenienza, da eventuali disabilità o dall'età. Al suo personale l'azienda offre un ambiente di lavoro che valorizza le persone, non discrimina e che favorisce la diversità e l'inclusione. Gli eventi periodici e le misure di formazione per collaboratori e responsabili puntano a sensibilizzare e sviluppare un atteggiamento privo di pregiudizi, mentre le diverse reti interne consentono ai membri del personale di confrontarsi e partecipare a varie iniziative.

→ Rapporto non finanziario, pag. 44

Consolidare l'idea di gestione

Fiducia, centralità del cliente e impegno: sono questi i valori su cui si fonda la cultura aziendale della Posta. Con il programma di leadership «En viadi», appositamente orientato alla trasformazione, si punta a radicare la nuova idea di gestione a livello aziendale, affiancando e preparando le persone con responsabilità direttive. Queste ultime, infatti, creano le condizioni quadro e un ambiente di lavoro gratificante, stimolano e promuovono il personale in base ai punti di forza che possiede e giocano un ruolo chiave nello sviluppo di una collaborazione efficace.

→ Rapporto non finanziario, pag. 39

Apprendimento continuo

La Posta incentiva il personale a investire autonomamente nella propria crescita professionale sostenendolo in questo percorso di apprendimento continuo con un ampio ventaglio di offerte, tra cui formazioni tecniche e gestionali certificate, occasioni di scambio informali e format di e-learning. Con il programma «Digital Champion» le collaboratrici e i collaboratori possono rafforzare le proprie competenze digitali attraverso moduli di autoapprendimento, sessioni informative con esperti e possibilità di networking.

→ Rapporto non finanziario, pag. 46

Promuovere la salute e la motivazione

La Posta desidera che il suo personale goda di buona salute fisica e mentale e, di conseguenza, che sia anche motivato. Negli ultimi anni, però, le assenze sono aumentate, in azienda come nel resto del paese. In fatto di salute la Posta investe pertanto nella prevenzione e in particolare nella formazione delle e dei responsabili. Dalla piattaforma digitale StayFit il personale può mettersi in contatto tramite una funzione di chat anonima (al momento disponibile solo in tedesco) con la consulenza sociale e per la pianificazione della carriera e accedere inoltre a un'ampia offerta informativa.

→ Rapporto non finanziario, pag. 42

Tecnologia e innovazione

Il core business della Posta si fonda su un ambiente tecnologico forte, moderno e sempre più digitalizzato, requisito imprescindibile per garantire il recapito puntuale di lettere e pacchi. Per offrire anche in futuro servizi di altissima qualità e soddisfare le richieste della clientela, l'azienda punta con coerenza sul continuo ampliamento delle proprie competenze. A tale scopo non digitalizza solo il segreto postale: avvalendosi di tecnologie innovative come la Robotic Process Automation, l'intelligenza artificiale e i Large Language Models migliora l'efficienza dei processi interni e alleggerisce il lavoro del personale, affidando a robot software le attività ripetitive e di routine. Grazie all'intelligenza artificiale (IA) la clientela beneficia, a sua volta, di nuovi pratici servizi su misura per le sue esigenze.

Con soluzioni IT collaudate la Posta intende far avanzare la Svizzera, accompagnandola nel percorso della trasformazione digitale come partner affidabile. Sempre e ovunque, in casa, al lavoro e in mobilità.



Intervista a Wolfgang Eger

Perché la Posta punta sulle innovazioni digitali

Servizi affidabili e sicuri di comunicazione digitale sono la chiave del successo di domani e acquisiscono una rilevanza sempre maggiore per il servizio pubblico. È per questo che la digitalizzazione è protagonista indiscussa della strategia di crescita della Posta.

Signor Eger, che significato ha la digitalizzazione della Posta per lei in quanto responsabile Informatica/Tecnologia?

La digitalizzazione cambia il mondo privato e del business in modo sostanziale e repentino. Un'azienda che vuole avere successo deve riconoscere e soddisfare rapidamente le nuove esigenze digitali della clientela, senza perdere la propria competitività. Utilizzare e padroneggiare la tecnologia e le innovazioni è fondamentale per assicurare il successo della Posta di domani. Quella che perseguiamo è quindi anche una strategia di digitalizzazione. Per garantire ai destinatari la possibilità di decidere in prima persona come, dove e quando ricevere la corrispondenza servono soluzioni sia digitali sia ibride, che collegano i due mondi e confermano la centralità della Posta nello sviluppo futuro del servizio pubblico digitale in Svizzera.

In che modo l'unità Informatica/Tecnologia di cui è a capo porta avanti la trasformazione della Posta?

Innanzitutto ampliando le competenze nella comunicazione digitale, guardando in particolare a soluzioni semplici e sicure, e ponendo tali conoscenze in stretta relazione con il business. Il nostro modello di collaborazione dell'«Embedded IT» tra I/T e le unità operative consente di trovare le applicazioni giuste, di sperimentare nuove soluzioni, di apprendere e di proporre soluzioni digitali sempre più performanti, redditizie e in linea con le esigenze specifiche dei clienti.

Che ruolo giocano temi come l'internet delle cose, l'intelligenza artificiale e la cibersecurity?

Questi tre aspetti saranno protagonisti indiscussi del futuro dell'informatica per la Posta: grazie all'impiego della Robotic Process Automation, dell'IA o di Large Language Models l'azienda guadagnerà in efficienza e agilità. La sicurezza delle informazioni resta tuttavia una priorità assoluta per l'intero gruppo; la fiducia, infatti, è la porta d'accesso al mondo digitale. Attualmente la Posta impiega già oltre 200 esperte ed esperti di cibersecurity. I nostri investimenti, legati in particolare all'acquisizione della maggioranza azionaria di terreActive, società argovese specializzata in sicurezza cibernetica, o della vodese Hacknowledge, rappresentano un importante passo avanti nel campo della sicurezza.

Quali sono le principali sfide che vi attendono?

Oltre a preservare la qualità dei sistemi, nei prossimi anni ci dedicheremo con grande impegno all'implementazione di nuove tecnologie e soluzioni per operare interventi di digitalizzazione in tutte le unità, senza mai perdere di vista i nostri elevati standard etici di sicurezza. Garantire un giusto equilibrio tra velocità di attuazione, apprendimento continuo, adattamento, digitalizzazione dei processi per il personale e sviluppo dell'esperienza cliente digitale sarà una sfida che saremo lieti di affrontare ogni giorno.

Fatti e cifre

280

ondate di phishing contro la clientela, **40'000 attacchi di virus** e **8 milioni di e-mail di SPAM** vengono intercettati ogni mese dalla Posta.

800

applicazioni sviluppate autonomamente, **700 tecnologie software** e **5300 banche dati** sono in uso alla Posta.

60 terabyte

di **dati** sono salvati sulle piattaforme della Posta.



Tecnologie digitali innovative

Servizi più efficienti grazie alla digitalizzazione

Avvalendosi di tecnologie digitali innovative, la Posta migliora l'efficienza dei processi interni e snellisce il lavoro del personale, affidando a robot e chatbot le attività ripetitive e di routine, rispettivamente nella logistica e nel servizio clienti. Grazie all'IA la clientela beneficia a sua volta di nuovi servizi, pratici e funzionali.

Come sfruttare la digitalizzazione per sviluppare nuovi servizi e rendere quelli esistenti più intuitivi e a misura di cliente? Quali processi quotidiani si possono migliorare e snellire? Sono queste le domande che guidano i processi di innovazione in qualsiasi settore della Posta, dal marketing al servizio clienti, dall'ambito doganale a quello della logistica ospedaliera.

Soluzioni di comunicazione versatili con l'IA

La Posta lancia il Minimum Viable Product (MVP) «Text Creator with AI», un servizio innovativo basato sulla tecnologia ChatGPT in grado di creare proposte di testo per lettere personalizzate che, su richiesta, possono essere anche stampate, imbustate e spedite. Anche nel Contact Center l'azienda si affida alle molteplici possibilità offerte dalla digitalizzazione e dall'IA, tra cui Voice-to-Text, chatbot, live chat o WhatsApp per fornire un servizio di assistenza più efficiente e andare incontro alle mutate esigenze della clientela. Grazie all'IA e all'automazione delle e-mail

può, inoltre, evadere le richieste 24 ore su 24. L'applicazione di Large Language Models rende possibile, invece, l'integrazione di un sistema di chatbot nel manuale per la consulenza clienti capace di rispondere direttamente a domande specifiche del personale evitando lunghe ricerche. La Posta fa passi avanti anche nella tecnologia vocale: grazie a una nuova skill di Alexa, ad esempio, è possibile tracciare gli invii e utilizzare il servizio «pick@home».

Robotic Process Automation nello sdoganamento

La Robotic Process Automation (RPA) è una tecnologia che consente di automatizzare determinate attività con l'aiuto di robot software. La Posta ha già introdotto più di 80 processi di questo tipo ad esempio per elaborare documenti per lo sdoganamento incompleti: in questo caso il robot contatta digitalmente la o il cliente, raccoglie le informazioni necessarie tramite un modulo online e poi lo allega in formato PDF all'invio. L'IA, addestrata con oltre 8 milioni di invii di lettere



Digital Innovation Center

Per innovare non basta disporre di know-how tecnologico e conoscenze specialistiche. È per questo che la Posta ha creato il Digital Innovation Center, un team virtuale e cross-funzionale che assiste le diverse unità operative nello sviluppo di soluzioni digitali fungendo da ponte tra il mondo della tecnologia e del business.

e pacchi importati, offre un aiuto prezioso anche per le dichiarazioni doganali indicando se un invio è soggetto o meno a dazi. I robot utilizzati dai grandi operatori di e-commerce sono in grado di distinguere diversi tipi di richieste, prendere decisioni, analizzare dati, tracciare gli invii e comunicare con la clientela, riducendo notevolmente i tempi di esecuzione dei processi.

L'avvento dei robot nella logistica ospedaliera

La Posta supporta gli ospedali nella logistica con soluzioni robotizzate. Nel presidio Triemli di Zurigo ad esempio mette a disposizione quattro robot che, operando di notte con un'autonomia massima di dieci ore, sono in grado di smistare più di 450 chili di materiale di consumo nei 34 piani della struttura, occupandosi contemporaneamente di smaltire quello usato. Una manna dal cielo per il personale medico che può investire il tempo e le energie risparmiate nella cura dei pazienti.

Soluzioni clienti digitali

ePost, la cassetta delle lettere digitale

Ricevere, inviare, archiviare e tracciare la corrispondenza in formato digitale, effettuare pagamenti e firmare contratti: tutto questo grazie alla cassetta delle lettere digitale ePost, che offre ai privati soluzioni semplici per risparmiare tempo e carta e alle aziende e alle autorità una piattaforma di comunicazione ideale per trasmettere in sicurezza dati sensibili.

+ epost.ch/it-ch

Elezioni e votazioni online

Nel 2023 il Consiglio federale ha autorizzato il sistema di voto elettronico della Posta, offrendo all'elettorato la possibilità di esprimere la propria preferenza tramite computer, smartphone o tablet in Svizzera e all'estero. La soluzione ideata dalla Posta per Cantoni e Comuni si fonda su tecnologie di ultima generazione e garantisce la segretezza del voto e la verificabilità completa.

+ posta.ch/e-voting

Comunicare in modo affidabile e sicuro

Garantire che nessuno ascolti le conversazioni private, anche se avvengono online: è questo l'obiettivo delle piattaforme di comunicazione per aziende sviluppate dalla Posta che, integrando strumenti come il co-browsing e le videochiamate, consentono al personale di comunicare in sicurezza con la clientela. L'azienda offre soluzioni ad hoc anche per lo svolgimento di eventi in presenza, ibridi e virtuali che richiedono standard di sicurezza elevati.

+ spotme.com

+ unblu.com

Scambiare dati in sicurezza con IncaMail

Veloce da implementare, semplice da usare e pienamente conforme ai requisiti in materia di protezione dei dati, IncaMail è la soluzione ideata dalla Posta per inviare documenti confidenziali come contratti o dati personali in modo codificato e documentabile a qualsiasi destinatario dal client di posta o dal software aziendale utilizzato abitualmente.

+ posta.ch/incamail

Digitalizzare la sanità

Fermamente convinta dell'utilità della cartella informatizzata del paziente come fulcro di un settore sanitario digitalizzato, la Posta è oggi partner tecnologico di sei fornitori della CIP e di comunità di riferimento in tutte le regioni linguistiche della Svizzera.

+ cartellapaziente.ch

In prima linea per la cibersecurity

Gli attacchi cibernetici sono difficili da evitare, ma i relativi danni invece no. Ecco perché è fondamentale reagire rapidamente. I servizi forniti dagli specialisti in sicurezza cibernetica della Posta consentono di rilevare e segnalare nel minor tempo possibile le minacce alle infrastrutture IT di aziende ed enti in modo da adottare le misure necessarie con la massima tempestività.

+ hacknowledge.ch

+ terreactive.ch

Salvare e condividere file in sicurezza

La cooperazione digitale è veloce, efficiente e pratica tanto per comunicare quanto per trasferire dati o collaborare nel cloud. Tuttavia, proprio in ambito aziendale, si ha spesso a che fare con informazioni sensibili e occorre rispettare severe disposizioni di legge. La Posta è specializzata nella sicurezza dei dati e propone soluzioni semplici e sicure per il trasferimento, la condivisione e l'archiviazione dei dati, soprattutto in campo amministrativo.

+ tresorit.ch

Un'identità digitale affidabile

Per accedere a molte offerte digitali è necessario eseguire un'identificazione a video. Oltre a emettere il login SwissID applicabile a diversi settori, SwissSign propone altre soluzioni a misura di utente in termini di certificati, firme e identità, direttamente integrabili nei processi e nei sistemi IT esistenti.

+ swissid.ch/it

Responsabilità

La Posta si assume la propria responsabilità aziendale nell'ottica di favorire un adeguato equilibrio tra successo economico, operato rispettoso dell'ambiente e dell'ecologia e impegno per il bene comune e la società. Quest'atteggiamento responsabile e sostenibile presenta molte sfaccettature, soprattutto per un'azienda come la Posta attiva in mercati così diversi tra loro. Nell'ambito del clima e dell'energia si esprime ad esempio nella volontà di migliorare la propria efficienza energetica e aumentare la quota di energie rinnovabili. Investendo nella riduzione del CO₂ e in tecnologie di rimozione delle emissioni residue, a partire dal 2040 l'intero gruppo, catena di creazione del valore inclusa, raggiungerà l'obiettivo delle emissioni nette pari a zero. Nel rapporto con i fornitori si declina, invece, nella promozione di condizioni di lavoro eque e misure ecologiche, mentre in ambito culturale e sociale nel sostegno a progetti in grado di creare un valore aggiunto per la popolazione svizzera. Esemplificativo in tal senso è l'impegno della Posta come partner principale dell'associazione Sentieri Svizzeri.



Rapporto non finanziario

Il Rapporto non finanziario, pubblicato per la prima volta nel 2023 a complemento del Rapporto finanziario e del Rapporto annuale, si focalizza su aspetti sociali, ecologici, etici e di governance.

→ [Rapporto non finanziario 2023 \(PDF\)](#)

Clima ed energia

In prima linea per un futuro sostenibile

La Posta agisce con senso di responsabilità nei confronti della società, dell'ambiente e dell'economia. In tale ottica punta con determinazione ad azzerare le emissioni nette di tutta l'azienda entro il 2040, ricorrendo principalmente a misure di riduzione mirate.

Essendo una delle principali aziende logistiche e di trasporto della Svizzera, la Posta può influire in maniera significativa sull'abbattimento delle emissioni di CO₂ e sull'aumento dell'efficienza energetica al fine di tutelare il clima. Per questo persegue un obiettivo climatico ed energetico ambizioso: recapitare lettere e pacchi nei centri urbani di Zurigo, Berna, Basilea e Ginevra a zero emissioni di CO₂ a partire dal 2025. Dal 2030 intende inoltre raggiungere la completa neutralità climatica per le attività proprie grazie all'adozione di motori alternativi, all'utilizzo di elettricità derivante al 100% da fonti rinnovabili svizzere e alla sostituzione dei sistemi di riscaldamento a combustibili fossili. A partire dal 2040 l'intera catena di creazione del valore, e di conseguenza tutta l'azienda, dovranno produrre emissioni nette pari a zero, mentre entro lo stesso anno si dovrà tagliare il traguardo del «net zero». Dal 2030 le emissioni residue che non potranno essere evitate verranno neutralizzate: ciò significa che oltre alle attività di riduzione di CO₂ la Posta sottrarrà attivamente anidride carbonica dall'atmosfera. L'obiettivo climatico della Posta è in linea con il target più ambizioso della Science Based Targets initiative (SBTi) ed è stato esaminato e approvato nell'anno in esame, lanciando un segnale importante per l'attuazione coerente delle diverse misure.

Un modello di sostenibilità

«Il cambiamento climatico è una delle sfide più importanti del nostro tempo. Abbiamo il dovere di agire subito». È con queste parole che Christian Plüss, responsabile Servizi di mobilità e delegato della Direzione del gruppo per la sostenibilità riassume l'impegno della Posta per raggiungere l'obiettivo climatico ed energetico che si è prefissata. «Attualmente stiamo attuando diverse misure per riuscire a ridurre in modo efficace le nostre emissioni di

CO₂. In tal senso abbiamo già effettuato investimenti importanti». Ad esempio per realizzare l'infrastruttura richiesta per spartire e recapitare in modo sostenibile lettere e pacchi, per migliorare l'efficienza energetica dei centri di elaborazione dotandoli di impianti fotovoltaici di grandi dimensioni o per creare un parco veicoli rispettoso del clima. Oltre ai circa 6900 scooter elettrici per il recapito degli invii, vengono impiegati sempre più furgoni a propulsione elettrica. Il ricorso a questa tipologia di mezzi, da solo, evita alla Posta quasi 9700 tonnellate annue di emissioni di CO₂.

Anche le linee autopostale vengono progressivamente convertite alla mobilità elettrica: entro il 2040 al più tardi l'intera flotta composta da circa 2300 veicoli dirà addio ai combustibili fossili.

Invii «pro clima»

Le emissioni di CO₂ di tutti i pacchi e le lettere trasportati dalla Posta vengono compensate al 100% attraverso invii «pro clima». La compensazione si attua nell'ambito di progetti d'eccellenza per la tutela del clima in Svizzera e all'estero.

Fatti e cifre

2025

Dal 2025 la Posta recapiterà lettere e pacchi con veicoli elettrici nei centri urbani.

2030

Dal 2030 la Posta avrà raggiunto la neutralità climatica nell'ambito delle attività proprie.

2040

A partire dal 2040 le emissioni nette prodotte dalla Posta, catena di creazione del valore inclusa, saranno azzerate.

SBTi

L'obiettivo climatico della Posta è stato approvato dalla Science Based Targets initiative.



Il triplo di energia solare dagli impianti aziendali

Tetti, facciate e superfici di circolazione non edificate: la Posta sfrutta tutti gli spazi idonei sovrastanti e adiacenti agli edifici di sua proprietà per ampliare la propria rete fotovoltaica. I 34 impianti esistenti producono oggi ben 11 megawatt di picco (MWp) che dopo il potenziamento in atto diventeranno 30, un quantitativo di energia in grado di coprire il fabbisogno annuo di 6666 famiglie. Nei pros-

simi anni la Posta investirà circa 40 milioni di franchi per ingrandire gli impianti fotovoltaici, favorendo così l'elettificazione del parco veicoli e rendendosi più indipendente nell'approvvigionamento energetico. Con una superficie di 7540m², quello del centro logistico di Villmergen è il terzo impianto fotovoltaico più grande tra quelli attualmente in dotazione alla Posta.

Neutralizzazione di CO₂

Rimuovere le emissioni residue dall'atmosfera

A partire dal 2030 le emissioni che la Posta non riuscirà ancora a evitare verranno neutralizzate, ossia rimosse dall'atmosfera e stoccate nel tempo. Al momento i metodi naturali ritenuti più efficaci a tale scopo sono due: la produzione di carbone vegetale e la gestione forestale sostenibile.



La Posta intende abbattere il 90% delle emissioni di CO₂ che produce, operando ad esempio la transizione all'elettrico del proprio parco veicoli. Rimane però un 10% circa di emissioni residue che l'azienda mira a eliminare dall'atmosfera a partire dal 2030 attraverso appositi metodi e misure di cattura e stoccaggio a lungo termine. Per svilupparli, è nata la società affiliata Posta CDR SA (Carbon Dioxide Removal).

Passi avanti grazie al carbone vegetale

L'uso di biochar, ad esempio come componente per la produzione di cemento ecologico, si è rivelato essere un efficace pozzo di assorbimento del carbonio. Da qui la scelta della Posta di patrocinare il progetto dell'azienda Inkoh AG che nella sede di Maienfeld (GR) produce carbone vegetale utilizzando residui di legno non trattati provenienti da foreste svizzere mediante un processo di pirolisi.

Gestione forestale sostenibile

Anche le foreste, soprattutto se gestite in modo sostenibile, sottraggono anidride carbonica dall'atmosfera fissandola nel legno. La durata di questo stoccaggio presuppone un impiego a lungo termine del materiale, ad esempio nell'edilizia. Per mettere in pratica questo processo, la Posta ha acquisito un'area forestale di 2400 ettari in Germania, in Turingia.

«La produzione di carbone vegetale e la gestione forestale sostenibile, abbinate all'utilizzo a lungo termine del legname, sono dei primi passi importanti verso la neutralizzazione del CO₂», sostiene Philipp Mäder, direttore di CDR SA.

▶ posta.ch/rimuovere-co2

Acquisti

Nel rispetto dell'obbligo di diligenza

Veicoli per le consegne, abbigliamento, carta o penne a sfera: ogni anno la Posta acquista merci e servizi per circa 3 miliardi di franchi da fornitori che operano in più di 200 settori in 40 paesi. La base per la collaborazione è costituita dal «Codice di condotta per i fornitori ai fini dell'attuazione di acquisti responsabili» che i partner devono accettare, impegnandosi così a rispettare i diritti umani, vietare il lavoro minorile, pagare salari equi e tutelare l'ambiente e il clima lungo la catena di distribuzione. Nel corso di una verifica approfondita la Posta ha appurato che tra i suoi fornitori non

sussistono rischi fondati di lavoro minorile. Questo anche in virtù dell'impegno pluriennale dell'azienda a favore degli acquisti sostenibili in un settore particolarmente vulnerabile da questo punto di vista: quello tessile. Membro della ONG indipendente Fair Wear Foundation, la Posta vanta infatti una conoscenza approfondita dei propri fornitori di abbigliamento e sta altresì verificando le catene di distribuzione di altre categorie merceologiche, al fine di ridurre i rischi in materia di diritti umani.



Effettuando acquisti responsabili tuteliamo le persone e l'ambiente.

Alex Glanzmann
Responsabile Finanze



Escursionismo

Sentieri che uniscono, esperienze che restano

Partner principale dell'associazione Sentieri Svizzeri, la Posta promuove lo sport popolare per eccellenza in Svizzera, impegnandosi per offrire una rete unica di percorsi, lunga ben 65'000 chilometri, e proporre escursioni e attività per tutti i gusti, anche per le famiglie.

Dove si potrebbe andare? Sul sito post.ch/escursioni, chi ama l'escursionismo troverà proposte di itinerari, eventi per tutta la famiglia e una serie di consigli pratici. Ogni anno la Posta pubblica, inoltre, una cartina escursionistica con nuovi percorsi. Per scegliere quelli adatti anche ai bambini basta seguire i consigli delle simpatiche guide a quattro zampe, tra cui la marmotta Emma e lo stambecco Hans.

La Posta è partner dell'associazione Sentieri Svizzeri dal 2017. «In comune non abbiamo solo il colore giallo, ma molto di più», afferma Melanie Schmid, responsabile Live Communications, spiegando ciò che spinge l'azienda a impegnarsi in questo settore. «Proprio come la Posta, i cartelli posizionati lungo i sentieri incarnano l'identità, la qualità e l'affidabilità svizzere, al di là delle regioni e dei confini linguistici».

Impegnata su molti fronti

La Posta promuove inoltre progetti escursionistici pensati soprattutto per le famiglie, impossibili da realizzare senza sostegno finanziario, e propone incarichi di lavoro per collaboratori e collaboratrici che desiderano cimentarsi per un giorno con la manutenzione dei sentieri. Con storie e indovinelli, partecipa anche all'avvincente serie di eventi

«Escursioni Coop per tutta la famiglia». Infine, assicura anche il trasporto andata e ritorno degli escursionisti: le mete suggerite possono essere, infatti, comodamente raggiunte in autopostale.

Impegni

Locarno Film Festival

Sponsor del Locarno Film Festival da 22 anni, la Posta patrocina ora anche il BaseCamp, l'iniziativa dedicata a giovani talenti dell'arte cinematografica e della regia. In veste di partner logistico, Auto-Postale offre un servizio navetta gratuito.

[+ post.ch/locarno-festival](https://post.ch/locarno-festival)

Museo della comunicazione

Con un format moderno e innovativo, il Museo della comunicazione di Berna attira visitatrici e visitatori da tutta la Svizzera. Il personale della Posta, che insieme a Swisscom è la fondatrice dell'ente, può accedervi gratuitamente.

[+ post.ch/sponsoring](https://post.ch/sponsoring)

2 x Natale

Fare una buona azione aiutando chi è in difficoltà: è questa l'idea di fondo dell'iniziativa «2 x Natale». Partner logistico della campagna, la Posta ha preso in consegna 54'050 pacchi, consegnandoli alla Croce Rossa Svizzera che si è occupata di smistarli in due giornate, anche grazie all'aiuto di numerosi volontari e volontarie dell'azienda.

[+ post.ch/2xnatale](https://post.ch/2xnatale)

Campagna Gesù Bambino

Ogni anno la Posta riceve oltre 30'000 lettere indirizzate a Babbo Natale o a Gesù Bambino. Un team speciale composto da otto folletti risponde a questi messaggi inviati da bambini di tutte le età con un augurio originale e affettuoso.

[+ post.ch/lettere-babbo-natale](https://post.ch/lettere-babbo-natale)

Informazioni sul rendiconto

Struttura dei documenti

Il rendiconto 2023 della Posta comprende i seguenti documenti:

- La Posta Svizzera SA
 - Rapporto annuale 2023
 - Rapporto finanziario 2023 (relazione annuale, Corporate Governance e chiusure annuali del gruppo, de La Posta Svizzera SA e di PostFinance SA)
 - Rapporto non finanziario 2023
- PostFinance SA
 - Rapporto di gestione 2023
 - Rapporto su questioni non finanziarie 2023
 - Pubblicazione dei fondi propri di rilevanza sistemica al 31 dicembre 2023
 - Pubblicazione dei fondi propri al 31 dicembre 2023
 - Pubblicazione dei rischi finanziari legati al clima per l'anno d'esercizio 2023

Questi documenti possono essere scaricati in formato elettronico all'indirizzo [→ rapportodigestione.posta.ch/downloads](https://rapportodigestione.posta.ch/downloads) e [→ postfinance.ch/rapporto](https://postfinance.ch/rapporto). Il Rapporto annuale e il Rapporto finanziario della Posta, così come 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 di copie cartacee

La versione su carta del Rapporto annuale e del Rapporto finanziario della Posta può essere ordinata su [→ posta.ch/ordinazione-rapportodigestione](https://posta.ch/ordinazione-rapportodigestione), mentre quella del Rapporto di gestione di PostFinance su [→ postfinance.ch/rapportodigestione](https://postfinance.ch/rapportodigestione). Il personale della Posta può richiederne 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. +41 848 888 888
Contatto per i media +41 58 341 00 00
posta.ch

Concezione e gestione del progetto

Deborah Paglialonga,
Comunicazione Posta, Berna
Dr. Andreas Sturm, phorbis Communications SA, Basilea

Testi

Redazione Posta, Berna
Sandra Schindler e Mareike Fischer, 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 e la stampa

Il presente rapporto è stato stampato con compensazione di CO₂ su carta riciclata certificata FSC® 100% senza sbiancanti ottici ([→ myclimate.org/01-24-220592](https://myclimate.org/01-24-220592)). La carta BalancePure® è stata premiata con l'etichetta ecologica Blauer Engel, assegnata a prodotti particolarmente rispettosi dell'ambiente ([→ blauer-engel.de](https://blauer-engel.de)). Inoltre, ha ricevuto l'etichetta ecologica dell'UE ([→ ecolabel.eu](https://ecolabel.eu)) e le certificazioni FSC® ([→ fsc.org](https://fsc.org)) e «Cradle to Cradle Certified Silver» ([→ c2ccertified.org](https://c2ccertified.org)).



stampato in
svizzera

Cifre degli ultimi cinque anni

		2019	2020	2021	2022	2023
Risultato						
Ricavi d'esercizio	mln di CHF	7'168	6'548	6'877	6'859	7'279
conseguiti sul libero mercato	% dei ricavi d'esercizio	85,4	84,8	86,1	86,0	87,6
di cui fatturato realizzato all'estero ¹	% dei ricavi d'esercizio	14,8	9,5	9,1	9,9	9,8
Risultato d'esercizio	mln di CHF	450	258	515	358	323
conseguito sul libero mercato	% del risultato d'esercizio	75,1	68,2	79,8	87,7	91,3
Utile del gruppo	mln di CHF	255	178	452	295	254
Capitale proprio	mln di CHF	6'834	6'906	8'918	9'884	10'255
Creazione di valore						
Valore aggiunto aziendale ²	mln di CHF	-17	-125	-8	-96	-215
Creazione di valore aggiunto	mln di CHF	4'616	4'180	4'376	4'296	4'279
per il personale	mln di CHF	3'764	3'529	3'448	3'496	3'516
per i finanziatori terzi	mln di CHF	75	50	44	66	71
per l'amministrazione pubblica	mln di CHF	32	28	55	37	45
per la proprietaria	mln di CHF	50	50	50	50	50
per l'azienda	mln di CHF	695	523	779	647	597
Impieghi						
Organico (senza personale in formazione) ³	unità di personale	39'670	39'089	40'144	34'072	34'587
Personale in formazione in Svizzera	persone	1'894	1'863	1'860	1'839	1'844
Impieghi nelle regioni periferiche ⁴	persone	16'073	15'655	16'660	16'224	16'244
Tasso di fluttuazione (partenze volontarie)	in % dell'organico medio	5,1	4,1	5,0	6,2	6,4
Licenziamenti dettati da motivi economici	unità di personale	78	57	85	25	43
Rapporti d'impiego, salari e indennità						
Assunzione in base al CCL Posta	% dell'organico	79,6	79,6	80,3	81,0	80,3
Salario minimo CCL Posta ⁵	CHF all'anno	47'620	47'820	50'451	50'653	52'503
Salario medio del personale	CHF all'anno	82'741	83'636	84'490	84'629	85'552
Remunerazione media dei membri della Direzione del gruppo	CHF all'anno	582'289	575'822	583'501	575'349	576'393
Forbice salariale ⁶	fattore	7,0	6,9	6,9	6,8	6,7
Gestione della salute						
Infortuni professionali	quantità ogni 100 unità di personale	6,4	6,1	7,4	7,0	7,5
Giorni di assenza per ragioni mediche ^{7, 8}	giorni per collaboratrice/collaboratore	13,3	13,3	7,7	9,4	9,8
Diversità						
Donne	% dell'organico	45,0	44,1	43,0	42,0	41,3
Nazioni rappresentate	quantità	140	142	143	147	141
Donne nel Consiglio di amministrazione	%	33,3	33,3	33,3	40,0	44,4
Donne nella Direzione del gruppo ⁹	%	12,5	12,5	25,0	25,0	25,0
Donne nei quadri superiori	%	17,1	19,8	21,6	22,6	24,2
Donne nei quadri medi e inferiori	%	23,8	22,3	22,8	21,8	22,3
Demografia						
Età media del personale	anni	46,1	46,0	45,8	45,8	46,1
Consumo di risorse¹⁰						
Fabbisogno energetico	GWh	1'538	1'495	2'063	2'098	2'058
fabbisogno energetico all'interno della Posta	GWh	875	850	1'092	1'085	1'060
da fonti rinnovabili	%	20,2	20,1	16,2	16,1	16,6
fabbisogno energetico all'esterno della Posta	GWh	663	645	971	1'013	998
Impatto climatico (Scope 1-3)¹⁰						
Impatto climatico Scope 1+2 (attività proprie)	t di CO ₂ equivalenti	191'014	185'794	249'034	247'987	241'221
Impatto climatico Scope 3 (resto della catena di creazione del valore)	t di CO ₂ equivalenti	248'132	242'573	1'943'364	1'958'481	1'860'903

1 Definizione di «estero» conformemente all'allegato alla chiusura annuale del gruppo 2023, punto 6.6, «Informazioni geografiche»

2 Nel valore aggiunto aziendale rientrano i costi netti derivanti dall'obbligo di erogare il servizio universale, per un totale di 268 milioni di franchi (2022: 260 milioni; 2021: 257 milioni; 2020: 231 milioni; 2019: 281 milioni). Definizione dei costi netti, cfr. pag. 18 del Rapporto finanziario.

3 I valori fino all'anno 2021 compreso includono l'organico di Swiss Post Solutions, unità operativa venduta.

4 La definizione dei comuni rurali è stata adeguata sulla base del nuovo rilevamento, a partire dal 2022 e con effetto retroattivo per il 2021, ed è conforme a quanto previsto dall'Ordinanza sulla politica regionale della SECO. I valori relativi agli anni dal 2019 al 2020 non sono confrontabili con quelli del 2021 e del 2022.

5 Il valore presentato fino al 2020 corrisponde al salario minimo versato a collaboratrici e collaboratori di 18 anni che non hanno ancora concluso l'apprendistato. A partire dal 2021 viene presentato il salario minimo corrisposto al personale residente in comuni lontani dai centri urbani (regione D).

6 Fattore = retribuzione media dei membri della Direzione del gruppo rispetto al salario medio del personale

7 La continuazione dell'impiego del personale con assenze prolungate viene gestita in modo diverso a seconda dell'azienda e del settore. Per consentire un confronto con i dati dell'Ufficio federale di statistica (UST) e di altre aziende svizzere, nel presente calcolo vengono prese in considerazione le assenze di collaboratori a tempo pieno per una durata massima di sei mesi.

8 I valori per il 2021 e il 2022 sono stati rettificati in base alla definizione data nella nota 7. I valori relativi agli anni 2019 e 2020 non sono confrontabili con quelli degli anni dal 2021 al 2023.

9 I valori per il 2019 dal 2022 sono stati rettificati.

10 L'anno 2021 funge da anno di riferimento per gli obiettivi climatici 2030/2040. Per questa ragione i valori relativi all'anno di riferimento 2021 e al 2022 sono stati ricalcolati con effetto retroattivo al fine di includere le acquisizioni e vendite di società del gruppo o eventuali modifiche nella qualità dei dati. I valori relativi agli anni 2019 e 2020 non sono confrontabili con quelli degli anni dal 2021 al 2023.

071.44.it (238268) 03.2024

La Posta Svizzera SA
Wankdorfallee 4
Casella postale
3030 Berna
Svizzera

N. tel. +41 848 888 888
posta.ch

