



2024

Sviluppiamo
oggi il servizio
pubblico di
domani

Rapporto annuale
2024



Sviluppiamo oggi il servizio pubblico di domani

Centralità della clientela, affidabilità, impegno

7626 mln

di franchi sono i **ricavi d'esercizio**, in aumento del 4,8% rispetto all'anno precedente.

324 mln

di franchi è l'**utile del gruppo**, in aumento di 70 milioni rispetto all'anno precedente.

1556 mln

sono le **lettere** recapitate dalla Posta in Svizzera, in calo del 5,5% rispetto all'anno precedente.

180 mln

sono i **pacchi** recapitati dalla Posta in Svizzera, in calo del 2,9% rispetto all'anno precedente.

183 mln

sono le **persone trasportate** da AutoPostale, in aumento del 4,9% rispetto all'anno precedente.

107 mld

di franchi è la giacenza media del **patrimonio della clientela presso PostFinance**, in aumento del 2,4%.

76 punti

Con 76 punti (scala 0–100) la **soddisfazione della clientela** si attesta a un livello elevato.

64,5%

è la quota di **veicoli** per il **recapito** dotati di **motori alternativi**.

Eventi importanti 2

Intervista a Christian Levrat e Roberto Cirillo 5

Risultato operativo 14

Risultato finanziario 16

Intervista ad Alex Glanzmann, responsabile Finanze 19

Risultato di sostenibilità 21

Intervista a Christian Plüss, delegato della Direzione del gruppo per la sostenibilità 25

Strategia 27

Strategia 2025–2028 28

Sette ambizioni strategiche per raggiungere la meta 30

Unità 34

Servizi logistici 34

Digital Services 41

RetePostale 49

Servizi di mobilità 58

PostFinance 65



Tecnologia e innovazione 72

Personale 79

Responsabilità 87



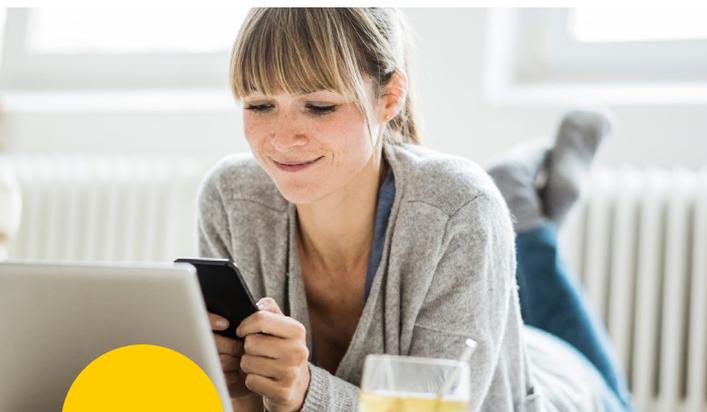
Eventi importanti 2024

Nell'anno in esame la Posta ha festeggiato i suoi 175 anni di attività, ha investito in segmenti di mercato con potenziale, ha portato avanti la trasformazione delle filiali in centri servizi, ha messo a punto soluzioni innovative per rispondere a nuove esigenze della clientela e ha compiuto passi avanti nel campo della sostenibilità. Una carrellata sui principali traguardi raggiunti.

1.1.2024

La Posta festeggia 175 anni di attività. Da quando è stata fondata nel 1849, unisce le persone ed è il motore di una Svizzera moderna.

→ Pag. 95



17.1.2024

La cartella informatizzata del paziente (CIP) può essere aperta in tutta la Svizzera con una procedura interamente digitale. In diversi Cantoni il servizio è gratuito.

→ Pag. 45

18.1.2024

Nella città di Ginevra e in molte parti del Cantone la Posta recapita lettere e pacchi esclusivamente con veicoli elettrici, senza quindi impiego di combustibili fossili e a basse emissioni di rumore.

→ Pag. 37



15.2.2024

Con «Post Mobile» la Posta lancia la propria offerta di telefonia mobile, disponibile nelle filiali gestite in proprio e su post-mobile.ch.

→ Pag. 50

18.3.2024

La Posta trasforma sempre di più le sue filiali in centri di servizi regionali: ora Bernerland Bank è presente presso 12 sedi e offre consulenza personale alla clientela.

→ Pag. 52

3.4.2024

Trasferimento internazionale di denaro: nelle filiali della Posta la clientela può trasferire denaro all'estero tramite l'operatore globale di servizi di pagamento Western Union comodamente allo sportello.

→ Pag. 52

1.5.2024

La Posta apre le proprie filiali e sigla una partnership con Banque du Léman. L'istituto retail ginevrino rafforza così la propria presenza a livello locale in 49 filiali della Svizzera romanda.

→ Pag. 52

29.5.2024

La Posta comunica la strategia che la guiderà nei prossimi quattro anni e che pone al centro le esigenze della clientela e la digitalizzazione.

→ Pag. 27

14.6.2024

La Posta accoglie con favore la proposta del Consiglio federale di adeguare il mandato di servizio universale per renderlo al passo con i tempi.

→ Pag. 29



18.6.2024

Sale a 1000 il numero di furgoni elettrici che la Posta utilizza per recapito dei pacchi.

→ Pag. 37

20.6.2024

La Posta garantisce il collegamento delle aziende svizzere alla rete logistica sull'asse nord-sud e aumenta l'efficienza dei trasporti transfrontalieri. Ecco perché l'affiliata della Posta lemoli Trasporti apre la sua nuova sede principale in Lombardia.

→ Pag. 35

27.8.2024

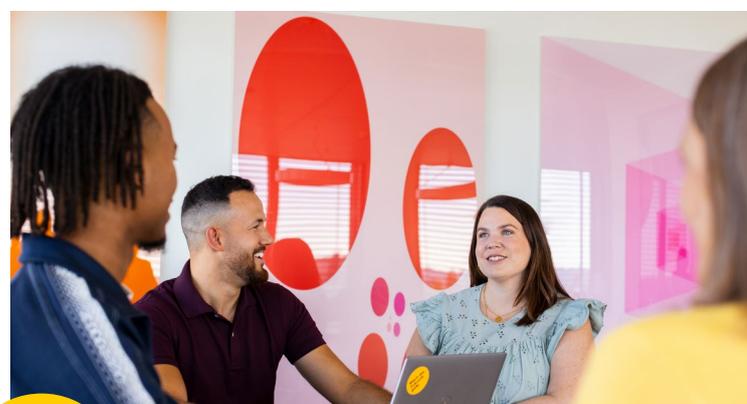
A Basilea e nel Cantone di Basilea Città il recapito avviene interamente con furgoni elettrici di proprietà della Posta.

→ Pag. 37

3.9.2024

Alla Posta servono più punti di ricarica per i suoi veicoli elettrici e per gli autopostali. Per questo sta realizzando una rete di ricarica rapida a livello nazionale insieme alla società cooperativa fenaco.

→ Pag. 60



11.9.2024

La parti sociali e la Posta concludono le trattative sul nuovo contratto collettivo di lavoro mantello e due CCL aziendali.

→ Pag. 80

18.9.2024

Cybersicurezza: la Posta vuole aiutare autorità, ONG e aziende private a garantire la sicurezza delle proprie reti informatiche.

→ Pag. 42

9.10.2024

Per l'ottava volta consecutiva la Posta si posiziona al primo posto, su 174 aziende postali, della classifica annuale stilata dall'Unione postale universale.

→ post-medien.ch/it/la-posta-svizzera-e-di-nuovo-in-testa-alla-classifica-dellunione-postale-universale/

29.10.2024

Nonostante il calo delle lettere e dei versamenti allo sportello e la minore affluenza di clienti nelle filiali, la Posta continua a garantire 2000 sedi servite in Svizzera.

→ Pag. 51

13.11.2024

Dal 2019 la Posta ha inaugurato otto nuovi centri pacchi regionali. Nei prossimi anni rinnoverà i centri di spartizione più grandi e più datati.

→ post-medien.ch/it/la-posta-rinnova-i-suoi-principali-centri-di-spartizione/

25.11.2024

La piattaforma per la cartella informatizzata del paziente (CIP) diventa più facile da utilizzare e le comunità di riferimento possono integrare rapidamente nuovi servizi.

→ Pag. 44



6.12.2024

Nella settimana del Black Friday fino ai giorni successivi al Cyber Monday la Posta ha smistato e recapitato in tutto il Paese 7,5 milioni di pacchi, stabilendo un nuovo record.

→ post-medien.ch/it/black-friday-e-cyber-monday-la-posta-ha-recapitato-71-milioni-di-pacchi/

Intervista a Christian Levrat e Roberto Cirillo

«La Posta deve rimanere forte e sana anche dopo il 2030»

La Posta chiude l'anno d'esercizio 2024 con un risultato solido. Nell'intervista che segue il presidente del Consiglio di amministrazione Christian Levrat e il direttore generale ancora in carica Roberto Cirillo spiegano come la strategia «Posta di domani» abbia reso possibile questo successo e come la Posta intenda preservare la propria rilevanza per la popolazione in Svizzera anche in futuro.

La chiusura dell'esercizio 2024 segna la fine del primo quadriennio della strategia «Posta di domani». A che punto è la Posta oggi rispetto al 2020?

Roberto Cirillo: La Posta di oggi è diversa da quella di quattro anni fa. In questo arco di tempo siamo riusciti, infatti, a ripensare l'azienda e a gettare delle basi solide per il futuro. Nonostante le criticità dei mercati e il persistere di tendenze negative nei settori tradizionali delle lettere e dei versamenti in contanti, il gruppo gode oggi di ottima salute dal punto di vista finanziario.



Abbiamo gettato le basi per una logistica efficiente e servizi digitali affidabili.

Roberto Cirillo
Direttore generale



Perché prima non era così?

Quando abbiamo messo a punto la strategia nel 2019 il sistema Posta era in affanno: fatturato ed EBIT procedevano da anni nella direzione sbagliata e il percorso imboccato dall'azienda era quello di un insostenibile ridimensionamento. I volumi delle lettere e le operazioni allo sportello, pilastri storici del nostro successo, venivano erosi, i tassi d'interesse negativi mostravano in modo implacabile i limiti del modello di business di PostFinance, la digitalizzazione e le mutate esigenze della clientela richiedevano offerte postali completamente diverse. Senza un cambio di rotta, in pochi anni non saremmo più riusciti ad autofinanziare i nostri servizi. Da qui la decisione di trasformare radicalmente la nostra attività. La Posta è un sistema integrato e, pertanto, abbiamo dovuto intervenire contestualmente a diversi livelli e su più dimensioni. Abbiamo attivato tutte le possibili leve per invertire la tendenza e, accorpando i settori lettere e pacchi, abbiamo generato nuove economie di scala. Siamo cresciuti in modo organico e abbiamo effettuato acquisizioni in settori in espansione, nell'ambito fisico, come quello della logistica delle merci, e digitale. Abbiamo altresì adeguato i prezzi e

riorganizzato l'azienda per renderla più efficiente. Infine, abbiamo messo in atto massicci investimenti per offrire alla clientela l'infrastruttura necessaria e l'alto livello di qualità auspicato. Il nostro obiettivo, oggi come allora, è riuscire a garantire il servizio universale a lungo termine con mezzi propri.

Che importanza ha avuto il 2024 da questo punto di vista?

Nei primi anni del mio mandato abbiamo dovuto superare non poche avversità. La pandemia mondiale e la situazione geopolitica, contestualmente all'inflazione e alle difficoltà nelle consegne, ci hanno messi a dura prova. E a causa della restrizioni regolatorie non abbiamo sempre potuto rispondere con sufficiente tempestività, come dimostrano anche i risultati annuali altalenanti registrati dal 2020 al 2024. Ma questo trend negativo è stato presto interrotto: nell'anno in esame siamo riusciti a fornire prestazioni eccellenti, soprattutto nelle attività logistiche chiave. E questo conferma inequivocabilmente che, con la giusta flessibilità e il dovuto spazio d'azione, la Posta può continuare a essere un'azienda forte e sana.

Cosa ha contribuito a questo risultato positivo?

Una combinazione di varie misure, inserite nella strategia, che hanno prodotto contemporaneamente i loro effetti nel 2024. Oltre a beneficiare di processi più performanti, automazione e un migliore impiego delle risorse, abbiamo raccolto i frutti degli adeguamenti tariffari e messo in campo una serie di misure di efficienza interne per ottimizzare strutture e processi. Le acquisizioni, a loro volta, hanno generato nuove competenze, economie di scala e margini di contribuzione.



Non vogliamo concentrarci su conflitti di obiettivi a breve termine, ma trovare soluzioni efficaci sul lungo periodo.

Christian Levrat
Presidente del Consiglio di amministrazione

L'attuazione della strategia è spesso al centro del dibattito pubblico. In particolare, è la discussione sul futuro delle filiali ad accendere gli animi. Come vede questo fatto, signor Levrat?

Christian Levrat: Il dibattito pubblico e la Posta sono un binomio indissolubile, esattamente come la Posta e la Svizzera. Le filiali illustrano perfettamente la rapidità con cui mutano le esigenze della clientela: il calo delle lettere prosegue inesorabile e anche nel traffico dei pagamenti le abitudini sono cambiate in modo radicale. Per rispondere a questi sviluppi trasformiamo la rete, sviluppiamo nuove offerte e apriamo le porte delle nostre sedi ad altri operatori ed enti. Il tutto senza mai trascurare il dialogo e lo scambio con i Comuni. Ne consegue che la soddisfazione nei confronti del formato «filiale in partenariato» ad esempio sia molto elevata.

Contestualmente vengono messi in discussione anche gli investimenti. La Posta vuole crescere a tutti i costi?

In linea di massima perseguiamo una strategia di crescita, ma lo facciamo con un approccio molto mirato, investendo in modo specifico nei settori chiave della logistica e della comunicazione in funzione delle esigenze in continua evoluzione dell'utenza. Questo ci ha permesso negli ultimi anni di sviluppare tutta una serie di nuove infrastrutture e competenze.

Può fare qualche esempio?

Partiamo dalla logistica, settore in cui semplifichiamo la circolazione delle merci per la clientela grazie all'acquisizione di società di Paesi confinanti, per arrivare alla cibersicurezza, altro fronte su cui abbiamo investito molto. La trasmissione affidabile, ovvero in assoluta sicurezza e riservatezza di informazioni – in altre parole il segreto postale –, è da sempre una componente fondamentale del nostro DNA. Con la digitalizzazione intendiamo garantire alla clientela la stessa sicurezza.

Il contesto rimane carico di sfide e le aspettative, che tutti ripongono nei confronti della Posta, restano elevate. In che modo il gruppo affronterà gli anni a venire?

Christian Levrat: Continuando a perseguire con coerenza la strategia delineata: come già precisato, anche nei prossimi anni a dettare la nostra crescita e il nostro sviluppo saranno le esigenze in continua trasformazione della clientela. Intendiamo potenziare l'offerta nei settori in cui la domanda di servizi o prodotti specifici cresce, rimodulandola laddove diminuisce. Avremo così le carte in regola per affrontare il futuro e garantire anche alla nostra clientela di domani un servizio pubblico solido e sostenibile, sia nel mondo fisico sia in quello digitale. Da qui al 2030 attendiamo, inoltre, l'importante decisione della Confederazione sulle prestazioni che dovranno continuare a far parte del servizio universale e sull'entità in cui dovranno essere fornite.

Nel nuovo periodo strategico, iniziato il 1° gennaio 2025, il gruppo persegue sette ambizioni. Una di queste è la «centralità della clientela». La Posta deve recuperare in questo campo?

Roberto Cirillo: Conosciamo molto bene la nostra clientela, soprattutto quella commerciale, con cui collaboriamo a stretto contatto e di cui comprendiamo modelli di business ed esigenze. Questo ci consente di sottoporle offerte ad hoc, che creano un valore aggiunto nella quotidianità. In un'epoca di rapidi cambiamenti e crescente digitalizzazione è fondamentale però concentrarsi maggiormente sulle relazioni con clienti privati e PMI, che devono poter accedere a tutti i servizi rilevanti beneficiando di un'assistenza più completa. Dobbiamo maturare una migliore comprensione di questi clienti e delle loro esigenze per proporre servizi adeguati.

Signor Cirillo, a fine marzo lascerà il suo incarico di CEO. Che cosa augura alla Posta per il futuro?

Negli ultimi anni abbiamo creato una Posta forte, pronta a raccogliere le sfide del futuro: le finanze sono in ordine e la qualità dei servizi è molto elevata. Un nuovo management competente a diversi livelli dell'azienda ha contribuito a questa trasformazione, assumendone la responsabilità. Come già precisato poc'anzi, la Posta di oggi è completamente diversa da com'era quattro anni fa, la Posta di domani è già realtà. Per me questo è il momento ideale per uscire di scena. Quella che lascio è una Posta sana, con un orientamento chiaro per l'avvenire. Estremamente orgoglioso del lavoro che abbiamo fatto insieme, esprimo la mia più profonda gratitudine al Consiglio federale, al Consiglio di amministrazione e alla Direzione del gruppo, ma soprattutto a tutte le collaboratrici e a tutti i collaboratori che, giorno dopo giorno, rendono la nostra Posta migliore del mondo. Per il futuro auguro alla Posta di continuare a credere in sé stessa e nel ruolo imprescindibile che svolge per la coesione e il progresso del Paese, di proseguire sulla strada tracciata finora evolvendo con coerenza lungo linee guida della strategia, di agire nel solco della cultura di «un'unica Posta» e, non da ultimo, di ottenere le condizioni quadro legali di cui ha bisogno per sviluppare il suo business.

Signor Levrat, che Posta si augura di vedere tra quattro anni?

Christian Levrat: Una Posta che, anche dopo il 2030, continui a giocare un ruolo rilevante nella quotidianità della gente in Svizzera. Un'azienda moderna e innovativa, vicina alla clientela e capace di offrire servizi al passo coi tempi. Servizi che rientrino nel nostro core business, che rispondano a esigenze effettive, siano di facile utilizzo e garantiscano l'assoluta sicurezza dei dati.

- [Intervista a Christian Levrat, presidente del Consiglio di amministrazione, sulle sette ambizioni strategiche, pag. 33](#)
- [Intervista ad Alex Glanzmann, responsabile Finanze, sul risultato finanziario, pag. 19](#)
- [Intervista a Christian Plüss, delegato della Direzione del gruppo per la sostenibilità, sul risultato in materia di sostenibilità, pag. 25](#)

Traguardi strategici

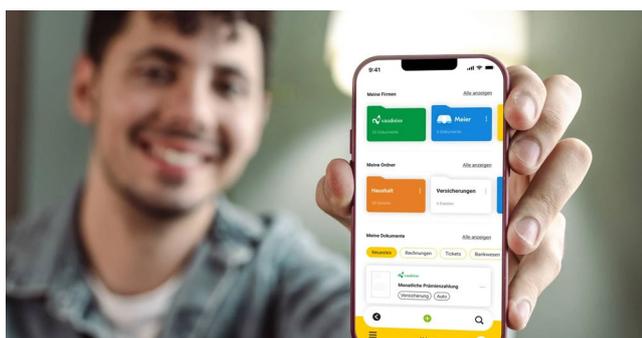
La strada verso la Posta di domani

La prima fase della strategia «Posta di domani» si è conclusa. La Posta ha trasformato la sua attività attraverso misure di aumento dell'efficienza, la promozione della digitalizzazione, della centralità della clientela, della mobilità elettrica e della tutela del clima. Una breve panoramica dei principali traguardi raggiunti nel quadriennio 2021–2024.

Aumento dell'efficienza

Nuova organizzazione per la logistica delle lettere e dei pacchi

Con la fusione di PostMail e PostLogistics nella nuova unità del gruppo Servizi logistici, la Posta garantisce posti di lavoro attrattivi e rafforza il suo ruolo nella fornitura di prestazioni per l'e-commerce svizzero. L'azienda tratta inoltre volumi record di pacchi.



Mobilità elettrica

Autopostali rispettosi del clima

È deciso: entro il 2040 tutti gli autopostali dovranno essere convertiti a sistemi di propulsione che non prevedono l'uso di combustibili fossili.

2021



Digitalizzazione

Il segreto epistolare nel mondo digitale

La Posta crea la nuova unità del gruppo Servizi di comunicazione per portare avanti la trasformazione digitale della Svizzera, introduce la cassetta delle lettere digitale con l'app ePost e lancia il suo sistema di voto elettronico.





Digitalizzazione

Una soluzione di digital banking innovativa

In collaborazione con Swissquote, PostFinance lancia l'app «Yuh», un'innovativa soluzione di digital banking che permette all'utente di investire in criptovalute, azioni e fondi in tutta semplicità e senza commissioni.

2022

Aumento dell'efficienza

Lavorazione dei pacchi più rapida ed ecologica

Di fronte all'aumento dei volumi dei pacchi, la Posta intende rafforzare la sua capacità di spartizione entro il 2030. L'azienda ha aperto in tempi record due nuovi centri pacchi regionali a Rümlang (ZH) e Buchs (AG).



Autonomia finanziaria

Reazione al calo dei volumi e all'aumento dei prezzi

Dopo 18 anni, in accordo con il Sorvegliante dei prezzi, la Posta aumenta i prezzi delle lettere. Questa misura è necessaria per mantenere l'elevata qualità dei suoi servizi e contrastare le difficoltà derivanti dall'aumento dei costi e dal calo dei volumi in questo settore.



Digitalizzazione

Rafforzamento delle competenze e del know-how per le offerte digitali

Attraverso partecipazioni di maggioranza in diverse aziende, la Posta porta avanti lo sviluppo delle sue offerte di comunicazione digitali, come la cartella informatizzata del paziente (CIP) e il sistema di voto elettronico. L'azienda investe inoltre nel settore della sicurezza cibernetica e in quello della comunicazione con le autorità.





Centralità della clientela

Apertura della rete di filiali a diversi partner

Per mantenere la sua rilevanza per la popolazione svizzera, la Posta potenzia la sua rete e la apre a una serie di partner, siglando a tal fine le prime collaborazioni con assicurazioni malattia e banche.

Clima ed energia

Formulazione di un ambizioso obiettivo climatico ed energetico

La Posta anticipa il suo obiettivo climatico ed energetico di dieci anni, mirando a raggiungere la neutralità climatica nelle attività proprie a partire dal 2030 e il net zero nella catena di creazione del valore dal 2040. Per riuscirci, amplia il suo portafoglio di misure concentrandosi soprattutto sui settori della logistica, della mobilità e degli immobili. Inoltre, per elaborare un piano di rimozione e stoccaggio del CO₂, l'azienda fonda Posta CDR SA (dove CDR sta per «Carbon Dioxide Removal»).



Clima ed energia

Importanti traguardi raggiunti sul percorso verso la neutralità climatica

A Zurigo e Berna la Posta recapita lettere e pacchi utilizzando esclusivamente veicoli elettrici. Sul tetto del centro logistico di Villmergen (AG) viene installato il terzo impianto fotovoltaico più grande a livello aziendale. La società affiliata Bächle Logistics GmbH, con sede in Germania, mette in circolazione un autocarro a idrogeno e diversi autocarri elettrici. Il trasporto su rotaia conta ormai 84 collegamenti ferroviari giornalieri, contro i precedenti 77.

2023



Digitalizzazione

Servizi digitali pratici e sicuri

La Posta porta avanti il passaggio dal «Login clienti Posta» a SwissID concentrandosi così su un'unica soluzione di login sicura da offrire alla sua clientela. In tutti i Cantoni la popolazione può aprire la cartella informatizzata del paziente (CIP) comodamente da casa, nell'ambito di una procedura che non prevede documenti cartacei. Operativo in tre Cantoni, il sistema di voto elettronico della Posta viene impiegato per la prima volta in occasione delle elezioni federali.

Centralità della clientela

Un nuovo logo per una nuova identità visiva

Per il suo 175° anniversario la Posta introduce un nuovo logo capace di riunire le regioni linguistiche nella loro diversità ed espressione di una Posta che guarda al futuro.



Digitalizzazione

Sviluppo di una piattaforma per la cartella informatizzata del paziente

Grazie al servizio di self onboarding digitale è possibile aprire una cartella informatizzata del paziente (CIP) in tutta la Svizzera con una procedura semplice e digitale. Nella maggior parte dei Cantoni il servizio è inoltre gratuito.

→ Pag. 44

2024



Centralità della clientela

Mantenimento di 2000 sedi servite nella rete di filiali

Nonostante il calo delle lettere e dei versamenti allo sportello e la minore affluenza di clienti nelle filiali, la Posta continua a garantire 2000 sedi servite e investe 100 milioni di franchi nella modernizzazione della sua rete di filiali.

→ Pag. 51

Aumento dell'efficienza

Rinnovamento dei centri di spartizione più grandi

Cadenazzo, Untervaz, Wallisellen, Ostermundigen e Vétroz: negli ultimi cinque anni la Posta ha aperto otto nuovi centri pacchi regionali. Con queste nuove sedi l'azienda può far fronte al marcato incremento del volume di pacchi e aumentare le proprie capacità per un processo di spartizione flessibile. E i risultati si vedono anche durante l'alta stagione: tra i giorni prima del Black Friday e quelli successivi al Cyber Monday la Posta spartisce e recapita infatti in tutto il Paese 7,5 milioni di pacchi, stabilendo un nuovo record.

→ Pag. 36



Aumento dell'efficienza

Rafforzamento dell'autonomia finanziaria

Sono 80 le misure messe in atto dalla Posta nel quadro del suo programma di efficienza che, insieme agli interventi apportati alle tariffe, rappresentano il fattore trainante della crescita del risultato nel 2024.

→ Pag. 19

Mobilità elettrica

1000 furgoni elettrici per il recapito

Quella della Posta è la flotta elettrica più grande della Svizzera: con i suoi furgoni elettrici ora l'azienda effettua il recapito di lettere e pacchi senza ricorrere a combustibili fossili anche a Ginevra, Basilea, Winterthur e Thun. In questo contesto, a Basilea mette in circolazione il suo millesimo furgone elettrico.

→ Pag. 37



Risultato operativo

Dopo quattro anni di orientamento sistematico alle esigenze della clientela, nel 2024 la Posta è riuscita a stabilizzare il suo risultato conseguendo un utile che, attestandosi a 324 milioni di franchi, supera di 70 milioni quello del 2023. L'azienda adegua i prezzi per compensare la diminuzione dei ricavi dovuta al calo dei volumi delle lettere e adotta misure di efficienza che stanno dando i loro frutti consentendole di risparmiare sui costi. Inoltre, il servizio universale è stato fornito con un elevato livello di qualità superando ampiamente le disposizioni di legge della Confederazione, le misure messe in atto per ridurre le emissioni hanno iniziato a dare risultati, la clientela è soddisfatta dei servizi offerti e il personale apprezza il lavoro alla Posta.

Il Rapporto finanziario e il Rapporto di sostenibilità sono disponibili in formato PDF.

📄 rapportodigestione.posta.ch/downloads

Risultato finanziario

Risultato stabile in un contesto difficile

Gli adeguamenti tariffari e le misure di efficienza messi in campo funzionano: nel 2024 la Posta ha chiuso con un utile del gruppo di 324 milioni di franchi, 70 milioni in più dell'anno precedente.

➔ Pag. 16

Intervista

«La strada è in salita ma i nostri sforzi ripagano»

Alex Glanzmann, responsabile Finanze, fornisce un quadro del risultato annuale 2024 e ripercorre un periodo strategico movimentato: quattro anni di coerente trasformazione, in linea con le esigenze della clientela, hanno ora consentito alla Posta di stabilizzare il suo risultato. Grazie agli investimenti operati nei mercati chiave e in nuove competenze, la Posta è pronta ad affrontare il futuro e le sfide che ancora la attendono.

Intervista ad Alex Glanzmann, responsabile Finanze

➔ Pag. 19

Risultato di sostenibilità

Sulla strada giusta, tra obiettivi ambiziosi e traguardi importanti

I risultati raggiunti nel 2024 nel campo della sostenibilità lo dimostrano chiaramente: la Posta ha fornito il servizio universale con un elevato livello di qualità superando ampiamente le disposizioni di legge della Confederazione, le misure messe in atto per ridurre le emissioni hanno iniziato a dare i loro frutti, la clientela è soddisfatta dei servizi offerti e il personale apprezza il lavoro alla Posta.

➔ [Pag. 21](#)

Intervista

«In fatto di sostenibilità la Posta è sulla strada giusta»

In linea di massima la clientela si aspetta dalla Posta servizi sostenibili. «La Posta, che vede in questa esigenza un'occasione, persegue da anni una strategia di sostenibilità con coerenza e determinazione», sottolinea Christian Plüss, delegato della Direzione del gruppo in materia.

Intervista a Christian Plüss, delegato della Direzione del gruppo per la sostenibilità

➔ [Pag. 25](#)

Risultato finanziario

Risultato stabile in una situazione di mercato ancora complessa

Nel 2024 la Posta ha conseguito un utile del gruppo pari a 324 milioni di franchi, 70 milioni in più dei dodici mesi precedenti. La crescita del risultato d’esercizio a quota 401 milioni di franchi è, in particolare, frutto delle misure tariffarie e di efficienza attuate, ma, considerati i volumi in calo, riflette al contempo anche le sfide cui la Posta si trova a far fronte nell’ambito dei servizi postali di base e dimostra la necessità di proseguire la strategia «Posta di domani». Il valore dell’anno precedente era pari a 323 milioni di franchi.

Dopo quattro anni di orientamento sistematico alle esigenze della clientela, nell’anno in esame la Posta è riuscita a stabilizzare la sua performance finanziaria. Il risultato d’esercizio (EBIT) realizzato nel 2024 è pari a 401 milioni di franchi e supera di 78 milioni quello dell’anno precedente, mentre l’utile del gruppo, attestatosi a 324 milioni, è aumentato di 70 milioni rispetto al 2023. I ricavi d’esercizio sono saliti a quota 7626 milioni di franchi, segnando un incremento di 347 milioni rispetto all’anno precedente. Le misure tariffarie adottate all’inizio del 2024 hanno compensato il calo strutturale dei volumi delle lettere e, grazie alla prosecuzione dei programmi di efficienza nell’ultimo anno d’esercizio, la Posta è riuscita a ridurre i costi. Ciononostante, la situazione di mercato rimane estremamente complessa sia nei servizi postali di base che nel settore dei servizi finanziari a causa della volatilità dei tassi d’interesse.

Un buon risultato operativo grazie alle misure tariffarie e di efficienza presso Servizi logistici

Il risultato d’esercizio di Servizi logistici ha contribuito in maniera determinante alla stabilità del risultato del gruppo e, con 439 milioni di franchi, supera di 104 milioni il valore dell’anno precedente. A innescare questo miglioramento sono state le misure tariffarie attuate e le misure di efficienza già avviate nel 2023 e che hanno esercitato il loro pieno effetto nel 2024. Sul risultato ha continuato a incidere negativamente il calo strutturale dei volumi di lettere (–5,5%), l’andamento negativo della fiducia dei consumatori nel settore dei pacchi (–2,9%) e la contrazione degli ordini nella logistica delle merci. Per contro, le soluzioni settoriali nella logistica per la salute hanno dimostrato solidità rispetto all’evoluzione della domanda, aumentando ulteriormente il loro contributo al risultato. Orientandosi alle esigenze della clientela, Servizi logistici ha continuato a investire in nuove tecnologie e nella rete logistica anche nel 2024, per poter reagire in modo flessibile a volumi e formati diversi.

Digital Services investe nel futuro del servizio pubblico

Nel 2024 il risultato d’esercizio dell’unità del gruppo Digital Services (fino al 31 dicembre 2024: Servizi di comunicazione) è stato pari a –67 milioni di franchi, rispecchiando il carattere di un’unità operativa che si trova ancora in fase di sviluppo. Il risultato ha registrato un aumento di 5 milioni di franchi rispetto all’anno precedente. Questa evoluzione positiva è riconducibile, da un lato, ai migliori risultati ottenuti dalle società e dalle unità esistenti nelle business unit Soluzioni digitali per PMI e Trusted Interaction Services e, dall’altro, all’integrazione del gruppo Diartis e del gruppo Open Systems, acquisiti nel secondo semestre del 2024. Con gli investimenti per la lettera digitale, il voto elettronico e la cartella informatizzata del paziente (CIP), la Posta fornisce un contributo significativo a soluzioni orientate al futuro che sono rilevanti per la società e apportano benefici per l’economia.

Fatti e cifre

7626 mln

di franchi
Ricavi d’esercizio (+4,8%)

324 mln

di franchi
Utile del gruppo
(+70 milioni)

10'631 mln

di franchi
Capitale proprio

614 mln

di franchi
Investimenti

100 %

Grado di autofinanziamento degli investimenti

180,0 mln

Pacchi (–2,9%)

1556 mln

Lettere (–5,5%)

183,1 mln

Passeggeri di AutoPostale (+4,9%)

106,6 mld

di franchi
Patrimonio clienti PostFinance (+2,4%)

76 punti

Con 76 punti (scala 0–100) la soddisfazione della clientela è elevata.

Flessione del risultato a causa della contrazione delle operazioni allo sportello

Sul fronte dei costi non è stato possibile compensare del tutto la riduzione dei ricavi innescata dal calo dei volumi registrata da RetePostale. Nel 2024 il risultato d'esercizio dell'unità si è attestato a –113 milioni di franchi, 20 milioni in meno dell'anno precedente. Nel 2024 RetePostale ha fatto registrare quotidianamente più di 319'000 operazioni clienti (2023: 325'000) e, malgrado il calo della domanda di operazioni tradizionali allo sportello, continua a essere sollecitata. Sul risultato di RetePostale hanno avuto un impatto positivo le partnership con assicurazioni, casse malati, banche e autorità.

AutoPostale: numero record di passeggeri

Con 183,1 milioni di passeggeri, il 2024 è stato un altro anno record per AutoPostale, che ha visto un incremento soprattutto nei collegamenti per il tempo libero. Nel complesso, l'unità Servizi di mobilità (AutoPostale e Post Company Cars) ha registrato un miglioramento del risultato d'esercizio pari a 9 milioni di franchi, attribuibile in particolare a un incremento delle indennità concesse all'azienda dalla Confederazione e dai Cantoni. Alla fine del 2024 la Posta ha avviato presso Servizi di mobilità un programma di efficienza volto a ridurre i costi nell'amministrazione. In questo modo l'azienda contribuisce a ridurre gli oneri per la Confederazione, i Cantoni e i Comuni che cofinanziano il traffico regionale viaggiatori e il trasporto locale di AutoPostale. Inoltre, nel 2024 la Posta ha portato avanti il programma di elettrificazione della propria flotta, sia per quanto concerne i veicoli destinati al recapito che gli autopostali.

Il cambio di rotta nell'evoluzione dei tassi impone a PostFinance interventi

Al termine di un anno turbolento sui mercati finanziari nazionali e globali, PostFinance ha realizzato un risultato d'esercizio di 203 milioni di franchi, 61 milioni in meno rispetto all'anno precedente. Il ritorno a tassi d'interesse positivi negli esercizi precedenti ha portato a un'inversione di tendenza sul fronte della redditività, ma le riduzioni degli interessi operate dalla Banca nazionale svizzera nel 2024 mostrano quanto il contesto dei tassi sia ancora volatile. Ne sono pertanto conseguiti proventi da interessi inferiori rispetto al valore dell'anno precedente. PostFinance deve attivarsi maggiormente nelle attività indipendenti dagli interessi, come gli investimenti, il trading, i servizi di monetica o il traffico dei pagamenti, settore in cui l'istituto vanta solide competenze.

- + Ulteriori informazioni sui risultati finanziari nel Rapporto finanziario 2024 (PDF)
- Informazioni sui risultati relativi alla sostenibilità, pag. 21

▶ **Fatti e cifre nel video:**
rdg.posta.ch/cifre-finanziarie



Cifre relative al risultato operativo

Gruppo | Cifre

2024 e confronto con l'anno precedente	Unità	2023	2024
Risultato			
Ricavi d'esercizio	mln di CHF	7'279	7'626
di cui fatturato realizzato all'estero ¹	mln di CHF	711	905
come percentuale dei ricavi d'esercizio	%	9,8	11,9
servizi riservati ²	mln di CHF	905	940
come percentuale dei ricavi d'esercizio	%	12,4	12,3
Risultato d'esercizio	mln di CHF	323	401
come percentuale dei ricavi d'esercizio	%	4,4	5,3
Utile del gruppo	mln di CHF	254	324
Personale			
Organico (senza persone in formazione)	unità di personale	34'587	35'106
all'estero	unità di personale	1'200	1'784
Finanziamento			
Totale di bilancio	mln di CHF	108'866	112'055
di cui depositi della clientela (PostFinance)	mln di CHF	89'121	87'979
Capitale proprio	mln di CHF	10'255	10'631
Investimenti			
Investimenti	mln di CHF	605	614
altre immobilizzazioni materiali e immateriali	mln di CHF	266	235
stabilimenti	mln di CHF	149	119
investimenti immobiliari	mln di CHF	13	11
partecipazioni	mln di CHF	140	246
attività biologiche	mln di CHF	37	3
Quota di investimenti autofinanziati	%	100	100
Creazione di valore			
Flusso di cassa dalle attività operative ³	mln di CHF	-8'883	6'879
Creazione di valore ⁴	mln di CHF	4'279	4'515
Valore aggiunto aziendale ⁵	mln di CHF	-215	-202

1 La definizione di estero è in linea con l'allegato alla chiusura annuale del gruppo 2024, punto 6.6, «Informazioni geografiche».

2 Lettere fino a 50 grammi

3 Valore rettificato (cfr. Rapporto finanziario, allegato alla chiusura annuale del gruppo 2023, punto 2.2, «Adeguamento della presentazione dei conti»)

4 Creazione di valore = risultato d'esercizio + costi per il personale + ammortamenti – risultato dalla vendita di immobilizzazioni materiali, immateriali e partecipazioni

5 Nel valore aggiunto aziendale confluiscono i costi netti, pari a 363 milioni di franchi, derivanti dall'obbligo di fornire il servizio universale (2023: 268 milioni di franchi). Cfr. definizione dei costi netti a pag. 23.

Fatti e cifre nel video:

rdg.posta.ch/cifre-finanziarie



Intervista ad Alex Glanzmann, responsabile Finanze

«La strada è in salita ma i nostri sforzi ripagano»

Alex Glanzmann, responsabile Finanze, fornisce un quadro del risultato annuale 2024 e ripercorre un periodo strategico movimentato: quattro anni di coerente trasformazione, in linea con le esigenze della clientela, hanno ora consentito alla Posta di stabilizzare il suo risultato. Grazie agli investimenti operati nei mercati chiave e in nuove competenze, la Posta è pronta ad affrontare il futuro e le sfide che ancora la attendono.

Signor Glanzmann, come valuta il risultato conseguito nel 2024?

Alla luce delle complesse condizioni quadro, abbiamo conseguito un buon risultato e, nonostante un anno difficile, siamo riusciti a stabilizzare nuovamente il risultato finanziario della Posta. Nell'anno in esame abbiamo conseguito un utile del gruppo pari a 324 milioni di franchi, ossia 70 milioni in più rispetto al 2023. La crescita del risultato d'esercizio a quota 401 milioni di franchi è frutto delle misure tariffarie e di efficienza che abbiamo attuato.

Il 2024 è stato l'ultimo dei quattro anni del periodo strategico «Posta di domani».

La strategia sta funzionando?

Sì, le misure che abbiamo attuato con la strategia stanno avendo effetto. Nel 2019, anno in cui le abbiamo elaborate, il sistema Posta era sotto forte pressione e doveva fare i conti con un drastico calo dei volumi delle lettere e delle operazioni allo sportello, che fino a quel momento avevano contribuito in maniera determinante al risultato, e con una situazione sfavorevole sul fronte degli interessi. Queste tendenze permangono ancora oggi ma, se non avessimo apportato i cambiamenti necessari, il nostro risultato ne avrebbe risentito maggiormente. Con la strategia «Posta di domani» abbiamo impresso un orientamento del tutto nuovo al gruppo con l'obiettivo di finanziare anche in futuro il mandato di servizio universale con mezzi propri.

Quali sono i principali fattori che hanno determinato il miglioramento del risultato?

Per il 2024 il contributo principale è ascrivibile a Servizi logistici. In questa unità l'ulteriore incremento dell'efficienza dei processi e le misure tariffarie attuate hanno più che compensato il calo aggiuntivo della domanda registrato nel settore delle lettere e dei pacchi.

Ma come detto, per mantenere la nostra rilevanza dobbiamo realizzare una trasformazione a 360 gradi. Negli ultimi quattro anni abbiamo investito massicciamente nel nostro core business per adattarci alle esigenze della clientela in continua evoluzione. Nella logistica, ad esempio, abbiamo aumentato le capacità di stoccaggio e di lavorazione e continuato a convertire il nostro parco veicoli all'elettrico. Con l'acquisizione mirata di aziende operanti nella logistica delle costruzioni e della salute abbiamo arricchito il nostro ventaglio di competenze, ampliando al contempo infrastrutture e capacità anche nella comunicazione digitale. Abbiamo sviluppato ulteriormente la rete di filiali e aperto le nostre sedi ad aziende di servizi e autorità. Parallelamente ci siamo adoperati per migliorare le strutture e i processi in tutto il gruppo.



Vogliamo mantenere la nostra centralità per il Paese e adempiere al mandato di servizio universale con le nostre forze.

Alex Glanzmann
Responsabile Finanze,
direttore generale a. i.
(dal 1° aprile 2025)

La situazione di mercato rimane complessa. Come valuta il risultato in questo contesto?

Negli ultimi anni la nostra società è profondamente cambiata. La digitalizzazione, le esigenze in continua evoluzione della clientela e la situazione geopolitica hanno un impatto diretto sulla nostra attività. Il calo dei volumi delle lettere e nel traffico dei pagamenti è ormai irreversibile. Nell'anno in esame abbiamo trattato il 5,5% in meno di lettere e il numero di pagamenti allo sportello è sceso del 10,7%. Dopo due anni di calo dei volumi di pacchi, nel periodo prenatalizio 2024 abbiamo trattato nuovamente un numero maggiore di invii ma, se osserviamo l'intero anno, la contrazione dei volumi non si è arrestata nemmeno in questo settore. Anche il risultato di PostFinance risente della flessione dei proventi da interessi e della maggiore pressione sui margini. Il calo strutturale dei volumi e la volatilità degli interessi, influenzati in particolare dalle decisioni della BNS sui tassi, continuano a rappresentare una sfida per la Posta.

La Posta è pronta per il nuovo periodo strategico?

Sì, la Posta ha tutte le carte in regola: una logistica efficiente e servizi digitali affidabili. Ma non vogliamo adagiarsi sugli allori. Alla luce del difficile contesto in cui operiamo, sarà ancora più importante continuare a svilupparci e adattarci ai cambiamenti in atto. Dobbiamo orientare sistematicamente le nostre offerte e i nostri servizi alle esigenze della clientela, senza perdere mai di vista i costi. Solo così continueremo a essere un'azienda rilevante per la Svizzera e a erogare un servizio pubblico autofinanziato.



Dobbiamo orientare sistematicamente le nostre offerte e i nostri servizi alle esigenze della clientela.

_____ **Alex Glanzmann**
Responsabile Finanze,
direttore generale a. i.
(dal 1° aprile 2025)

Risultati relativi alla sostenibilità

Sulla strada giusta, tra obiettivi ambiziosi e traguardi importanti

I risultati raggiunti nel 2024 nel campo della sostenibilità lo dimostrano chiaramente: la Posta ha fornito il servizio universale con un elevato livello di qualità superando ampiamente le disposizioni di legge della Confederazione, le misure messe in atto per ridurre le emissioni hanno iniziato a dare i loro frutti, la clientela è soddisfatta dei servizi offerti e il personale apprezza il lavoro alla Posta.

Nel quadriennio strategico 2021–2024 la Posta ha gettato le basi per dare forma a un futuro sostenibile e ha attuato una serie di misure efficaci: per l'ambiente, la clientela e il personale, oltre che lungo la catena di fornitura e per la popolazione svizzera. Di seguito una sintesi dei principali traguardi raggiunti.

Ambiente

Nel 2024 la Posta è in linea con l'ambizioso obiettivo climatico ed energetico che si è prefissata: le emissioni di gas a effetto serra delle attività proprie (Scope 1–2) si sono mantenute stabili ed è stata registrata una riduzione di quasi 0,8 punti percentuali rispetto all'anno precedente, imputabile alle prestazioni aggiuntive di compensazione nel settore dei trasporti di persone e alle minori prestazioni nella logistica delle merci, oltre che alle misure messe in campo a livello di mobilità elettrica e all'introduzione di sistemi di riscaldamento privi di combustibili fossili. Il parco veicoli del recapito conta 7300 mezzi elettrici alimentati al 100% da energia ecologica certificata «naturemade star». AutoPostale impiega 42 veicoli con motori elettrici.

La Posta è riuscita a ridurre di circa il 18% le emissioni di gas a effetto serra nella catena di creazione del valore (Scope 3) rispetto all'anno precedente. Questa netta diminuzione è da ricondurre principalmente al taglio delle emissioni del portafoglio di investimenti propri di PostFinance.

Con la recente costituzione della business unit E-Mobility Charging Solutions, la Posta crea un'infrastruttura di ricarica affidabile e conveniente che le consente di assicurare l'approvvigionamento energetico dei veicoli di sua proprietà.

Nell'anno in esame la Posta ha installato nuovi impianti fotovoltaici con una potenza supplementare di 1,6 megawatt di picco. Il terzo impianto più grande dell'azienda è stato installato nel 2024 nel centro logistico di Villmergen, il primo a livello nazionale ad aver ottenuto il certificato DGNB Svizzera, lo standard sostenibile degli edifici.

Nel 2024 il Carbon Disclosure Project (CDP) ha conferito alla Posta il voto massimo A per il suo impegno e la trasparenza negli ambiti legati al clima.

Clientela

Nell'anno in esame la soddisfazione generale della clientela si è attestata a 76 punti su 100, rimanendo invariata rispetto agli anni precedenti. Ciò conferma che la Posta riesce a orientare i servizi offerti in funzione delle esigenze dell'utenza. Se per i grandi clienti la soddisfazione generale, pari a 75 punti, è cresciuta di due punti rispetto all'anno precedente, per la clientela privata ha fatto registrare 77 punti, esattamente come nel 2023.

Per garantire la massima sicurezza dei suoi prodotti e servizi digitali, la Posta ha lanciato un programma di bug bounty che dal 2024 prosegue senza interruzioni per l'intero dominio posta.ch, rafforzando così il suo ruolo all'avanguardia nel settore.

Fatti e cifre

240'117 tCO₂e
di emissioni di gas a effetto serra (Scope 1–2)

1055 GWh
di energia sono stati consumati dalla Posta nel 2024, il 17% dei quali provenienti da fonti rinnovabili.

12,7 MWp
di potenza installata su impianti fotovoltaici propri (+1,6 MWp)

76 punti
nella soddisfazione della clientela (scala 0–100)

82 punti
nell'indice «Le mie / i miei responsabili» del sondaggio del personale (scala 0–100)

25,4%
di donne nei quadri superiori

44,4%
di donne nel Consiglio di amministrazione

3 mld di CHF
di volume d'acquisto in più di 200 settori e 40 Paesi

96,7%
della popolazione raggiunge le filiali della Posta nell'arco di 20 minuti a piedi o con i trasporti pubblici.

97,4%
percentuale di recapito puntuale di lettere della Posta A

96,2%
percentuale di recapito puntuale di pacchi Priority

Personale

Con 82 punti su 100, «Le mie / i miei responsabili» è l'ambito che ha raggiunto il risultato migliore nell'ultimo sondaggio del personale. Ma la Posta può andare fiera anche dell'elevata attrattiva di cui gode come datore di lavoro: lo conferma l'aumento dei dossier di candidatura ricevuti che nel 2024 hanno sfiorato le 90'000 unità, quasi 30'000 in più dell'anno precedente.

La salute del personale è una priorità per la Posta. Un traguardo significativo da questo punto di vista è stata l'introduzione su scala nazionale della piattaforma online «StayFit» dotata di una funzione di chat anonima che consente alle collaboratrici e ai collaboratori di richiedere consulenze in merito a situazioni professionali o private complesse.

Anche in fatto di trasparenza salariale la Posta funge da apripista: è, infatti, una delle poche aziende in Svizzera a indicare una fascia salariale nelle offerte d'impiego. Anche in questo campo l'azienda intende compiere ulteriori passi avanti.

Acquisti

La Posta acquista ogni anno merci, servizi e prestazioni di costruzione da fornitori, il 94% circa dei quali ha il proprio indirizzo di fatturazione in Svizzera, di oltre 200 settori e 40 Paesi per quasi 3 miliardi di franchi.

La Posta ha integrato la sostenibilità nell'organizzazione acquisti, ha sviluppato il Codice di condotta per i fornitori ai fini dell'attuazione di acquisti responsabili e ha introdotto un sistema di gestione per la verifica del rispetto degli obblighi di diligenza in materia di diritti umani e degli aspetti ambientali nelle catene di fornitura. Per la segnalazione di violazioni del succitato codice, mette a disposizione dei gruppi d'interesse il centro di segnalazione anonima PostaCoraggio.

Per promuovere la decarbonizzazione della catena di fornitura, nel periodo strategico 2021–2024 la Posta ha introdotto criteri di sostenibilità con una ponderazione pari almeno al 15% per gli acquisti superiori a 150'000 franchi.

Valore aggiunto per l'economia e la società

Il risultato d'esercizio è passato dai 323 milioni di franchi del 2023 a 401 milioni, registrando un incremento reso possibile dalle misure tariffarie e di efficienza adottate nel corso dell'anno in esame. Attestandosi a –202 milioni di franchi, il valore aggiunto aziendale è cresciuto di 13 milioni rispetto all'anno precedente, principalmente per effetto dell'incremento del risultato d'esercizio.

Anche nel 2024 la Posta ha soddisfatto in tutti i Cantoni il mandato legale in termini di raggiungibilità: il 98,1% della popolazione ha potuto accedere ai servizi nell'arco di 20 minuti (servizio a domicilio compreso). A seconda del Cantone i valori superano di gran lunga l'obiettivo del 90%. Anche l'accessibilità ai servizi postali, pari al 96,7%, si è attestata complessivamente molto al di sopra del valore target.

Nell'anno in esame la Posta ha superato tutti i requisiti regolatori fissati dalla Confederazione per la qualità (97% per le lettere e 95% per i pacchi): il 97,4% delle lettere della Posta A e il 99,1% di quelle della Posta B è stato recapito puntualmente, così come il 96,2% dei pacchi Priority e il 99,6% di quelli Economy.

- + Maggiori informazioni sui risultati legati alla sostenibilità:
Rapporto di sostenibilità 2024 (PDF)
- Informazioni sui risultati finanziari a pag. 16

▶ **Fatti e cifre nel video:**
rdg.posta.ch/cifre-sostenibilita



Cifre relative alla sostenibilità

Gruppo Cifre			
2024 e confronto con l'anno precedente	Unità	2023	2024
Clima			
Emissioni di gas a effetto terra (Scope 1–3)	tCO ₂ e	2'101'486	1'770'968
emissioni Scope 1 e 2 (emissioni dirette di veicoli e immobili di proprietà)	tCO ₂ e	242'051	240'117
emissioni Scope 3 (emissioni indirette della catena di creazione del valore)	tCO ₂ e	1'859'435	1'530'851
Energia			
Energia consumata all'interno e al di fuori dell'organizzazione	GWh	2'056	2'000
energia consumata all'interno dell'organizzazione	GWh	1'063	1'055
da fonti rinnovabili	%	17	17
energia consumata al di fuori dell'organizzazione	GWh	993	944
Servizio pubblico			
Punti di accesso per la clientela	numero	4'963	5'003
Raggiungibilità nell'arco di 20 minuti a piedi o con i trasporti pubblici	%	96,7	96,7
Qualità del recapito lettere della Posta A	%	97,3	97,4
Qualità del recapito pacchi Priority	%	95,7	96,2
Garanzia dell'autonomia finanziaria			
Risultato d'esercizio	mIn di CHF	323	401
Valore aggiunto aziendale	mIn di CHF	-215	-202
Grado di autofinanziamento degli investimenti	%	100	100
Soddisfazione della clientela			
Soddisfazione complessiva	indice (1–100)	76	76
grandi clienti	indice (1–100)	75	77
piccole e medie imprese	indice (1–100)	74	72
clientela privata	indice (1–100)	77	77
Soddisfazione del personale			
Le mie / i miei responsabili	indice (0–100)	83	82
La nostra cultura aziendale	indice (0–100)	77	76
Salute e sicurezza del personale			
Infortunati professionali	numero ogni 100 unità di personale	7,5	7,4
Giorni di assenza per ragioni mediche	giorni per unità di personale	9,2	9,8
Formazione e sviluppo del personale			
Personale in formazione in Svizzera	persone	1'844	1'887
Percentuale di persone in formazione	%	5,5	5,7
Perfezionamenti esterni	mIn di CHF	9,2	9,3
partecipazione ai costi da parte della Posta	mIn di CHF	7,4	7,5
Organico e fluttuazione			
Organico	unità di personale	36'431	36'993
Impieghi nelle regioni periferiche	persone	16'244	15'934
Tasso di fluttuazione (totale)	%	12,8	12,0
fluttuazione volontaria	%	6,4	6,0

Gruppo | Cifre

2024 e confronto con l'anno precedente	Unità	2023	2024
Diversità nel Consiglio di amministrazione			
Donne	%	44,4	44,4
Uomini	%	55,6	55,6
Diversità nel management			
Donne nei quadri superiori	%	24,2	25,4
Duo di gestione, che condividono la responsabilità direttiva	%	93	106

+ Ulteriori cifre nel Rapporto di sostenibilità 2024 (PDF) da pag. 81

▶ **Fatti e cifre nel video:**
rdg.posta.ch/cifre-sostenibilita



Intervista a Christian Plüss, delegato della Direzione del gruppo per la sostenibilità

«In fatto di sostenibilità la Posta è sulla strada giusta»

La clientela richiede dalla Posta servizi sostenibili. Christian Plüss, delegato della Direzione del gruppo per la sostenibilità, spiega come l'azienda soddisfa quest'esigenza e perché punta su sette ambizioni e quattro dimensioni.

Nel 2023 la Posta ha pubblicato per la prima volta un rapporto non finanziario, che nel 2024 ha ampliato trasformandolo in rapporto di sostenibilità. Per quale motivo?

Christian Plüss: La stesura del Rapporto non finanziario nel 2023 è stato il primo passo con cui la Posta ha reso noto il proprio impegno nei confronti delle principali questioni legate alla sostenibilità. L'integrazione degli aspetti finanziari nel 2024 è stato quello successivo. Lo sviluppo che ha portato a guardare a quest'importante tema in un'ottica globale segue da vicino quello della strategia. Se nel primo periodo della «Posta di domani» la sostenibilità era uno dei quattro orientamenti da adottare, ora è parte integrante della strategia del gruppo. Perseguendo sette ambizioni nelle quattro dimensioni economia, personale, ambiente e società, la Posta collega le prestazioni finanziarie e non, puntando a garantire la propria esistenza sul lungo periodo. Il rapporto in questione riflette il concetto di sostenibilità dell'azienda.

Qual è il suo giudizio sullo sviluppo della sostenibilità alla Posta nell'ultimo periodo strategico?

Nel quadriennio 2021–2024 l'attenzione è stata rivolta in particolare al clima e all'energia, tematiche per le quali la Posta si è volutamente prefissata obiettivi a lungo termine da raggiungere entro il 2030 e il 2040.

L'anno da poco concluso dimostra che in fatto di sostenibilità la Posta è sulla strada giusta: l'azienda investe, infatti, in edifici sostenibili, come il centro logistico di Villmergen, e nelle città di Zurigo, Berna, Ginevra, Basilea, Winterthur e Thun recapita lettere e pacchi esclusivamente con veicoli elettrici. Nella logistica delle merci sono stati creati i presupposti che consentiranno, da qui al 2030, di percorrere il 20% del chilometraggio totale con mezzi propri dotati di motori alternativi. AutoPostale, a sua volta, ha compiuto importanti passi avanti nel campo della mobilità elettrica e ha completato l'elettificazione delle prime linee, rispondendo alla richiesta della Posta di accelerare sulla transizione elettrica: la conversione dell'intera flotta a motori senza combustibili fossili dovrà realizzarsi, infatti, entro il 2035.

Per raggiungere quest'obiettivo serve un'ampia infrastruttura di ricarica per i veicoli elettrici, che la Posta sta predisponendo in collaborazione con un partner esterno. Perché si fa carico di quest'onere?

La mobilità elettrica sta prendendo sempre più piede, alla Posta e in generale in Svizzera, e la richiesta di corrente e punti di ricarica aumenta in modo esponenziale. Per poter coprire il proprio fabbisogno e migliorare l'infrastruttura nel Paese, la Posta prevede di creare anche una rete di ricarica rapida per veicoli elettrici a livello nazionale insieme alla società cooperativa fenaco. Le risorse richieste a tale scopo vengono accorpate in modo mirato nella business unit E-Mobility Charging Solutions, costituita di recente.



La sostenibilità è parte integrante della strategia del gruppo.

Christian Plüss
Delegato della Direzione del gruppo per la sostenibilità

L'impegno per l'ambiente è una priorità per la Posta. E quello per la società?

Con il suo servizio pubblico la Posta crea un valore aggiunto unico per la popolazione e le aziende in Svizzera, cui mette a disposizione una rete capillare che conta 5003 punti di accesso, tra filiali, filiali in partenariato, servizio a domicilio, My Post Service presso commercianti al dettaglio, stazioni di servizio, stazioni ferroviarie e chioschi, sportelli automatici My Post 24 e impianti di caselle postali. Ma il nostro impegno si spinge ben oltre il servizio pubblico.

Può farci un esempio?

La Posta sviluppa servizi digitali innovativi che semplificano la vita quotidiana della clientela e investe in soluzioni digitali come il voto elettronico, la cartella informatizzata del paziente o l'app ePost, la cassetta delle lettere digitale che permette di evadere attività amministrative in modo efficiente. Per continuare a svilupparsi, collabora inoltre con startup e atenei per trovare soluzioni innovative nei propri mercati chiave. Anche nei settori della sicurezza cibernetica e dell'etica digitale la Posta assume un ruolo pionieristico.

Le prestazioni della Posta possono essere garantite solo grazie alle sue collaboratrici e ai suoi collaboratori. Come si declina l'impegno dell'azienda a favore del personale?

La Posta offre condizioni d'impiego eque e moderne e un ambiente lavorativo che valorizza le persone, favorendo la conciliabilità tra vita privata e professionale a tutti i livelli, ad esempio grazie alla possibilità di lavorare a tempo parziale o in job sharing. Nel 2024 ci sono stati 106 duo di gestione che si sono suddivisi la responsabilità direttiva. Un numero che è cresciuto costantemente negli ultimi anni. Al suo organico la Posta propone, inoltre, opportunità di sviluppo e perfezionamento.

La digitalizzazione richiede un aggiornamento e sviluppo costante delle competenze. Nel 2024 sono stati spesi complessivamente 9,3 milioni di franchi per perfezionamenti a cui la Posta ha partecipato con 7,5 milioni.

La salute fisica e psichica del personale resta un tema centrale. La Posta offre punti di contatto facilmente accessibili, tra cui una piattaforma online operativa 24 su 24 con informazioni di carattere sanitario e consulenza anonima via chat. Inoltre offre assistenza e supporto in fase di reinserimento nel mondo del lavoro.

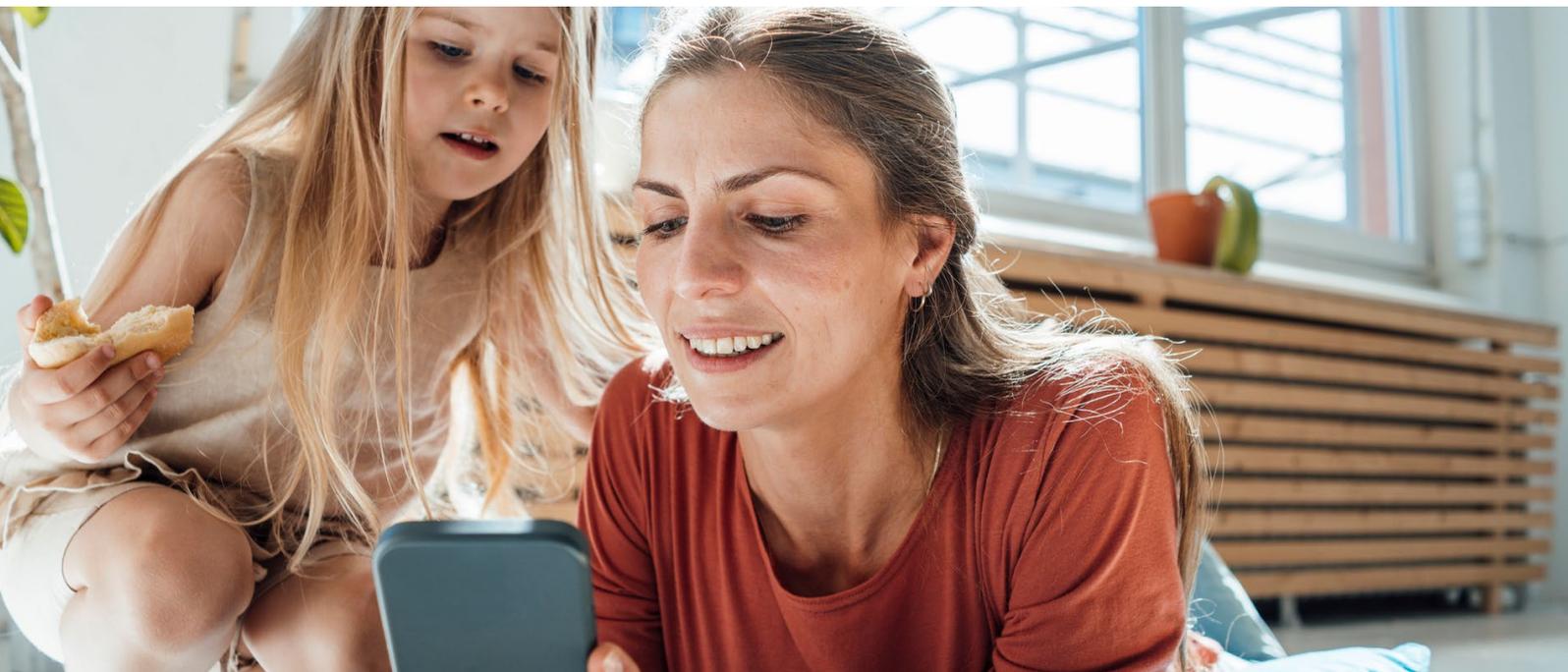
Che ruolo giocano gli aspetti economici della sostenibilità nella strategia della Posta?

La strategia «Posta di domani» è tesa a far sì che l'azienda possa finanziarsi con le proprie forze sul lungo periodo. Oltre a orientare sistematicamente le nuove offerte alle esigenze della sua clientela, la Posta ottimizza i costi e definisce tariffe adeguate per il futuro. Solo così, infatti, sul lungo termine potrà mantenere la propria rilevanza e garantire la qualità del servizio universale e del servizio pubblico ricorrendo unicamente a risorse proprie. Del resto, nonostante l'onere finanziario derivante dal servizio universale, negli ultimi dieci anni la Posta ha versato alla Confederazione dividendi per 1,25 miliardi di franchi.



Con il suo servizio pubblico la Posta crea un valore aggiunto unico per il Paese.

Christian Plüss
Delegato della Direzione del gruppo
per la sostenibilità



Strategia

Dopo una prima fase della strategia «Posta di domani» dedicata allo sviluppo delle competenze chiave aziendali, ovvero il trasporto di merci, informazioni e persone e l'erogazione di servizi finanziari, nei prossimi quattro anni la Posta proseguirà sulla strada tracciata finora e rafforzerà il suo ruolo di leader nella logistica, amplierà i servizi digitali e l'offerta di mobilità e, nel campo dei servizi finanziari, punterà sulla vicinanza alla clientela. I punti di accesso fisici saranno sviluppati e quelli digitali ampliati. Con investimenti mirati l'azienda assicurerà la sua rilevanza per il futuro e l'alta qualità del servizio universale che finanzia con mezzi propri. Nella prossima tappa del percorso verso la «Posta di domani», rafforzerà la sua concezione globale della strategia e guiderà la trasformazione del gruppo con sette ambizioni strategiche. La Posta perseguirà obiettivi finanziari e non, per creare valore aggiunto a lungo termine per il Paese.

Strategia «Posta di domani»

Esigenze della clientela e digitalizzazione al centro dello sviluppo

La Posta sviluppa il core business e si prepara a un'epoca in cui la lettera non sarà più la colonna portante delle sue finanze. Per assicurare la propria rilevanza in futuro e continuare ad autofinanziare il servizio universale, attua una serie di investimenti mirati.

→ Pag. 28

Ambizioni strategiche

Sette ambizioni strategiche a guidare la trasformazione aziendale

Nel prossimo periodo strategico la Posta rafforzerà la sua concezione globale della strategia e guiderà la trasformazione del gruppo con sette ambizioni strategiche. L'azienda perseguirà obiettivi finanziari e non, per creare valore aggiunto a lungo termine per il Paese.

→ Pag. 30

Strategia «Posta di domani»

Esigenze della clientela e digitalizzazione al centro dello sviluppo

L'azienda porta avanti la strategia «Posta di domani» puntando a rafforzare il suo ruolo di leader nella logistica, ad ampliare i servizi digitali e l'offerta di mobilità e, nel campo dei servizi finanziari, a migliorare la vicinanza alla clientela. Inoltre, svilupperà i punti di accesso fisici e potenzierà quelli digitali e, con investimenti mirati, assicurerà la sua rilevanza per il futuro e l'alta qualità del servizio universale che finanzia con mezzi propri.

Nella prima fase della strategia «Posta di domani» (2021–2024), la Posta ha sviluppato le competenze chiave aziendali, ovvero il trasporto di merci, informazioni e persone e l'erogazione di servizi finanziari, ha acquisito nuove competenze, in particolare nei settori della logistica e della comunicazione digitale, e ha investito nel futuro. Inoltre, ha aperto le proprie filiali ad aziende di servizi e autorità e ha sviluppato l'offerta orientandosi alla clientela, creando i presupposti per la fase strategica successiva (cfr. Traguardi strategici 2021–2024, → pag. 9).

La Posta potenzia il core business

Le abitudini in continua evoluzione della clientela e l'instabilità del contesto in tutti e quattro i mercati continuano a mettere a dura prova la Posta, che con la sua strategia traccia il futuro per i propri servizi e il ruolo che intende svolgere in qualità di istituzione svizzera. L'azienda sviluppa il core business e si prepara a un'epoca in cui la lettera non sarà più la colonna portante delle sue finanze. In tale ottica rivolge ancora più attenzione alle richieste della clientela di offerte globali («a tutto tondo»), servizi digitali e punti di accesso versatili, pienamente consapevole della responsabilità di cui è investita nei confronti della popolazione, rinnovando la sua promessa di semplificare la vita quotidiana delle persone e di crescere e aggiornarsi tenendo conto delle esigenze in costante ridefinizione. Completando i servizi fisici con offerte digitali, collega i due mondi in modo ottimale: da un lato, adegua la rete di filiali e promuove punti di accesso più flessibili in termini di orari e ubicazioni (come My Post 24 e le filiali in partenariato) che sono molto apprezzati dalla clientela e, dall'altro, investe nella modernizzazione delle sedi e nella trasformazione in centri servizi. La consulenza e l'assistenza personale alla clientela, in loco o in formato digitale, manterranno la loro rilevanza anche in futuro.

Crescita sostenibile in mercati selezionati

Continuando a espandersi in mercati selezionati, la Posta si assicura di poter continuare ad autofinanziare il servizio universale e un servizio pubblico in grado di rispondere alle sfide del futuro. Per farlo investe soprattutto nel mantenimento, nello sviluppo e nell'ampliamento dell'infrastruttura aziendale, ma non solo: continua a puntare su una crescita inorganica, laddove lo ritiene opportuno, soprattutto nei settori della logistica delle merci e della comunicazione digitale (piattaforme, ciber-sicurezza, pubblicità), amplia l'offerta di mobilità per la clientela commerciale e privata e vaglia opportunità di crescita per PostFinance.



La Posta mette le esigenze della clientela al centro del suo sviluppo.



La Posta punta su una crescita duratura per continuare ad autofinanziare il servizio universale.

Schierata a favore del sociale e dell'ecologia

Non da ultimo, la Posta continua a essere in prima linea per l'ecologia e il sociale, impegnandosi per consegnare alle generazioni future un mondo vivibile e sfruttando i progressi tecnologici a disposizione. Con interventi mirati tra cui la conversione sistematica del parco veicoli a sistemi di trazione a emissioni zero e la creazione di un'infrastruttura di ricarica di mezzi elettrici in tutto il Paese, punta, da qui al 2040, a raggiungere la neutralità climatica lungo l'intera catena di creazione del valore. La Posta continua a essere un datore di lavoro interessante che non perde mai di vista le proprie responsabilità nei confronti del personale. Solo con il supporto di quest'ultimo, infatti, la Posta di domani diventerà realtà.

➕ Maggiori informazioni sulla strategia, sul contesto e sulle sfide future nel Rapporto finanziario 2024 (PDF) da pag. 18



Neutralità climatica lungo l'intera catena di creazione del valore: questo l'obiettivo della Posta da qui al 2040.



Un servizio universale al passo coi tempi che collega mondo analogico e digitale

Nella seduta del 14 giugno 2024 il Consiglio federale ha deciso di avviare la revisione dell'Ordinanza sulle poste (che entrerà in vigore nel 2026) e di elaborare i punti chiave di un riesame della relativa legge (che acquisterà efficacia non prima del 2030). La revisione dell'Ordinanza porterà maggiore flessibilità nel recapito e l'integrazione di offerte digitali: mentre oggi si prevede che il 97% delle lettere e il 95% dei pacchi debbano essere recapitati entro i termini stabiliti, in futuro questo requisito dovrà essere soddisfatto da almeno il 90% degli invii. Il recapito dovrà essere garantito negli insediamenti abitati tutto l'anno, mentre per le case abitate tutto l'anno l'obbligo decadrà. Il servizio universale dovrà essere, inoltre, integrato da una lettera digitale, modalità di pagamento online (ad es. carta di debito o app di pagamento) e traffico dei pagamenti sul web.

La Posta accoglie con favore le modifiche sopra descritte, interpretandole come un primo passo importante verso la definizione di un quadro regolatorio a misura di futuro. Imprescindibile a tale scopo resta una revisione globale della Legge sulle poste che dovrà essere avviata a breve.

Ambizioni strategiche

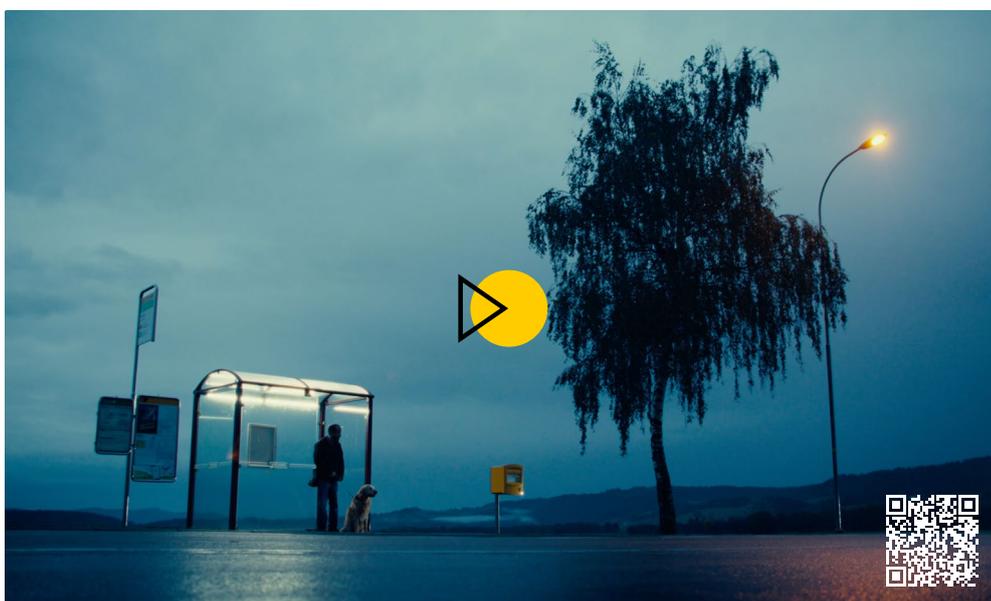
Sette ambizioni strategiche a guidare la trasformazione aziendale

Nella prossima tappa del percorso verso la «Posta di domani», la Posta rafforzerà la sua concezione globale della strategia e guiderà il gruppo con sette ambizioni strategiche. L'azienda perseguirà obiettivi finanziari e non, per creare valore aggiunto a lungo termine per il Paese.

La strategia del gruppo «Posta di domani» si prefigge di garantire la rilevanza della Posta e dei suoi servizi a lungo termine (cfr. → pag. 27). «Istituzione» radicata in Svizzera e al servizio del Paese, la Posta si sente investita della responsabilità di operare in modo sostenibile a tutti i livelli (economia, società, personale e ambiente). Nel secondo quadriennio strategico creerà un equilibrio tra obiettivi economici (finanziari), sociali ed ecologici (non finanziari). Con l'introduzione di sette ambizioni strategiche nasce una strategia del gruppo sostenibile, in cui la centralità della clientela, la soddisfazione del personale e la tutela del clima sono fattori imprescindibili per il successo dell'azienda.



Con l'introduzione di sette ambizioni strategiche la Posta dà vita a una strategia del gruppo sostenibile.



La Posta vuole semplificare la quotidianità delle persone in Svizzera e offrire un vero valore aggiunto. Con la sua strategia l'azienda si prepara a reagire a un contesto in rapido mutamento e alle esigenze in continua evoluzione della clientela.

Economia



Centralità della clientela

La Posta si è prefissata un obiettivo chiaro: offrire a ogni cliente – che si tratti di aziende, autorità o privati – la stessa qualità elevata sul canale prescelto, con l'intento di migliorare e sviluppare costantemente l'offerta complessiva. Per farlo, può contare su un personale sempre aggiornato, che conosce le esigenze attuali e le aspettative future del pubblico a cui si rivolge. Queste informazioni preziose spronano la Posta a perfezionarsi continuamente, a essere sempre un passo più avanti e a proporre esattamente quello che conta davvero.



Crescita mirata e sostenibile

La Posta rafforza il core business nei settori della logistica, della comunicazione, della mobilità e dei servizi finanziari e amplia l'offerta in mercati selezionati con interventi mirati, puntando su una crescita sostenibile e centrata sulle esigenze della clientela. L'obiettivo dunque non è ingrandirsi come azienda, ma riequilibrare il sistema Posta. Nonostante l'attuale dipendenza da mercati in calo, con la crescita l'azienda si assicura le risorse per investimenti futuri, contribuendo così in modo significativo a preservare la propria autonomia finanziaria. La Posta investe nello sviluppo e nel potenziamento della propria infrastruttura per promuovere la scalabilità dei modelli di business esistenti, ma valuta anche possibili acquisizioni laddove le competenze non possono essere reperite internamente o devono essere assicurate tramite partnership.



Autonomia finanziaria

La Posta non è solo lettere, ma molto di più. È un sistema globale con un obiettivo chiaro: offrire un servizio pubblico interessante preservando la propria autonomia finanziaria. Per farlo, la Posta deve crescere ed evolvere. Al fine di assicurare l'indipendenza economica nel tempo persegue due approcci fondamentali: da un lato, l'aumento dei ricavi puntando su crescita e misure tariffarie mirate e, dall'altro, l'ottimizzazione delle procedure operative per realizzare incrementi dell'efficienza. Entrambi richiedono lo sfruttamento di sinergie all'interno delle varie unità. Alla luce della progressiva digitalizzazione e del conseguente calo del settore delle lettere, la trasformazione nella Posta di domani è un percorso obbligato che permette di creare già oggi le basi per un'azienda capace di affrontare le sfide del futuro e autofinanziarsi nel tempo.

Società



Rilevanza per la popolazione

Uno degli obiettivi principali è mantenere il servizio universale e l'offerta del servizio pubblico al consueto livello elevato garantito finora, sviluppandoli in funzione delle nuove esigenze della popolazione e dell'economia svizzera. A tale scopo la Posta lavora a stretto contatto con la politica, la proprietaria e diversi gruppi d'interesse. Per creare un vero valore aggiunto attraverso i prodotti e servizi che offre, l'azienda li ottimizza costantemente introducendo innovative prestazioni digitali. Nel settore dei pacchi punta su convenienza, semplicità e velocità, mentre nel mercato della comunicazione ripensa il servizio pubblico arricchendolo di soluzioni digitali a livello di salute, e-government e piattaforme digitali (ad es. ePost). Nel campo della mobilità promuove, tra l'altro, offerte di bus a chiamata e sistemi di ricarica per veicoli elettrici.



Collegamento digitale e fisico

Oggiorno si tende ad associare la Posta ai servizi tradizionali, come il trasporto fisico di lettere e pacchi, che costituirà una competenza chiave dell'azienda anche in futuro. I servizi offerti includeranno, però, sempre più anche elementi fisici e digitali grazie ai quali privati, aziende, organizzazioni e autorità potranno continuare a comunicare in sicurezza e attraverso i canali che prediligono. L'offerta esistente viene pertanto sviluppata a livello digitale

e adeguata alle esigenze in continua evoluzione della clientela e della nuova generazione, ad esempio accorpando e ampliando le applicazioni mobili in un'app integrata della Posta 2.0 e introducendo formati come gli sportelli automatici o la consulenza da remoto nelle filiali.

Personale



Condizioni interessanti per il personale

Il successo della Posta e la fiducia di cui gode dipendono principalmente dal suo personale e dal lavoro quotidiano che svolge. Per preservare il suo successo anche in futuro la Posta ha bisogno di collaboratrici e collaboratori competenti e motivati. La Posta vuole continuare a essere un datore di lavoro interessante e a essere percepita come un'azienda versatile, che assume la propria responsabilità sociale, coltiva uno stile gestionale moderno e offre condizioni d'impiego eque, oltre a posti di lavoro e attività stimolanti, modelli professionali moderni, opportunità di sviluppo e una cultura aziendale inclusiva. È grazie a queste premesse che l'azienda potrà acquisire anche in futuro nuovo personale impegnato e soddisfatto e fidelizzarlo.

Ambiente



Sulla strada verso il net zero

La Posta si impegna per consegnare alle generazioni future un mondo vivibile e si assume responsabilità nei confronti della sostenibilità ecologica. Per contrastare il cambiamento climatico, persegue obiettivi ambiziosi: assicurare il recapito elettrico di lettere e pacchi nei centri urbani a partire dal 2025, azzerare l'impatto climatico nelle attività proprie dal 2030 e ridurre le emissioni di gas a effetto serra fino a raggiungere il net zero lungo l'intera catena di creazione del valore da qui al 2040.

Per farlo, l'azienda converte il parco veicoli adottando motori alternativi, incentiva la clientela commerciale ad adottare soluzioni di mobilità ecologiche e, nell'ambito di una joint venture con la società cooperativa fenaco, offre una rete di ricarica rapida per i veicoli elettrici in tutta la Svizzera. In campo immobiliare la Posta migliora l'efficienza energetica degli edifici esistenti, promuove la produzione di energie rinnovabili e realizza nuovi stabili applicando i massimi standard energetici riconosciuti. Il 10% di emissioni di CO₂ che entro il 2040 probabilmente non potrà essere evitato dovrà essere sottratto all'atmosfera e immagazzinato a lungo termine, motivo per cui la Posta è impegnata a sviluppare un portafoglio di misure volte alla rimozione e allo stoccaggio del CO₂.



Il contributo delle unità del gruppo alle ambizioni strategiche

Autonomia finanziaria, centralità della clientela o net zero? Le icone inserite negli articoli delle unità del gruppo e di funzione indicano le varie ambizioni strategiche a cui le misure descritte offrono un contributo particolare.

La Posta cambia completamente strategia?

Signor Levrat, la Posta ha perseguito finora due obiettivi principali: crescere in mercati selezionati e preservare l'indipendenza economica nel tempo. Ora sono state stabilite sette ambizioni. Ciò significa che la Posta ridefinisce completamente il suo orientamento strategico?

No, la Posta continuerà ad autofinanziare il servizio universale e l'offerta del servizio pubblico, preservando la propria autonomia finanziaria. Da un lato, come istituzione deve contribuire in modo rilevante al funzionamento delle attività quotidiane delle persone in Svizzera e, dall'altro, come azienda deve garantire il finanziamento a lungo termine del servizio universale e degli investimenti necessari. Le sette ambizioni tengono conto di questo equilibrio nel tempo, promuovendo un approccio globale della Posta su un arco di tempo prolungato.

Cosa cambierà concretamente con questo nuovo orientamento strategico?

Ci focalizzeremo ancor di più sulla nostra clientela e sulle sue esigenze, guardando con particolare attenzione ai bisogni del settore privato e delle aziende, dalle più piccole a quelle di medie dimensioni. Così facendo intendiamo offrire servizi per uno scambio di informazioni intuitivo, affidabile e sicuro anche nel mondo digitale e creare un collegamento ottimale tra realtà fisica e virtuale. Questa interazione dovrà far sì che l'offerta della Posta si distingua a lungo termine da quella della concorrenza, creando valore aggiunto per la clientela e assicurando la rilevanza dell'azienda. La crescita mirata e sostenibile, la sostenibilità ecologica e l'attrattiva per il personale resteranno obiettivi prioritari da perseguire con coerenza anche con la nuova strategia.

Non è da escludere che sette ambizioni strategiche possano generare anche conflitti di obiettivi. Alla luce di ciò, come guidare un'azienda del calibro della Posta?

La Posta opera in un contesto caratterizzato da cambiamenti radicali e repentini. Il nostro mondo è sempre più dinamico e imprevedibile, o semplicemente più complesso. Per questo è fondamentale valutare le opportunità e considerare tutti gli aspetti per trovare soluzioni sensate e sostenibili a lungo termine anziché pensare a conflitti di obiettivi nell'immediato. Solo così potremo attuare una strategia che ci traghetti con forza nel futuro garantendo alla Posta di continuare a essere un'azienda rilevante per la Svizzera, l'economia e la popolazione anche nel 2030 e negli anni successivi.



La Posta continuerà ad autofinanziare il servizio universale e l'offerta del servizio pubblico.

Christian Levrat
Presidente del Consiglio di
amministrazione

Servizi logistici

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.



Fatti e cifre nel video:
rdg.posta.ch/cifre-servizi-logistici



Intervista

«Abbiamo creato un'organizzazione efficiente con business unit forti»

Malgrado la complessità del contesto in cui opera, Servizi logistici ha creato una base operativa solida e ha adeguato la propria infrastruttura in modo mirato. Nel 2024 ha portato avanti l'elettrificazione della flotta raggiungendo traguardi significativi.

Intervista a Johannes Cramer, responsabile Servizi logistici

→ Pag. 36



Tracciamento degli invii

Quando arriverà il mio pacco?

Tracciare gli invii in tempo reale: la Posta ha sviluppato un servizio che fornisce informazioni precise sul recapito dei pacchi. Su «I miei invii» il giorno precedente al recapito e il giorno stesso in cui viene effettuato viene indicata una fascia oraria stimata per la consegna, rispettivamente di due-quattro ore e di 40-90 minuti.

→ Pag. 39



Mobilità elettrica

Avanti tutta con la conversione della flotta per il recapito

Sono sempre di più le città della Svizzera in cui la Posta recapita lettere e pacchi in modo completamente elettrico grazie a una flotta di oltre 7000 mezzi il cui impiego fa risparmiare già oggi migliaia di tonnellate di CO₂. L'azienda porta avanti con coerenza la transizione ecologica nella logistica.

→ Pag. 37

Logistica delle merci



Apri la nuova sede principale di Iemoli in Lombardia

L'azienda logistica Iemoli Trasporti, una società affiliata della Posta, è leader nel trasporto transfrontaliero di beni di uso quotidiano, merci pericolose e termosensibili tra Svizzera e Italia. Nell'anno in esame ha inaugurato un nuovo centro logistico a Turate (IT), a soli 26 chilometri da Chiasso e 25 da Milano. La nuova sede costituisce un tassello importante della rete logistica internazionale della Posta per il trasporto intermodale (strada e rotaia) sull'asse nord-sud e aumenta l'efficienza dei trasporti transfrontalieri.

Servizio universale



Interventi tempestivi in situazioni di criticità

Piogge torrenziali, frane e strade sommerse dai detriti: grazie a una logistica precisa e al pronto intervento del personale, la Posta trova soluzioni efficaci e garantisce il servizio universale anche in caso di calamità naturali.

→ Pag. 40

Intervista a Johannes Cramer, responsabile Servizi logistici

«Abbiamo creato un'organizzazione efficiente con business unit forti»

Signor Cramer, Servizi logistici si lascia alle spalle un anno intenso. Come lo descriverebbe?

Come un anno molto impegnativo, in cui abbiamo dovuto affrontare molteplici sfide, dall'alta volatilità dei mercati agli effetti della situazione politica mondiale, della congiuntura e della scarsa fiducia dei consumatori che ci hanno messo duramente alla prova. Ciononostante è stato un periodo positivo, in cui abbiamo raccolto i frutti degli sforzi compiuti negli anni precedenti e abbiamo messo in piedi un'organizzazione stabile ed efficiente con business unit forti e una base operativa solida. Abbiamo altresì adeguato la nostra infrastruttura in modo mirato, ci siamo affermati come partner collaudato nella logistica per la salute e, in quella delle merci, vantiamo una rete robusta, saldamente radicata in Svizzera. Alla luce di questi successi sono fiero dei traguardi raggiunti, tanto più che dal mercato dei beni nel suo complesso giungono i primi segnali di crescita, il che lascia ben sperare.

A che punto è Servizi logistici con la sostenibilità?

La Posta si è prefissata obiettivi ambiziosi in questo campo: azzerare l'impatto climatico nelle attività proprie entro il 2030 e raggiungere il net zero da qui al 2040. Nell'anno in esame abbiamo accelerato sull'elettrificazione della flotta aziendale, raggiungendo risultati visibili. Dalla metà dell'anno il recapito a Basilea Città e in alcuni comuni limitrofi avviene esclusivamente con mezzi elettrici: Basilea diventa così la quarta città a vantare l'impiego esclusivo di veicoli a batteria per questo scopo. Nel 2025 proseguiremo con determinazione su questa strada in altre regioni, per tener fede alle nostre responsabilità e contribuire a realizzare un futuro sostenibile.

Come reagisce Servizi logistici alle condizioni di mercato?

Attualmente le condizioni di mercato sono più difficili che in passato. I nostri settori di attività dipendono fortemente dai consumi privati, che negli ultimi anni si sono attestati ai minimi storici. Per quanto nel 2024 siano emersi i primi segnali di ripresa e il commercio online abbia mostrato una lieve crescita, nel complesso il livello rimane al di sotto della media. Per i prossimi anni confidiamo in un'ulteriore crescita, ma le condizioni di mercato restano volatili e difficili da prevedere. È quindi fondamentale dotare la Posta di una struttura organizzativa ottimale che le consenta di consolidare il suo successo nel tempo, anche in un clima di incertezza.

A che punto è Servizi logistici con l'attuazione della strategia «Posta di domani»?

Dopo quattro anni in cui abbiamo posto solide fondamenta, ora dobbiamo consolidarle e preparare il terreno per un'ulteriore crescita. Il nostro obiettivo, da qui al 2028 e per gli anni successivi, è creare una logistica ancora più diversificata. Già oggi abbiamo ridotto la nostra dipendenza dal settore delle lettere e reso le nostre fonti di fatturato più variegata. Nei prossimi anni il comparto dei pacchi diventerà la colonna portante del nostro business, accanto al mercato dei media e pubblicitario e alle attività internazionali. Anche la logistica delle merci e le soluzioni settoriali guadagneranno sempre più terreno. In poche parole, dopo aver diversificato la base del fatturato, dobbiamo puntare ora a rendere la struttura dei ricavi più durevole.



Nel 2024 abbiamo portato avanti l'elettrificazione della nostra flotta.

Johannes Cramer
Responsabile Servizi logistici



Mobilità elettrica

Avanti tutta con la conversione della flotta per il recapito

Sono sempre di più le città della Svizzera in cui la Posta recapita lettere e pacchi in modo completamente elettrico grazie a una flotta di circa 7300 mezzi il cui impiego fa risparmiare già oggi migliaia di tonnellate di CO₂. Con l'obiettivo ambizioso di elettrificare entro il 2030 l'intero parco veicoli utilizzato per il recapito, l'azienda persegue con determinazione la transizione ecologica nella logistica.

A dominare il paesaggio urbano, soprattutto al mattino, sono i furgoni gialli della Posta, utilizzati dal personale addetto al recapito per consegnare migliaia di pacchi al giorno. In molte località, però, al posto dell'odore dei gas di scarico e del rombo dei motori si avverte solo un leggero ronzio emesso dai veicoli che, accanto al giallo brillante della carrozzeria, presentano strisce verdi sulle fiancate per indicare che circolano a emissioni zero.

Recapito con veicoli elettrici nelle città della Svizzera

La transizione all'elettrico procede a pieno ritmo: a Berna, Zurigo, Ginevra, Winterthur, Thun e Uster la Posta si avvale unicamente di veicoli a batteria per il recapito di lettere e pacchi. «In questo modo la Posta evita 3200 tonnellate di CO₂ all'anno, il che equivale a circa 400 giri del mondo in auto», afferma Johannes Cramer, responsabile Servizi logistici. «L'elettificazione del parco veicoli è un passo importante per raggiungere gli ambiziosi obiettivi climatici della Posta». Da agosto 2024 anche nella città di Basilea e in alcuni comuni limitrofi come Allschwil e Binningen il recapito viene effettuato interamente con veicoli elettrici di proprietà della Posta che, ogni giorno, servono nel complesso più di 1,5 milioni di economie domestiche.

L'ampliamento dell'infrastruttura di ricarica continua

Nella sede situata nei pressi della stazione FFS di Basilea la Posta ha creato una nuova infrastruttura di ricarica e ha modificato l'impianto elettrico dell'edificio. Dei 455 uffici di recapito presenti in tutta la Svizzera, 142 sono attualmente dotati di stazioni di ricarica per veicoli elettrici. E il numero è destinato a crescere costantemente. Soprattutto negli stabili meno recenti l'infrastruttura deve essere adeguata al consumo più elevato di corrente. Investimenti analoghi sono richiesti anche in altre sedi,



Nelle sole città di Berna, Zurigo, Ginevra, Winterthur, Thun e Uster la Posta evita 3200 tonnellate di CO₂ all'anno.

Johannes Cramer
Responsabile Servizi logistici

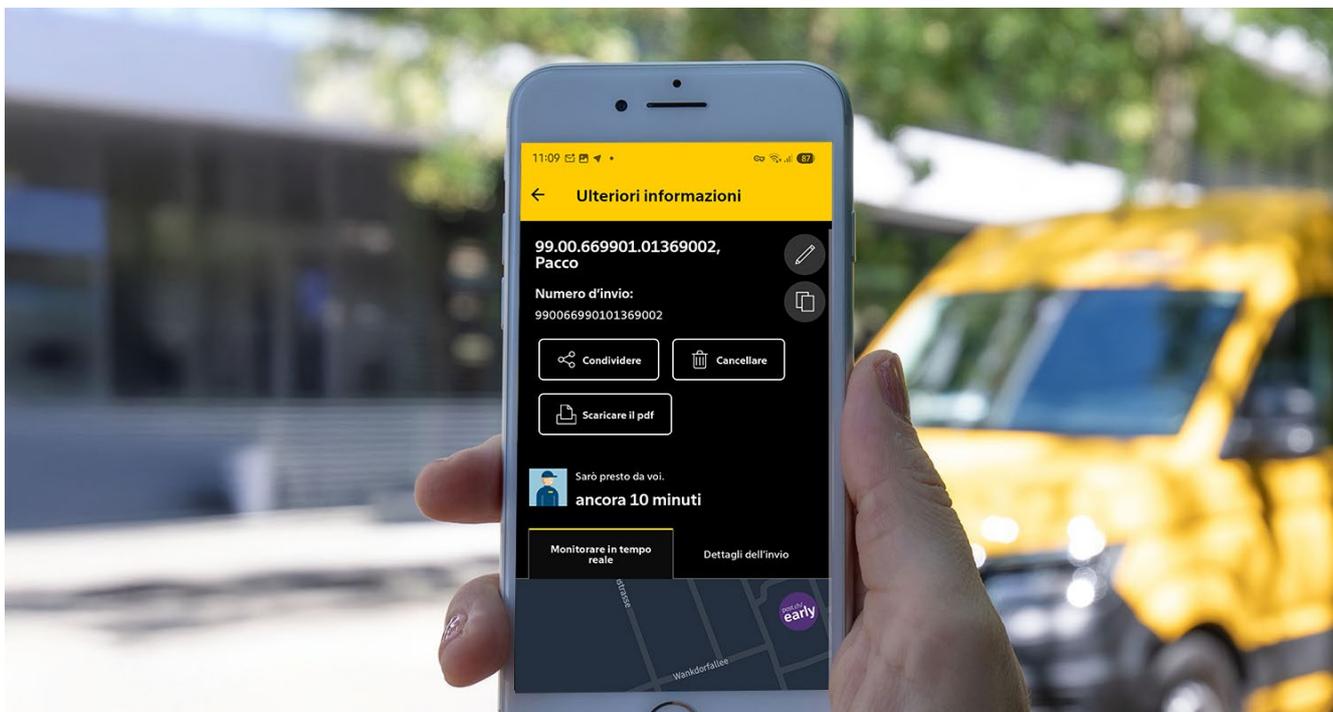
tra cui Thun e Effretikon, dove a fine 2024 sono entrati in funzione ulteriori furgoni elettrici. «Un traguardo importante verrà raggiunto nel 2025 quando anche Bienne, Lucerna, Lugano e altre città passeranno interamente al recapito con veicoli elettrici», afferma Johannes Cramer.

Circa 1300 furgoni a trazione elettrica

Oltre ai veicoli elettrici a tre ruote con cui la Posta recapita da tempo lettere e pacchi di piccole dimensioni, vengono impiegati anche circa 1300 furgoni a trazione elettrica, destinati a diventare sempre di più. L'obiettivo, a partire dal 2030, è recapitare gli invii in tutta la Svizzera, da Ginevra a Basilea fino a Scuol, con mezzi elettrici. Ciò significa che ogni anno circa 76 milioni di pacchi e 1,4 miliardi di lettere verranno consegnati in modo ecologico. Un elemento chiave della strategia di elettrificazione della Posta è l'utilizzo di corrente elettrica proveniente al 100% da fonti rinnovabili di origine svizzera.

La flotta elettrica più grande della Svizzera cresce ancora

Con 7285 veicoli, la Posta possiede la flotta elettrica più grande del Paese. A comporla sono 6009 veicoli a tre ruote, 594 furgoni e 682 mezzi di altro tipo utilizzati per scopi tecnici e logistici. Da qui al 2030 la Posta intende dotare di motori alternativi l'intera flotta composta da 10'500 veicoli per il recapito. Anche i chilometri percorsi da partner di trasporto esterni dovranno diventare più sostenibili: entro il 2030 il 5% di questi tragitti dovrà essere effettuato con motori alternativi in modo che un quinto dell'intero chilometraggio percorso sia effettuato senza l'impiego di combustibili fossili.



Tracciamento degli invii in tempo reale

Quando arriverà il mio pacco?

Chi non vorrebbe sapere l'ora esatta in cui arriverà il pacco che sta aspettando e ricevere informazioni tempestive in caso di cambi di programma? Per soddisfare quest'esigenza la Posta ha sviluppato un nuovo servizio che fornisce informazioni precise sul recapito dei pacchi: su «I miei invii» il giorno precedente al recapito e il giorno stesso in cui viene effettuato viene indicata una fascia oraria stimata per la consegna, rispettivamente di due-quattro ore e di 40-90 minuti, che viene costantemente aggiornata. In caso di ritardi significativi, dovuti ad esempio al traffico, viene comunicata in tempo reale una nuova fascia oraria di recapito. Per gli ultimi minuti che precedono la consegna è disponibile, inoltre, un link grazie al quale si può tracciare il pacco in tempo reale e vedere sulla mappa dove si trova esattamente in quel momento in modo da prepararsi al ritiro. Anche il servizio di presa in consegna dei pacchi pick@home fornisce ora previsioni orarie più precise.

Il servizio di notifica dell'orario di arrivo è disponibile in tutte le regioni svizzere dove si effettua il recapito pacchi semplice e verrà gradualmente esteso alle aree in cui è previsto il recapito combinato di lettere e pacchi.



Su «I miei invii» il giorno precedente al recapito viene indicata una fascia oraria di due-quattro ore stimata per la consegna.

Garantire il servizio universale

Interventi tempestivi in situazioni di criticità

Piogge torrenziali, frane e strade sommerse dai detriti: a seguito delle calamità naturali che nel 2024 hanno colpito diverse località della Svizzera, la Posta ha dovuto gestire scenari complessi. Grazie a una logistica precisa e al pronto intervento del personale è riuscita a garantire il servizio universale alla popolazione, ricorrendo anche a soluzioni non convenzionali.

Nelle situazioni d'emergenza la Posta dimostra la sua capacità di trovare soluzioni efficaci, qualunque cosa succeda. E nell'estate 2024 segnata da ondate di maltempo e forti piogge ha dovuto farlo in più occasioni.

A Lourtier la posta arriva dal cielo

A causa dell'inondazione che ha reso impraticabile la via di accesso al paese, a luglio 2024 il centro vallesano di Lourtier, nella valle di Bagnes, è rimasto isolato dal mondo esterno per due settimane. Per consegnare viveri e beni di prima necessità è stato utilizzato l'elicottero, da cui è stata calata anche la posta, prontamente ritirata dalla postina del villaggio davanti alla filiale locale. Ma come consegnare le lettere e i pacchi? La donna ha attaccato un adesivo della Posta sul pick-up di famiglia e, con il solerte aiuto del marito, lo ha usato per consegnare gli invii.

Recapito affidabile a Brienz

A causa delle forti piogge, il 12 agosto il pianterreno dell'ufficio di recapito di Brienz è stato completamente allagato. Messosi in sicurezza al primo piano, il personale ha potuto abbandonare il luogo solo in tarda serata. Nonostante l'area sportelli fosse sommersa dall'acqua, da calcinacci e detriti e l'accesso ai veicoli fosse bloccato, l'attività postale non si è fermata: gli invii sono stati inoltrati e il giro di recapito è stato eseguito da un ufficio vicino non colpito dal disastro. Il giorno dopo la catastrofe il trattamento delle lettere è ripreso nella consueta sede, con un'unica differenza: l'accesso al locale fattorini è avvenuto dalla tromba delle scale, dato che l'entrata di servizio era ancora bloccata dal fango e dalle auto alluvionate.

Operatività garantita nonostante l'alluvione a Baar

Il 2 settembre, a causa del forte maltempo, l'ufficio di recapito di Baar è stato interessato da ingenti allagamenti. Grazie al rapido intervento dei vigili del fuoco che hanno prosciugato i locali la situazione è stata mantenuta sotto controllo. Adottando efficienti procedure interne, la Posta ha garantito l'operatività del servizio senza significative interruzioni e il puntuale recapito della corrispondenza in mattinata. Tutto questo ha richiesto però un impegno straordinario da parte del personale che, lavorando mano nella mano, ha asciugato circa 50-80 pacchi completamente inzuppati.

Pianificazione logistica sul banco di prova

Le catastrofi naturali non hanno messo a dura prova solo gli uffici di recapito, ma anche la pianificazione logistica: a luglio i giri normalmente effettuati passando per il San Bernardino hanno dovuto essere deviati all'ultimo minuto sul Gottardo per via dell'inagibilità di tratti della A13 distrutti dalle intemperie. Per altri eventi, invece, il margine di pianificazione è stato più ampio: in occasione della Conferenza di alto livello sulla pace in Ucraina sul Bürgenstock e dei Campionati del mondo di ciclismo a Zurigo sono state individuate tratte e strategie di recapito alternative per evitare le chiusure stradali. Anche queste situazioni hanno richiesto ulteriori sforzi in campo logistico e la necessità di adeguarsi rapidamente a scenari in costante evoluzione per garantire il recapito.



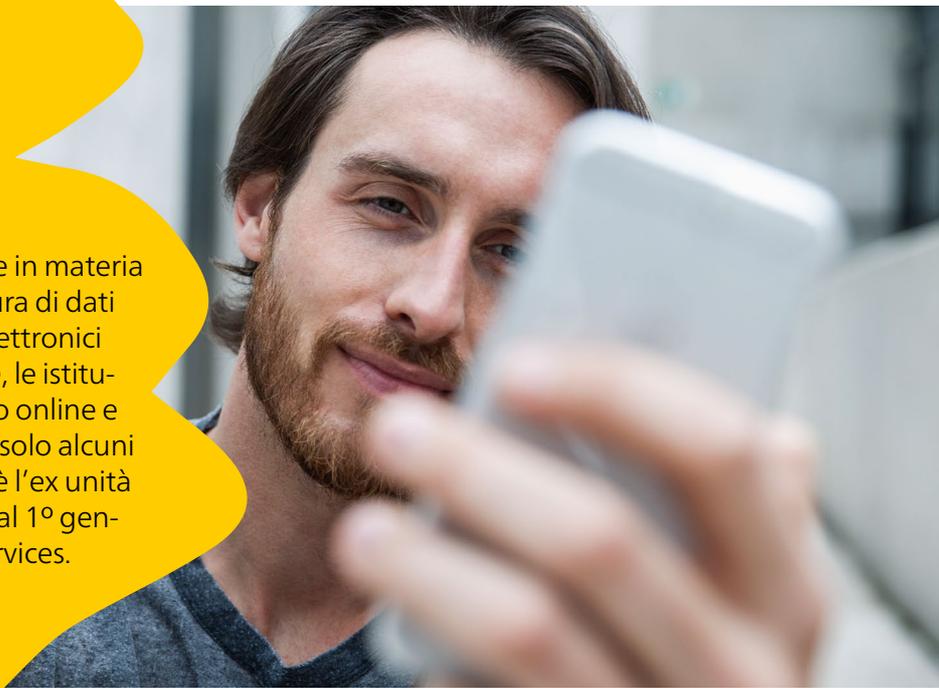
Con solerzia, il personale ha messo in campo soluzioni non convenzionali per affrontare le calamità.

Digital Services

La Posta trasferisce le proprie competenze in materia di scambio di informazioni e gestione sicura di dati sensibili nel mondo digitale: con servizi elettronici semplici e sicuri per le persone, le imprese, le istituzioni e la sanità, di cui lettera digitale, voto online e cartella informatizzata del paziente sono solo alcuni esempi. Responsabile di questo sviluppo è l'ex unità operativa Servizi di comunicazione, che dal 1° gennaio 2025 opera con il nome di Digital Services.



Fatti e cifre nel video:
rdg.posta.ch/cifre-digital-services



Intervista

«La creazione dell'unità del gruppo è stata un successo»

L'unità ha concluso con successo dodici acquisizioni. Contando su un ampio portafoglio, Digital Services intende offrire alternative digitali affidabili e soddisfare la crescente esigenza di uno scambio di informazioni sicuro, oggi e in futuro.

Intervista a Nicole Burth, responsabile Digital Services

→ Pag. 43

Piattaforma di comunicazione ePost



La lettera digitale nel servizio universale

In futuro la clientela potrà scegliere se ricevere la corrispondenza in formato cartaceo o digitale. La piattaforma di comunicazione ePost permette di farlo già ora, in sicurezza e con flessibilità, nel pieno rispetto del segreto epistolare.

→ Pag. 46



Piattaforme di comunicazione



Nuovo slancio per la cartella informatizzata del paziente

La Posta sviluppa costantemente la piattaforma dedicata alla cartella informatizzata del paziente. Grazie al servizio di self onboarding digitale è possibile aprire una CIP in pochi e semplici passaggi in tutta la Svizzera. In molti Cantoni questo servizio è gratuito.

→ Pag. 44

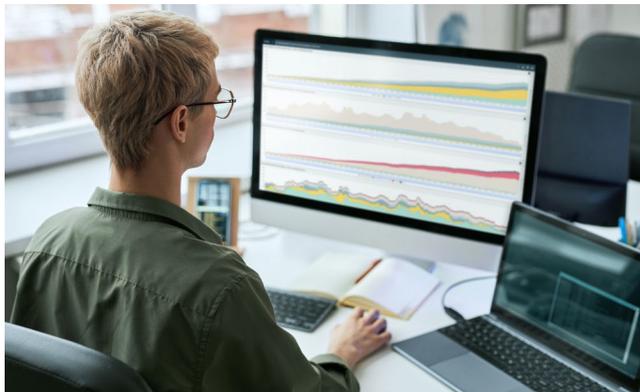
Crittografia delle e-mail



Trasmettere informazioni sensibili in sicurezza

Grazie a IncaMail è possibile spedire documenti confidenziali come contratti, fatture o distinte di paga in modo affidabile, sicuro e conforme alla protezione dei dati. Nel 2024 il servizio della Posta per l'invio di e-mail cifrate è stato reso ancora più moderno.

→ Pag. 47



Crittografia



Soluzioni per la sicurezza digitale

Nella comunicazione dati la crittografia, l'arte della codifica, protegge le informazioni da accessi non autorizzati. A Neuchâtel la Posta gestisce un centro di competenza dedicato a questa disciplina in cui specialiste e specialisti mettono a punto tecnologie di ultimissima generazione.

→ Pag. 48

Voto elettronico



Una modalità di voto comoda e sicura

Il voto elettronico offre all'elettorato e alle autorità numerosi vantaggi, tra cui la possibilità di esprimere la propria preferenza senza vincoli di tempo e luogo, evitando altresì che le schede possano essere invalidate. Nell'anno in esame il sistema messo a punto dalla Posta è stato utilizzato con successo in votazioni ed elezioni federali, comunali e cantonali nei Cantoni di Basilea Città, San Gallo, Turgovia e dei Grigioni e, prossimamente, verrà introdotto anche nei Cantoni di Ginevra, Lucerna e Neuchâtel. La sicurezza dei voti elettronici è stata garantita in tutti gli scrutini eseguiti finora e anche i conteggi si sono svolti senza problemi.

Cybersicurezza



Per una comunicazione digitale più sicura

Rilevando Open Systems AG, azienda specializzata in cybersicurezza, la Posta intende offrire ad autorità, ONG e aziende private soluzioni di comunicazione ancora più sicure. Con un organico di oltre 260 unità, la società con sede a Zurigo si avvale di un piano di servizio unico nel suo genere e di una piattaforma propria per proteggere il trasferimento dei dati e le reti di imprese e organizzazioni attive a livello globale, dotandole di una struttura efficiente.

Videoconsulenza



Test di mercato in otto filiali

Nel primo semestre del 2024 la Posta ha eseguito un test di mercato in otto filiali della Svizzera tedesca e romanda, proponendo una nuova modalità di consulenza tramite video accanto a quella classica allo sportello. Unblu, una società del gruppo Posta che fornisce soluzioni di comunicazione digitali, offre la possibilità di unire interazioni virtuali e personali, garantendo lo scambio di informazioni sensibili in piena sicurezza. Con la videoconsulenza la Posta intende creare un'offerta variegata da proporre in tutte le sedi per evitare alla clientela lunghi spostamenti per contattare un operatore specifico.

→ Pag. 54

Swiss Post Cybersecurity SA



Attacchi cibernetici: l'unione fa la forza

Il numero di attacchi informatici in Svizzera è in costante aumento: l'Ufficio federale della cibersicurezza (UFCS) riceve ogni settimana fino a 2500 segnalazioni di incidenti di questo tipo. Per rispondere alle esigenze della clientela di interazione sicura e protezione delle informazioni, la Posta lancia Swiss Post Cybersecurity SA, nata dalla fusione delle sue due società specializzate in cibersicurezza terreActive e Hacknowledge. Oltre 150 tra specialiste e specialisti e Security Operations Center moderni offrono a istituzioni e aziende di medie e grandi dimensioni una protezione efficace dalle minacce del web.

Comunicazione con le autorità



Più forti nel campo delle soluzioni di sicurezza digitali

A luglio 2024 la Posta ha acquisito la maggioranza delle azioni del gruppo Diartis di Lenzburg che, grazie all'esperienza maturata nel campo della gestione e della trasmissione digitale di dati confidenziali, ne completa in modo ideale l'offerta di servizi. Attraverso la piattaforma Diartis autorità, organizzazioni e clienti possono scambiarsi informazioni in sicurezza, ad esempio per il calcolo dei sussidi sociali.

Intervista a Nicole Burth, responsabile Digital Services

«La creazione dell'unità del gruppo è stata un successo»

Signora Burth, dal lancio dell'unità operativa Digital Services nel 2021 siamo giunti ora alla conclusione del primo periodo strategico. Che bilancio traccia?

Molto positivo: la creazione ex novo di questa unità del gruppo, allora denominata Servizi di comunicazione, è riuscita. Oggi, con all'attivo dodici acquisizioni di successo e una crescita dell'organico da 100 a oltre 1500 unità, non possiamo che ritenerci estremamente soddisfatti. Il rilevamento di Open Systems AG, il più grande effettuato finora da Digital Services, è stato uno dei principali traguardi raggiunti. Inoltre abbiamo ampliato notevolmente il nostro portafoglio inserendo servizi B2B4C innovativi e oggi siamo presenti come fornitore di punta di soluzioni digitali per il mercato svizzero ed estero in tre settori: quello delle piattaforme di comunicazione, dei software compatibili per Comuni e PMI e dei servizi di cibersecurity. Negli ultimi quattro anni abbiamo acquisito centinaia di clienti. Tutti risultati di cui sono fiera. L'obiettivo di fatturato è stato centrato, ma non siamo ancora redditizi.

Puntate sulla crescita tramite acquisizioni, una strategia in parte criticata. Cosa vi spinge a farlo?

Abbiamo la responsabilità di guidare la Posta guardando al successo economico, senza perdere di vista le condizioni quadro vigenti e l'attuazione della strategia, il tutto senza ricorrere al denaro dei contribuenti. Il calo delle operazioni allo sportello e del settore delle lettere, unito alle mutate abitudini della clientela, richiedono alternative digitali. La Svizzera ha bisogno di attori affidabili per garantire interazioni digitali sicure. Queste competenze non si acquisiscono solo con una crescita organica, ma anche mediante acquisizioni. Internamente ci siamo concentrati sullo sviluppo del settore del servizio pubblico digitale, ovvero su piattaforme di comunicazione come il voto elettronico, ePost e la cartella informatizzata del paziente.

La maggior parte delle persone in Svizzera pensa che la Posta si occupi solo di lettere e pacchi. Che cosa significa concretamente il lavoro di Digital Services per la gente?

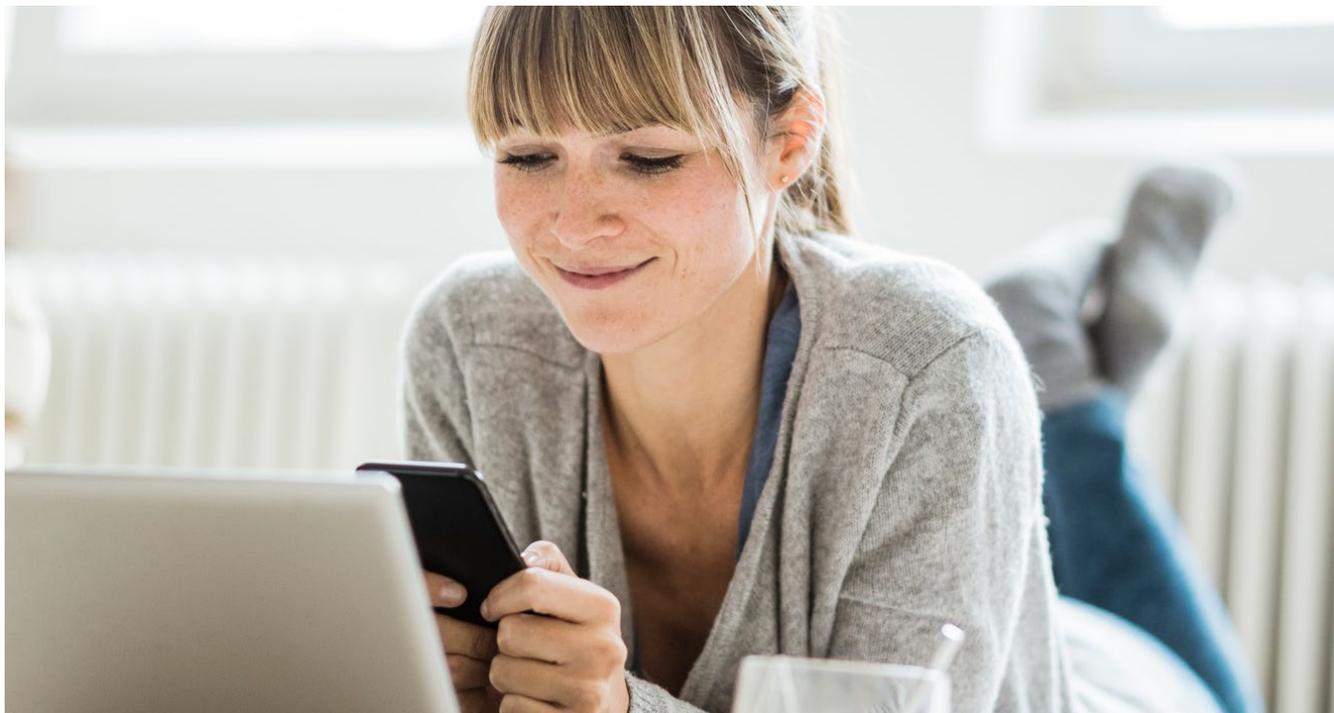
Le nostre soluzioni digitali hanno un impatto diretto su molti ambiti della vita: la gestione dei dati relativi alla salute, il voto elettronico o la possibilità di ricevere le lettere in formato digitale, infatti, semplificano la quotidianità. Insieme all'amministrazione e al settore sanitario creiamo soluzioni digitali che completano il servizio pubblico. Inoltre, le cittadine e i cittadini beneficiano indirettamente delle offerte di e-government: se i Comuni digitalizzano i processi, l'amministrazione diventa più efficiente e vicina alla gente.

I servizi digitali prenderanno sempre più piede e le operazioni allo sportello o la lettera cartacea non torneranno in auge. Con un ampio portafoglio intendiamo offrire alternative digitali affidabili e soddisfare la crescente esigenza di uno scambio di informazioni sicuro, oggi e in futuro. Il mio obiettivo non è che la gente conosca Digital Services in quanto unità del gruppo Posta, ma che utilizzi le nostre soluzioni digitali nella vita di tutti i giorni. Lo stesso discorso vale per la clientela commerciale. Sicuramente il cambio di denominazione ci aiuta a evitare confusioni con la sezione che cura la comunicazione della Posta.



La Svizzera ha bisogno di attori affidabili per garantire interazioni digitali sicure.

Nicole Burth
Responsabile Digital Services



Piattaforme di comunicazione

Nuovo slancio per la cartella informatizzata del paziente

La Posta promuove attivamente la digitalizzazione del settore sanitario e, da leader di mercato della cartella informatizzata del paziente (CIP), continua a sviluppare la propria offerta per creare soluzioni ampliabili e di facile utilizzo. In questo modo contribuisce a rendere i processi più efficienti, rafforza le competenze della popolazione in materia di salute e migliora la qualità di trattamento.

Tassello fondamentale dello sviluppo della sanità svizzera, la cartella informatizzata del paziente (CIP) offre grandi vantaggi: chi la utilizza può consentire al personale sanitario di accedere a documenti specifici come lettere di dimissioni o referti di esami radiologici e mantenere così sempre il pieno controllo dei propri dati. Grazie al servizio di self onboarding digitale della Posta è possibile aprire una CIP in pochi e semplici passaggi in tutta la Svizzera. In molti Cantoni il servizio è gratuito, mentre in altri ha un costo unico di 15 franchi. I genitori possono aprire una CIP anche per i figli e collegarla alla propria, creando così un unico dossier per tutta la famiglia.

La Posta, leader del mercato della CIP

Per più del 90% delle cartelle informatizzate del paziente aperte finora si utilizza la piattaforma gestita della Posta e destinata alle cosiddette comunità di riferimento, ovvero gli operatori che offrono il servizio. Attraverso la società del gruppo Post Sanela Health AG la Posta gestisce una comunità di riferimento propria, attiva in 18 Cantoni e che con più di 35'000 dossier aperti è la comunità di riferimento più grande della Svizzera. Grazie al collegamento di nuovi partner e infrastrutture sanitarie, Sanela cresce continuamente: da fine 2024 è responsabile anche della CIP nel Cantone Ticino e vanta collaborazioni con circa 1300 infrastrutture sanitarie in tutta la Svizzera.

Nella CIP vengono salvati e scambiati in modo strutturato dati personali sensibili che devono essere pertanto protetti con tecnologie moderne. In collaborazione con Trifork, un'azienda consolidata a livello internazionale per le soluzioni sanitarie digitali, la Posta introduce una nuova piattaforma tecnica più intuitiva che facilita l'integrazione di ulteriori servizi, in particolare per terapie farmacologiche o ricette, e che costituisce un'importante conquista tanto per i fornitori di prestazioni quanto per la popolazione.



La CIP dovrà diventare uno strumento di uso quotidiano, esattamente come lo smartphone, tanto per i privati quanto per gli addetti ai lavori.

Nicole Burth
Responsabile Digital Services

La CIP ora anche su dispositivi mobili

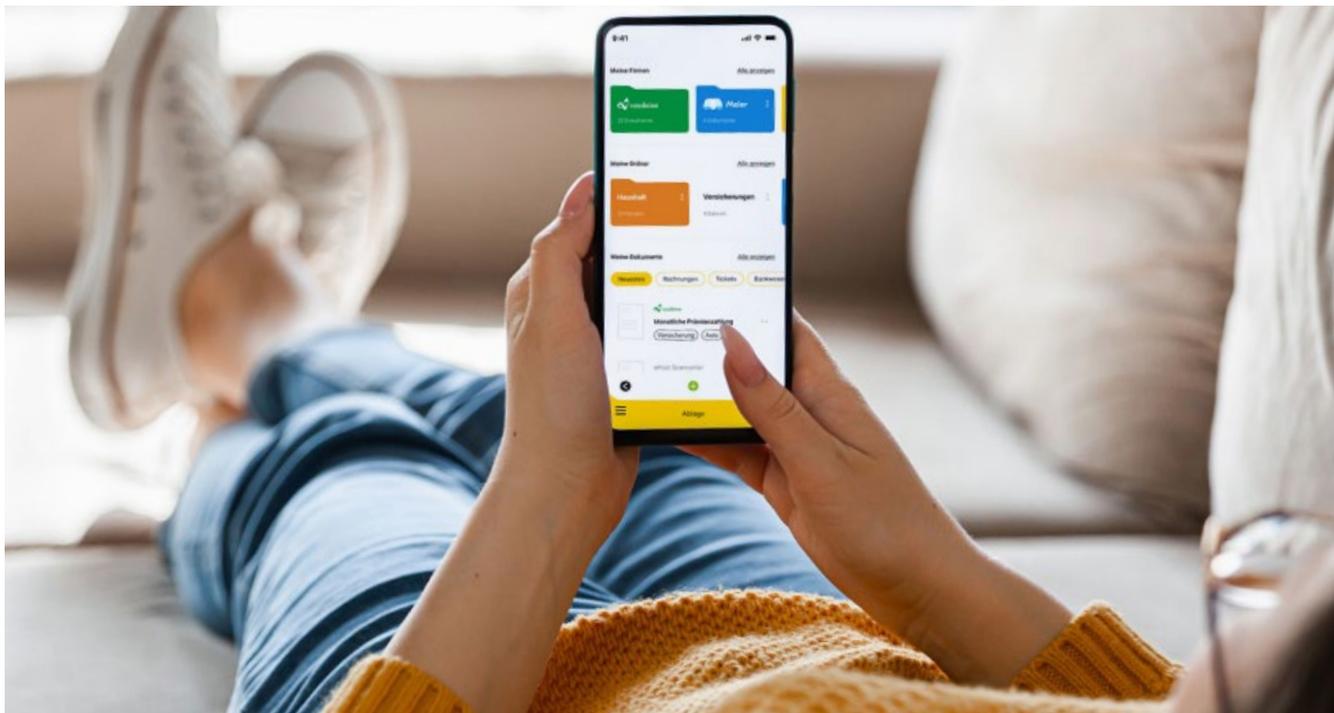
Sanela è stata la prima comunità di riferimento ad aver introdotto, nell'anno in esame, un modulo per le vaccinazioni che consente alle persone di registrare in formato digitale i vaccini che hanno effettuato e le malattie infettive che hanno contratto e di scaricare un apposito libretto dalla CIP. Anche il personale sanitario può gestire e aggiornare i dati vaccinali che vengono rilevati nella CIP in modo strutturato. Ciò consente di sviluppare ulteriori funzionalità, tra cui una funzione di promemoria che avvisa l'utente di un imminente richiamo della vaccinazione.

Per rendere il servizio ancora più flessibile, la Posta ha introdotto la possibilità di accedere alla CIP anche da dispositivi mobili. Grazie all'app ePost si possono, infatti, consultare i documenti relativi alla salute in qualsiasi momento, naturalmente godendo degli stessi standard di sicurezza elevati della versione per browser.



Nuovi impulsi dal Palazzo federale

Nell'autunno 2024 il Consiglio federale ha deciso di promuovere in modo mirato l'utilizzo della cartella informatizzata del paziente e di rivederne integralmente le basi legali, con l'intento di affidare in futuro la predisposizione dell'infrastruttura tecnica a un unico operatore. La Posta accoglie con favore questa decisione di principio ed è pronta a sostenere attivamente le riforme. L'obiettivo, ora, è costruire sui progressi raggiunti finora, assicurare gli investimenti e mantenere lo slancio.



Piattaforma di comunicazione ePost

La lettera digitale nel servizio universale

Il Consiglio federale è favorevole all'idea di inserire la lettera digitale nel mandato di servizio universale della Posta a partire dal 2026. In futuro la clientela potrà scegliere così se ricevere la corrispondenza in formato cartaceo o digitale. La piattaforma di comunicazione ePost offre già oggi una formula che soddisfa l'esigenza di disporre di un'opzione di recapito moderna, sicura e flessibile.

Chi desidera ricevere la propria corrispondenza in formato elettronico anziché cartaceo nella cassetta delle lettere può utilizzare il servizio di scansione ePost della Posta. La piattaforma ePost è già utilizzata da circa 5000 clienti privati e 1500 clienti commerciali, tra cui anche Comuni e amministrazioni. Il funzionamento è semplice: ogni lettera viene aperta a macchina e letta da uno scanner high tech che, nel giro di millisecondi, registra il fronte e il retro e appone un codice. In seguito il sistema riconosce l'indirizzo del destinatario e attribuisce automaticamente l'invio. I dati codificati vengono trasmessi direttamente all'account ePost della persona destinataria tramite app o interfaccia web nel pieno rispetto del segreto epistolare. Ma come vengono gestiti i contenuti speciali come un invito di matrimonio o il disegno fatto a mano dal proprio figlioccio? Tutti gli invii che non possono essere digitalizzati vengono recapitati direttamente nella cassetta delle lettere di casa.

La clientela commerciale sceglie il canale da utilizzare

ePost Service SA sviluppa e gestisce la piattaforma di comunicazione ePost, a cui appartiene anche l'app ePost in qualità di cassetta delle lettere digitale ufficiale della Svizzera. Sulla piattaforma, le aziende possono inviare alla propria clientela la corrispondenza commerciale sul canale prescelto: in formato digitale nell'app ePost, come eBill, per e-mail o SMS, oppure in formato cartaceo tramite posta lettere. Mediante la piattaforma di comunicazione ePost la clientela commerciale comunica con i propri destinatari attraverso il canale più efficiente e conveniente, in formato digitale o fisico. Grazie alla scansione della corrispondenza cartacea ricevuta, le aziende hanno a disposizione un archivio digitale, possono elaborare l'intera corrispondenza centralmente e con una modalità completamente elettronica, automatizzarla, accelerare i processi e abbattere i costi.



L'app ePost è la cassetta delle lettere digitale ufficiale della Svizzera.

Crittografia delle e-mail

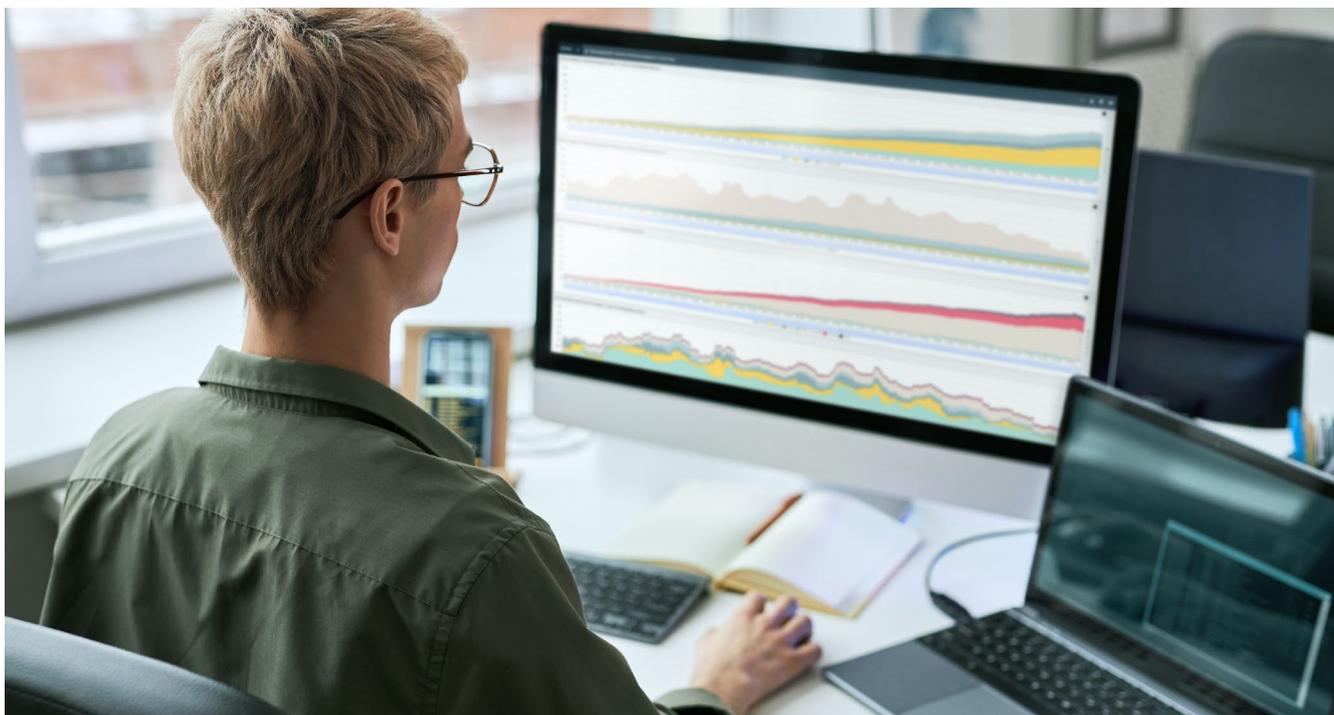
Trasmettere informazioni sensibili in sicurezza via IncaMail

Grazie a IncaMail, il servizio della Posta per l'invio di e-mail cifrate, è possibile spedire documenti confidenziali come contratti, fatture o distinte di paga in modo affidabile, sicuro e conforme alla protezione dei dati. I messaggi vengono codificati in modo da poter essere letti solo dalla persona a cui sono destinati. Questa funzione aumenta la sicurezza delle informazioni e garantisce il rispetto della protezione dei dati. L'invio e la ricezione dei dati vengono gestiti tramite server in Svizzera.

Nell'anno in esame il servizio è stato ampiamente modernizzato al fine di aumentarne la sicurezza e la semplicità d'uso. In questo sviluppo la Posta è stata sostenuta dalle sue società del gruppo Tresorit e ePost Service SA: la clientela IncaMail beneficia dalla fine del 2024 di un'interfaccia utente con design intuitivo e di un nuovo admin center con opzioni di impostazioni personalizzate. La spedizione di documenti salariali all'interno della Svizzera è ora integrata direttamente nella piattaforma di comunicazione ePost, la cassetta delle lettere digitale della Posta. Il vantaggio, ancora una volta, è una gestione più semplice senza rinunciare la sicurezza.



L'invio e la ricezione dei dati vengono gestiti tramite server in Svizzera.



Crittografia

Soluzioni per la sicurezza digitale

Nella comunicazione dati moderna la crittografia, l'arte della codifica, protegge le informazioni da accessi non autorizzati. Impegnata da 175 anni per il trasporto sicuro di lettere e pacchi, in piena era digitale la Posta amplia il suo mandato inserendovi la tutela del segreto epistolare digitale. Nel 2019 ha creato, inoltre, un centro di competenza a Neuchâtel, sviluppando le più moderne tecnologie di cifratura e impiegando soluzioni, tra cui il sistema di voto elettronico. Con un organico di circa 55 collaboratrici e collaboratori, il centro di crittografia definisce standard di riferimento per il futuro digitale della Svizzera e porta avanti cooperazioni con l'Università di Neuchâtel e diversi istituti di ricerca.

Centro di innovazione per la sicurezza digitale

Qui specialiste e specialisti di crittografia, sviluppo software e architettura IT lavorano a soluzioni innovative in grado di proteggere le interazioni digitali, consentendo così a privati, aziende e autorità di scambiarsi informazioni in tempo reale, senza comprometterne sicurezza e riservatezza. Negli ultimi cinque anni i team hanno sviluppato più di 20 applicazioni per la Posta, tra cui il sistema di voto elettronico, già utilizzato in quattro Cantoni.

Successo per la Giornata delle porte aperte

A giugno il centro di crittografia ha aperto le porte al pubblico. Numerosi visitatori e visitatrici hanno approfittato dell'occasione per testare il sistema di voto elettronico, aprire una cartella informatizzata del paziente e partecipare a workshop dedicati alla sicurezza informatica.



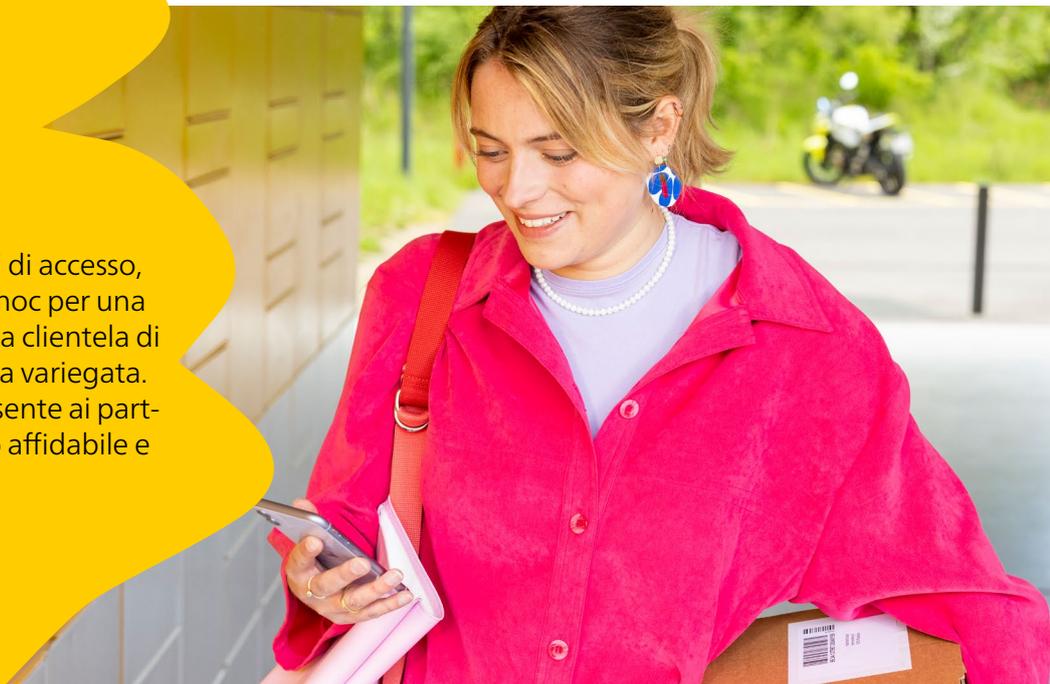
Nel centro di competenza per la crittografia la Posta sviluppa tecnologie di codifica di ultimissima generazione.

RetePostale

Con un ampio ventaglio di punti di accesso, la Posta crea la rete di servizi ad hoc per una Svizzera moderna e permette alla clientela di fruire con semplicità di un'offerta variegata. Nelle sedi gestite in proprio consente ai partner di assistere l'utenza in modo affidabile e personale.



Fatti e cifre nel video:
rdg.posta.ch/cifre-retepostale



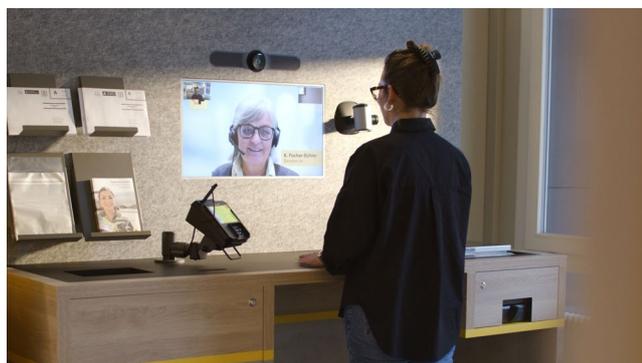
Intervista

«Abbiamo aperto le nostre filiali ai partner trasformandole in centri servizi»

Nel 2024 RetePostale ha aperto le filiali a partner quali assicurazioni, casse malati, banche e autorità e ha lanciato Post Mobile, l'abbonamento di telefonia mobile giallo. Nei prossimi anni la Posta investirà nella trasformazione delle sue filiali. Un bilancio di quanto fatto finora e uno sguardo al futuro.

Intervista a Thomas Baur, responsabile RetePostale

→ Pag. 51



Videoconsulenza



Un'offerta di servizi moderna

La Posta offre soluzioni di videoconsulenza in una ventina di filiali. Con i nuovi formati digitali che consentono alla clientela di evadere le proprie richieste tramite video in loco, l'azienda intende accorciare i tempi di attesa nelle sedi e snellire le operazioni postali.

→ Pag. 54



Apertura della rete



Da filiali a moderni centri servizi

Per contrastare il calo delle operazioni postali tradizionali la Posta apre le filiali a partner selezionati, dando vita a moderni centri servizi in cui la clientela può accedere a servizi diversificati in un'unica sede.

→ Pag. 52



Contact Center



Digitale e personale: il Contact Center della Posta c'è per tutti

In che cosa si differenziano baby boomer, millennial e la generazione Z? Nei canali di comunicazione utilizzati per porre una domanda alla Posta: gli individui più anziani prediligono il telefono, i più giovani la chat. Il Contact Center della Posta tiene conto di queste preferenze e propone nuove soluzioni digitali.

→ Pag. 56

Post Mobile



Un'offerta di telefonia mobile allettante

Da 20 anni la Posta vende smartphone e abbonamenti di diversi operatori nelle sue filiali. A febbraio 2024 ha lanciato sul mercato una propria offerta, denominata «Post Mobile», concentrandosi sulla partnership con il fornitore di servizi di telecomunicazione Salt. Post Mobile è disponibile nelle sedi gestite autonomamente, online su post-mobile.ch e da agosto 2024 anche in circa 420 punti vendita Volg.

📍 post-mobile.ch

Intervista a Thomas Baur, responsabile RetePostale

«Abbiamo aperto le nostre filiali ai partner trasformandole in centri servizi»

Signor Baur, nel 2024 RetePostale ha lanciato Post Mobile, l'abbonamento di telefonia mobile giallo. Cosa prova ripensandoci?

Orgoglio e grande soddisfazione. Dopo aver venduto per 20 anni smartphone e abbonamenti di altri operatori, siamo riusciti a lanciare un prodotto tutto nostro. Il bilancio del primo anno di Post Mobile è positivo, gli obiettivi prefissati sono stati raggiunti e la quota di mercato è notevolmente cresciuta. Nel frattempo abbiamo portato a 420 il numero delle sedi Volg in cui è possibile sottoscrivere l'abbonamento e a giugno abbiamo persino inaugurato un pop-up dedicato sulla Bahnhofstrasse a Zurigo. Grazie alla partnership con Salt l'offerta viene costantemente ampliata. Non dimentichiamo, inoltre, che sono più di 4000 le collaboratrici e i collaboratori che hanno sottoscritto un abbonamento.

Quali sono stati i principali traguardi raggiunti da RetePostale nel periodo strategico 2021–2024?

Aprendo le filiali a partner quali assicurazioni, casse malati, banche ed enti pubblici ci siamo avvicinati ulteriormente all'obiettivo di trasformare le nostre sedi in moderni centri servizi in cui la clientela, oltre alle commissioni postali, può eseguire diverse operazioni bancarie e assicurative. Puntiamo a crescere ulteriormente in questo settore e a creare una rete di servizi facilmente accessibile e ben radicata sul territorio per una Svizzera moderna.

Quali sono state le principali difficoltà che avete incontrato?

Dopo anni di stabilità della rete a fronte di una forte flessione dei volumi di lettere e versamenti abbiamo avviato un necessario intervento di trasformazione, con l'obiettivo di continuare a essere un'azienda vicina alla gente. Da qui la nostra decisione di effettuare importanti investimenti per rendere le filiali più moderne, oltre che sostenibili e in grado di rispondere alle sfide del futuro. Questa scelta ci impone, però, anche di dover trasformare parte delle sedi gestite in proprio in filiali in partenariato o di doverle sostituire con il servizio a domicilio.

Quali orientamenti strategici avranno particolare rilevanza per RetePostale nel 2025?

Anche nei prossimi anni porteremo avanti la strategia «Posta di domani», ormai consolidata, adeguandola in modo mirato, senza mai perdere di vista l'obiettivo di sviluppare la rete, fisica e digitale, in funzione delle esigenze in continua evoluzione della clientela. La consulenza personale e il rafforzamento delle competenze digitali dell'utenza resteranno due importanti priorità. Oggi e in futuro, con servizi in loco nelle regioni e anche attraverso soluzioni digitali.

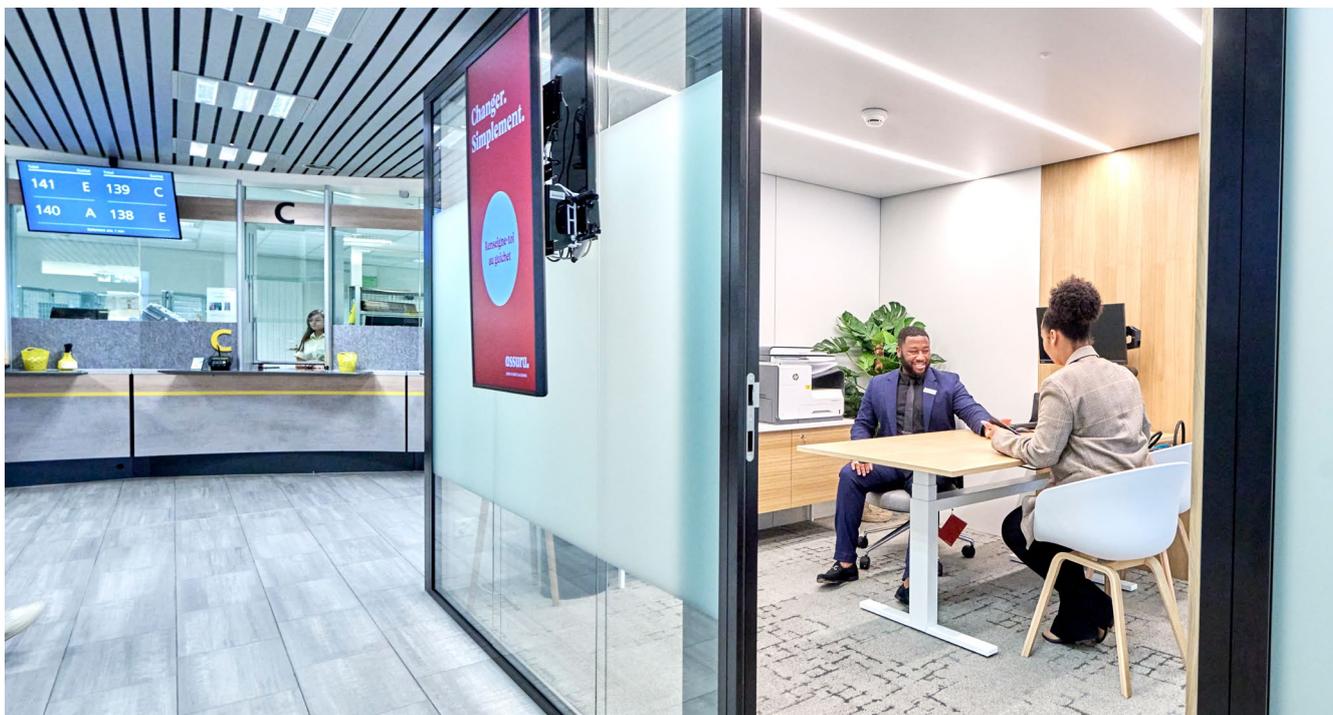
Che impatto ha la trasformazione in centri servizi sul personale?

Il successo riscosso finora nell'implementazione della strategia è merito del nostro personale, impegnato e qualificato. Tengo a sottolineare che anche con la trasformazione della rete in programma continueremo ad assumere persone appositamente formate per compensare la prevista fluttuazione dell'organico e i pensionamenti.



Investiamo nella modernizzazione delle filiali per rispondere alle sfide del futuro.

Thomas Baur
Responsabile RetePostale



Apertura della rete

Da filiali a moderni centri servizi

Per contrastare il calo delle operazioni postali tradizionali la Posta apre le filiali a partner selezionati, dando vita a moderni centri servizi in cui la clientela può accedere a servizi diversificati, che spaziano dall'ambito assicurativo a quello bancario, nella stessa sede.

Potendo contare su numerose filiali presenti in tutta la Svizzera, la Posta offre alle aziende una piattaforma unica per rendere i loro servizi direttamente accessibili alla popolazione. Sono soprattutto le banche e le casse malati a sfruttare questa possibilità per rafforzare e coltivare il contatto diretto con la clientela a dispetto della crescente digitalizzazione. «Così facendo i nostri partner beneficiano dell'immagine positiva della Posta e della grande fiducia di cui gode il nostro personale», afferma Thomas Baur, responsabile RetePostale. L'apertura della rete postale suscita pertanto grande interesse anche all'interno del mondo economico: da qui le nuove partnership siglate nell'anno in esame.

Trasferire denaro in tutto il mondo con Western Union

In tutte le filiali è ora possibile spedire denaro in più di 200 Paesi usufruendo dell'offerta dell'operatore di servizi di pagamento Western Union, che amplia così notevolmente la sua rete in Svizzera. «La partnership con Western Union ci permette di proporre nelle nostre sedi un servizio indispensabile per molte persone che ad esempio spediscono denaro a parenti oltre confine», continua Thomas Baur.

Banque du Léman: sinergie nella Svizzera romanda

Dall'anno in esame Banque du Léman è presente in 75 filiali della Posta nella Svizzera romanda. La nuova partner offre mutui ipotecari e soluzioni di finanziamento principalmente alla clientela della Svizzera francese. Il personale della Posta trasmette su richiesta i dati di contatto di clienti interessati all'istituto bancario.



I nostri partner beneficiano dell'immagine positiva della Posta e della fiducia di cui gode il nostro personale.

Thomas Baur
Responsabile RetePostale

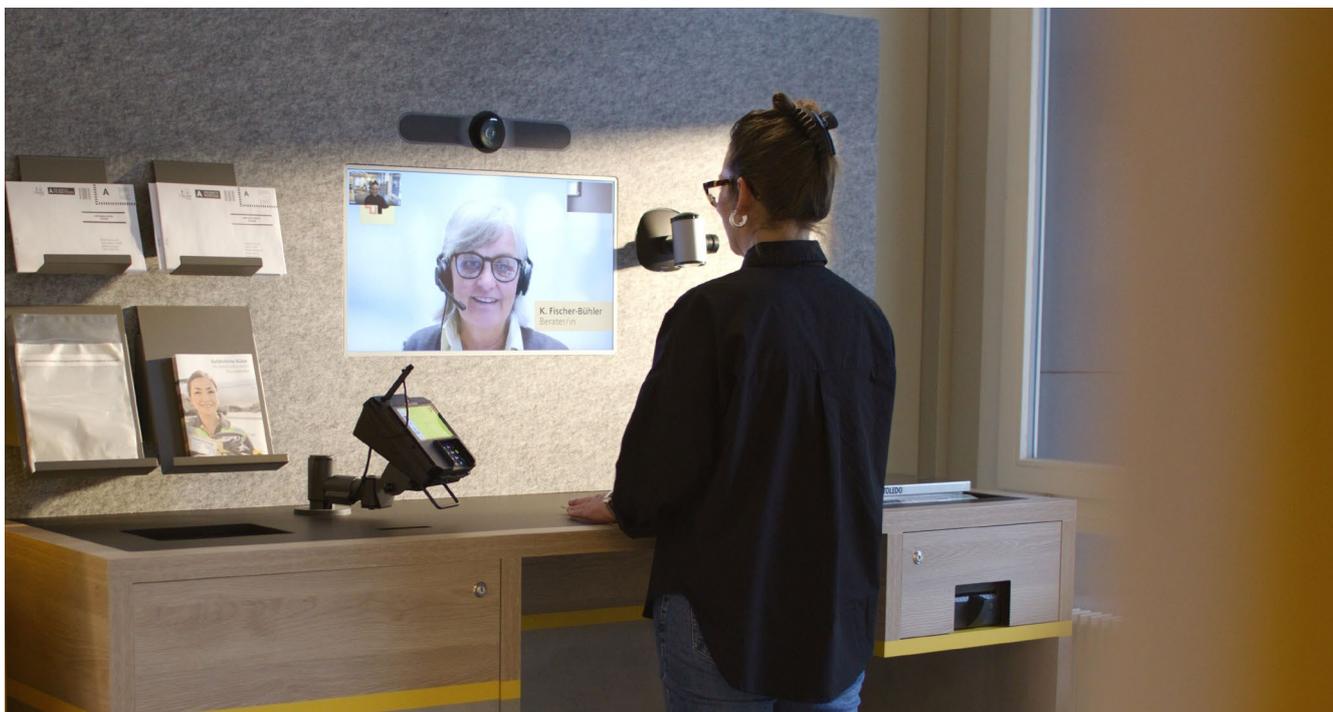
Bernerland Bank: espansione nel Seeland bernese

Bernerland Bank opera attualmente in dodici filiali della Posta nella regione bernese del Seeland. A Zollikofen il personale della banca offre consulenze finanziarie, mentre in altre undici sedi quello della Posta fissa appuntamenti di clienti interessati ai servizi dell'istituto bancario. Questa partnership permette a Bernerland Bank di ampliare il suo bacino d'utenza e di assistere nuovi gruppi di clienti direttamente in loco.

Le operazioni postali tradizionali cambiano

Le filiali della Posta registrano un calo dell'affluenza per l'esecuzione di operazioni postali tradizionali, dato che per servizi quotidiani come pagamenti di fatture o spedizioni di pacchi si ricorre sempre più al digitale. È per questo che la Posta si affida a nuove offerte e soluzioni di partner selezionati. «Solo con nuove prestazioni e ulteriori clienti possiamo preservare la rilevanza che le nostre filiali hanno per la popolazione», spiega Tommy Baur. «La minore frequenza con cui vengono eseguite le operazioni postali classiche ci impone di rimodulare la nostra offerta». Grazie alla stretta collaborazione con i partner la Posta può adempiere al mandato di servizio universale e, al tempo stesso, evitare la chiusura dei punti di accesso.

Con l'acquisizione dei nuovi partner Banca Migros e Cornèr Banca, nelle filiali della Posta sono ora rappresentati complessivamente sei operatori finanziari, compresa PostFinance, oltre a compagnie assicurative, casse malati e autorità come Assura, Axa, Groupe Mutuel, Cantone del Giura, Swisscaution e Sympany, che offrono i propri servizi in tali sedi. La Posta prevede di intensificare la collaborazione con i partner e di dare ulteriore slancio alla trasformazione delle filiali in centri servizi per la popolazione.



Videoconsulenza

Un'offerta di servizi moderna

Grazie alle innovative soluzioni di videoconsulenza disponibili in una ventina di filiali, la Posta offre alla clientela la possibilità di evadere le proprie richieste tramite video in loco. Con i nuovi formati digitali l'azienda intende garantire tempi di attesa più brevi e consentire alla clientela di effettuare le operazioni postali in modo ancora più semplice.

Videoconferenze e riunioni online sono entrate ormai da tempo a far parte del nostro lavoro quotidiano. Con l'introduzione della videoconsulenza, questa tecnologia fa ora il suo ingresso anche nelle filiali integrando gli sportelli tradizionali con nuovi formati. «Grazie alle moderne tecnologie e ai servizi collaudati in loco creiamo un ponte tra mondo fisico e realtà digitale. I primi riscontri dimostrano che la nuova offerta piace», afferma Beat Studer, responsabile Sviluppo delle competenze di vendita e delle filiali.

Anziché recarsi fisicamente allo sportello, oggi chi desidera ad esempio richiedere un estratto del casellario giudiziale, un ordine di rimpedimento o aprire un conto previdenza 3a di PostFinance può farlo comodamente tramite video, facendosi guidare da consulenti che si collegano da remoto da un Contact Center o da un apposito hub.



Creiamo un ponte che collega il mondo fisico alla realtà digitale.

Beat Studer
Responsabile Sviluppo
delle competenze di vendita e delle filiali

La Posta sta testando due diversi formati che prevede di introdurre nelle filiali in proprio e in partenariato di tutta la Svizzera.

Consulenza tramite videochiamata

Chi la richiede può ricevere una consulenza semplice e personalizzata in un ambiente sicuro e discreto.

Servizio tramite video

Le operazioni postali per cui viene richiesta una consulenza personale possono essere eseguite non solo allo sportello tradizionale, ma anche tramite video. Una soluzione che riduce i tempi di attesa negli orari di punta e i problemi legati a carenza di personale.

Sicurezza e confidenzialità grazie a Unblu

Sviluppata da Unblu, una società del gruppo dell'unità Digital Services, la tecnologia alla base del servizio viene già utilizzata dalla Posta nel Contact Center e per la PostFinance App e garantisce la sicurezza e l'affidabilità di informazioni sensibili, requisiti imprescindibili per l'azienda e la qualità della consulenza offerta.



Contact Center

Digitale e personale: il Contact Center della Posta c'è per tutti

In che cosa si differenziano baby boomer, millennial e la generazione Z? Nei canali di comunicazione utilizzati per porre una domanda alla Posta: gli individui più anziani prediligono il telefono, i più giovani la chat o WhatsApp. Il Contact Center della Posta tiene conto di queste preferenze e propone nuove soluzioni digitali.

Chatbot, WhatsApp o telefono? Ogni generazione predilige canali di comunicazione diversi. Le esigenze della clientela cambiano e, con loro, anche il Contact Center e l'attività dei circa 300 collaboratori e collaboratrici che vi lavorano e che ogni mese, oltre a 130'000 richieste telefoniche e 40'000 scritte, evadono circa 10'000 domande pervenute tramite live chat, 35'000 via chatbot, 4000 messaggi WhatsApp e 4000 richieste presentate tramite social media.



Queste molteplici possibilità di contatto ci consentono di rispondere in modo estremamente personale alle richieste della nostra clientela.

Alican Magliocca
Responsabile team nel Contact Center

Canali di comunicazione flessibili ad hoc per ogni esigenza

Il **chatbot** della Posta è un assistente digitale che risponde 24 ore su 24, quindi anche la domenica o a mezzanotte, in modo automatico a semplici richieste della clientela, ad esempio sullo stato di elaborazione di un pacco, rinviando invece quesiti più complessi al personale del Contact Center. Per ottimizzare il servizio offerto viene costantemente addestrato.

Se l'assistente digitale non riesce a rispondere a una domanda, la clientela ha la possibilità di comunicare tramite live chat con una collaboratrice o un collaboratore che ha accesso alla conversazione intercorsa con il chatbot e può quindi fornire direttamente assistenza. Il servizio di live chat è disponibile in diverse lingue.

La Posta è raggiungibile anche tramite **WhatsApp**. Se per le risposte a domande semplici, ad esempio relative al tracciamento di invii, si ricorre direttamente all'intelligenza artificiale (IA), per quelle più complesse si richiede l'intervento di una figura qualificata del Contact Center che le evade personalmente durante gli orari di operatività del servizio.

L'**automazione delle e-mail** della Posta sfrutta l'intelligenza artificiale per analizzare i messaggi di posta elettronica e quelli riportati sui moduli di contatto e inserire informazioni come i numeri degli invii. L'IA propone processi di elaborazione ad hoc e automatizza i vari passaggi, facendo risparmiare tempo e snellendo il lavoro amministrativo. Ancora oggi, tuttavia, le risposte alle e-mail vengono redatte di proprio pugno dal personale.

Grazie al servizio **voice to text** la richiesta presentata al telefono viene registrata come messaggio vocale e automaticamente convertita in messaggio di testo che viene inoltrato alla persona competente la quale, ricevendolo qualche istante prima di essere collegata con l'utente, può trattare subito la questione in modo mirato. Questa procedura consente di rispondere in modo ancor più ottimale, rapido e flessibile alle esigenze della clientela.

Nell'ambito della **Robotic Process Automation (RPA)** robot digitali eseguono processi pre-programmati ed elaborano attività di routine come domande di ricerca, ad esempio di pacchi non ricevuti, snellendo notevolmente il lavoro successivo del personale.

Le **telefonate** e le **visite di persona nelle filiali** sono la modalità prediletta, soprattutto dalla generazione più anziana, per chiarire domande e richieste grazie al contatto diretto con il personale in loco.



Le nuove tecnologie permettono di evadere più rapidamente richieste di routine, il che aumenta la soddisfazione della clientela e snellisce il lavoro del personale.

Alican Magliocca
Responsabile team nel Contact Center

Fatti e cifre

300

collaboratrici e collaboratori lavorano al Contact Center Posta.

130'000

richieste telefoniche e 40'000 scritte vengono evase ogni mese dal Contact Center.

35'000

richieste vengono inoltrate ogni mese tramite chatbot.

10'000

messaggi via live chat e 4000 richieste tramite WhatsApp vengono elaborati dal Contact Center **ogni mese**.

4000

richieste vengono inviate mensilmente attraverso i **canali social media**.

45–90 secondi

è il tempo medio di attesa al telefono.

5–7 minuti

è la durata media di una **live chat**.

8 ore

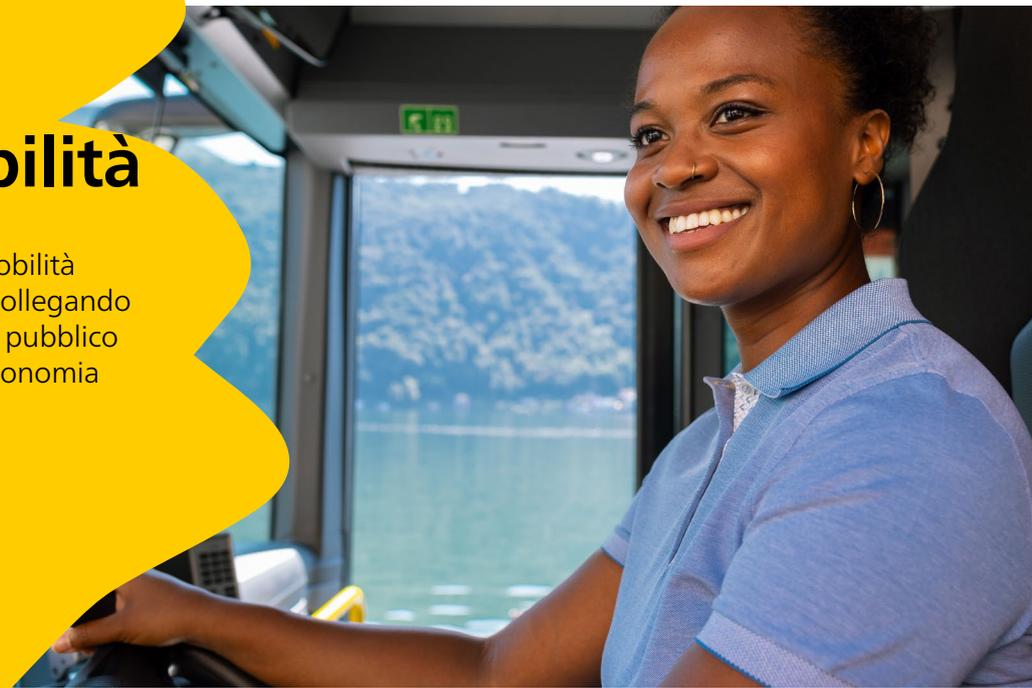
dopo il ricevimento è il tempo massimo di risposta alle e-mail.

Servizi di mobilità

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



Fatti e cifre nel video:
rdg.posta.ch/cifre-servizi-di-mobilita



Intervista

«Sviluppiamo offerte per il trasporto pubblico, la logistica interna e la clientela commerciale»

AutoPostale sviluppa offerte mirate per il trasporto pubblico, la logistica interna e la clientela commerciale per rispondere alle mutate e crescenti esigenze del mercato. In questo contesto l'elettificazione del parco veicoli resta una priorità.

Intervista a Christian Plüss, responsabile Servizi di mobilità

→ Pag. 60

On-demand



Soluzioni su misura per una mobilità flessibile e sostenibile

Anziché circolare a un orario fisso i veicoli di AutoPostale seguono le prenotazioni individuali effettuate tramite app o per telefono e grazie al servizio on-demand conducono le persone dal luogo in cui si trovano alla destinazione prescelta. Nel 2024 l'azienda ha lanciato diversi progetti per soddisfare esigenze specifiche dell'utenza.

→ Pag. 64



Trasporti pubblici di persone



AutoPostale spinge sull'elettrico

Principale azienda di trasporto su strada della Svizzera, AutoPostale intende convertire l'intero parco veicoli aziendale ai motori alternativi. A tale scopo nell'anno in esame ha implementato anche un nuovo piano di trasporto pubblico con autobus elettrici e navette nella valle di Saas.

→ Pag. 62

Mobilità elettrica



Mille furgoni elettrici in uso per il recapito

Con l'entrata in funzione del millesimo furgone a propulsione elettrica, la Posta amplia ulteriormente il suo parco veicoli elettrico avvicinandosi all'obiettivo di recapitare lettere e pacchi senza l'impiego di combustibili fossili in tutta la Svizzera a partire dal 2030. Con oltre 7000 mezzi, l'azienda vanta già oggi la più grande flotta elettrica del Paese. L'acquisto e la gestione dei veicoli competono all'operatore Post Company Cars.

→ Pag. 37

Soluzioni di mobilità



Per una mobilità aziendale multimodale e sostenibile

Nel 2024 Post Company Cars e Urban Connect hanno siglato una partnership per offrire alle aziende soluzioni di mobilità globali, multimodali e sostenibili. In cantiere c'è la creazione di una piattaforma comune attraverso la quale il personale potrà accedere in modo flessibile a un ecosistema di veicoli a basse emissioni, come auto, bici e scooter elettrici, e prenotarli tramite un'unica app. Il portale dovrà consentire, inoltre, di integrare con facilità i parchi veicoli esistenti e di misurarne grado di utilizzo ed emissioni.

➕ postcompanycars.post.ch/it/pages/news/2024/al-via-la-partnership-strategica-tra-urban-connect-e-post-company-cars

Impegni eccezionali



Pronto intervento in caso di calamità: così AutoPostale assicura la mobilità

AutoPostale ha adottato specifici piani d'emergenza per ripristinare la mobilità dopo gli eventi causati dal maltempo nell'estate 2024: in seguito alla frana che ha colpito la valle di Saas ha istituito tempestivamente un orario sostitutivo fino a Stalden e ha organizzato un piano d'emergenza reperendo autobus e personale per collegare l'area rimasta isolata. Interventi straordinari da parte del personale di AutoPostale con orari sostitutivi e bus navetta sono stati richiesti anche nella Mesolcina, dove sono stati registrati gravi danni su tratti della A13. A Brienz (BE) è stato predisposto un servizio sostitutivo del trasporto ferroviario in seguito all'interruzione della linea Interlaken Est–Meiringen.

YellowDrive



Prenotazione e noleggio online di veicoli aziendali

Vetture di piccola cilindrata, station wagon, SUV o furgoni: con YellowDrive le aziende possono prenotare a breve termine il mezzo più adatto alle loro esigenze, per un mese o più, con una procedura semplice e veloce sullo shop online di Post Company Cars. Nel prezzo del noleggio sono compresi tutti i costi, dall'assicurazione all'immatricolazione, ad eccezione dei rifornimenti di carburante. Con la nuova offerta il principale fornitore di servizi per parchi veicoli indipendente della Svizzera risponde alla crescente richiesta di un abbonamento auto per la clientela aziendale.

➕ postcompanycars.post.ch/yellowdrive

Gestione del parco veicoli



Calcolare i costi del parco veicoli in pochi clic

All'acquisto di un parco veicoli lo sconto è importante, ma c'è un'altra voce che lo è ancora di più: quella delle spese per carburante, assicurazione, imposte, interventi di manutenzione, riparazioni, interessi e ammortamenti per l'intera durata di utilizzo, ovvero i costi complessivi di proprietà o Total Cost of Ownership (TCO). Per quantificarli rapidamente, Post Company Cars ha sviluppato un tool gratuito che permette di calcolare i costi del parco veicoli in tre passaggi. Poiché questo strumento mostra anche i risparmi derivanti da una gestione full service della flotta, Post Company Cars lo utilizza anche per acquisire nuovi clienti aziendali.

Corno a tre suoni



Da 100 anni un simbolo inconfondibile della Svizzera

Insieme al colore giallo, il corno a tre suoni è il principale elemento distintivo di AutoPostale ed è parte del patrimonio sonoro svizzero: molti, infatti, associano la parola «autopostale» alle gite scolastiche o alle escursioni su tortuose strade di montagna e sentono risuonare nelle orecchie l'inconfondibile triade «Pi-Po-Pa» al suo pensiero. Il corno a tre suoni riecheggia da 100 anni, un anniversario che AutoPostale ha festeggiato insieme alla popolazione con vari eventi, tra cui l'iniziativa nazionale «Corni postali all'unisono» del 17 luglio 2024.

Intervista a Christian Plüss, responsabile Servizi di mobilità

«Sviluppiamo offerte per il trasporto pubblico, la logistica interna e la clientela commerciale»

Signor Plüss, per l'unità Servizi di mobilità il 2024 è stato un anno di cambiamenti. Com'è mutato l'orientamento strategico?

La priorità è stato lo sviluppo della strategia di mobilità della Posta sotto la guida di Servizi di mobilità. Dal 2025 alla collaborazione all'interno di questa unità operativa tra le aziende AutoPostale e Post Company Cars, che intendiamo rafforzare, si aggiungerà quella con le unità dedicate alle soluzioni di mobilità e di ricarica, che ci permetterà di creare i presupposti per preservare nel tempo la nostra posizione di primo piano sul mercato della mobilità in Svizzera. Per rispondere alle mutate e crescenti esigenze del mercato sviluppiamo offerte mirate per il trasporto pubblico, la logistica interna e la clientela commerciale. In tale ambito dobbiamo puntare maggiormente sull'efficienza per ottenere i risparmi sui costi richiesti dai committenti e sgravare la pubblica amministrazione, senza penalizzare il personale conducente né chi viaggia.

Quali sono state le principali sfide?

Una sfida importante è stata ed è la graduale decarbonizzazione della flotta. Oltre alla creazione di un'infrastruttura di ricarica completamente nuova, quest'intervento richiede anche l'adeguamento dei piani d'impiego dei veicoli ed è pertanto molto oneroso per AutoPostale. La disponibilità di autopostali a batteria è ancora limitata visto che solo pochi produttori riescono a soddisfare i nostri requisiti e, inoltre, vi sono problemi di fornitura. Per contro, con Post Company Cars siamo decisamente più avanti: a metà dello scorso anno con l'entrata in funzione del millesimo furgone elettrico è stato compiuto un importante passo avanti per garantire, da qui al 2030, il recapito senza l'impiego di combustibili fossili in tutta la Svizzera.

Che cosa si aspetta per il 2025 per l'unità Servizi di mobilità?

L'elettrificazione del parco veicoli, in particolare nel trasporto viaggiatori in concessione in cui sono sempre più richieste soluzioni di mobilità sostenibili, resterà al centro dell'attenzione. Contestualmente la pressione sui costi ci costringerà a migliorare costantemente la nostra efficienza e capacità di innovazione. Nel campo dei trasporti non in concessione lavoreremo a offerte di mobilità innovative come servizi on-demand per consentire una crescita sostenibile e mirata. Un altro tema di grande rilevanza sarà quello dell'infrastruttura di ricarica, fondamentale per la transizione verso sistemi di propulsione elettrica. Oltre alle stazioni di ricarica utilizzate per le nostre attività, intensificheremo la partnership con la società cooperativa fenaco per offrire alla clientela privata una rete di ricarica accessibile pubblicamente. Con quest'iniziativa intendiamo anche promuovere l'accettazione generale e incentivare l'utilizzo di veicoli elettrici in Svizzera.

Quali sviluppi ci saranno nel settore della clientela commerciale?

È soprattutto in questo campo che il mercato della mobilità in Svizzera continua a offrire stimolanti opportunità di crescita in termini di sviluppo di offerte interessanti per la gestione del parco veicoli, soluzioni on-demand o modalità innovative per la mobilità del personale. Con formule flessibili e orientate alla clientela desideriamo posizionarci come operatore a tutto tondo per la mobilità B2B. Potenzieremo, inoltre, la gestione di parchi veicoli per terzi ampliando così l'offerta di servizi per la clientela commerciale.



Vogliamo offrire una rete di ricarica per veicoli elettrici accessibile al pubblico.

Christian Plüss
Responsabile Servizi di mobilità
(fino al 31 gennaio 2025)

Stefan Regli alla guida dell'unità Servizi di mobilità

Il Consiglio di amministrazione della Posta ha nominato Stefan Regli nuovo responsabile dell'unità del gruppo Servizi di mobilità. È subentrato a Christian Plüss il 1° febbraio 2025 ed è ora membro della Direzione del gruppo. Alle spalle ha una solida esperienza dirigenziale alla Posta e da ultimo è stato alla guida della business unit «Lettere e pacchi nazionali» dove ha firmato, tra l'altro, la fusione dei settori delle lettere e dei pacchi.



Accolgo con piacere l'opportunità di sviluppare soluzioni innovative per la mobilità in Svizzera e di contribuire alla sostenibilità del Paese.

Stefan Regli
Responsabile Servizi di mobilità
(dal 1° febbraio 2025)



Trasporti pubblici di persone

AutoPostale spinge sull'elettrico

AutoPostale porta avanti con coerenza la sua strategia di elettrificazione. Principale azienda di trasporto su strada della Svizzera, intende convertire l'intero parco veicoli aziendale ai motori alternativi. A tale scopo nell'anno in esame ha implementato anche un nuovo piano di trasporto pubblico con autobus elettrici e navette nella valle di Saas.

Con 45 autobus a batteria attualmente in uso, AutoPostale dimostra che la mobilità elettrica funziona, anche in condizioni geografiche impegnative. «Da leader nel trasporto su strada in Svizzera vogliamo assumere un ruolo di pioniere nel campo della mobilità rispettosa del clima», afferma Mark Bögli, responsabile Trasformazione ElMo presso AutoPostale. «Entro il 2035 intendiamo convertire l'intera flotta composta da circa 2300 veicoli a motori alternativi in modo da azzerare le emissioni di CO₂ generate dai veicoli». Poiché nel traffico regionale viaggiatori e nel trasporto locale AutoPostale lavora a stretto contatto con la Confederazione, i Cantoni e i Comuni che commissionano e co-finanziano l'offerta, questi partner vengono coinvolti da vicino anche per la conversione del parco veicoli. Nel primo trimestre del 2025 sulle strade svizzere dovrebbero circolare già 100 autopostali elettrici alimentati al 100% da corrente elettrica proveniente da fonti di energia rinnovabili di origine svizzera.

In viaggio nella valle di Saas nel rispetto del clima

L'esperienza positiva dei Grigioni, dove circolano attualmente undici autopostali elettrici, ha dimostrato che anche nelle regioni montane è possibile passare dai motori alimentati con combustibili fossili a quelli a batteria. Dal 2024 anche nella valle di Saas sono in funzione, durante la stagione invernale, quattro nuovi autopostali elettrici che conducono i passeggeri da Saas-Grund e Saas-Almagell a Saas-Fee accompagnandoli fino alla stazione a valle dell'Alpin Express, punto di partenza ideale per accedere ai servizi del comprensorio sciistico. A Saas-Fee sono stati introdotti, inoltre, due e-shuttle che nel fine settimana effettuano corse ogni sei minuti. Moderni e privi di barriere, questi veicoli si inseriscono in un'ampia offerta di trasporto pubblico che consente alla popolazione locale e ai turisti di spostarsi rispettando il clima e in modo decisamente più silenzioso all'interno della valle.



**Entro il 2035
converteremo il parco
veicoli ai motori
alternativi in modo da
azzerare le emissioni
di CO₂.**

Mark Bögli
Responsabile Trasformazione ElMo

Sulla scia di quest'esperienza positiva, nell'estate del 2024 l'Alto Vallese ha deciso di sperimentare l'utilizzo di autopostali elettrici su varie linee. Da dicembre 2025 anche sulla linea urbana Brig-Glis–Naters–Bitsch saranno in funzione sei autopostali di questo tipo.

La transizione elettrica richiede un approccio globale

«Per passare all'elettrico non basta convertire il parco veicoli», spiega Mark Bögli, «ma occorre ripensare l'intero sistema e coordinare accuratamente tra loro orari, mezzi, infrastruttura di ricarica e impieghi del personale». Attualmente l'attenzione è rivolta in particolare agli autobus a batteria con un'autonomia media di circa 250 chilometri per ricarica. L'autonomia giornaliera può essere aumentata ricaricando la batteria più volte al giorno, a brevi intervalli ai capolinea oppure durante le pause nel deposito, ad esempio nell'ora di pranzo. Nelle aree montane le batterie possono essere ricaricate anche durante la discesa a valle e le ripetute frenate. «Grazie ai rapidi progressi della tecnologia, nei prossimi anni la capacità e la redditività degli autobus a batteria migliorerà notevolmente», commenta Mark Bögli. «Maggiore è il chilometraggio percorso e più un autobus a batteria rende».



On-demand

Soluzioni su misura per una mobilità flessibile e sostenibile

Le soluzioni sviluppate in funzione delle esigenze offrono ai passeggeri una mobilità flessibile, soprattutto nelle regioni scarsamente popolate. Anziché circolare a un orario fisso i veicoli di AutoPostale seguono le prenotazioni individuali effettuate tramite app o per telefono. «Con il servizio on-demand, AutoPostale trasporta le persone dal luogo in cui si trovano fino alla destinazione che desiderano raggiungere», afferma Fabian Heil, responsabile On-demand, sintetizzando l'idea generale del progetto che evita di effettuare corse a vuoto a tutto vantaggio dell'ecologia. In Appenzello, a Thusis e nel Cantone di Vaud questa soluzione è già parte integrante del servizio di trasporto pubblico.

Progetti pilota di successo

Nel 2024 AutoPostale ha lanciato diversi progetti innovativi mirati. Tra questi «PubliCar Uzwil», nel Cantone di San Gallo, che negli orari di punta affianca al servizio di linea un'offerta «porta a porta» destinata ai 2500 collaboratori e collaboratrici dell'azienda locale Bühler AG, con l'obiettivo di agevolare gli spostamenti pendolari con i mezzi pubblici e ridurre le emissioni. Nell'autunno 2024 a Gland, nel Cantone di Vaud, sono stati impiegati shuttle elettrici che potevano essere prenotati singolarmente on-demand o raggruppati in una navetta più grande anche per integrare il servizio di linea. L'utilizzo futuro di questa soluzione è attualmente in fase di valutazione. AutoPostale ha offerto per la prima volta un servizio su richiesta anche in occasione del Locarno Film Festival, mettendo a disposizione 13 veicoli per il trasporto del pubblico. «Con questi progetti l'azienda dimostra che le soluzioni on-demand digitali su misura offrono un vero valore aggiunto sia per i Comuni di piccole dimensioni sia in occasioni di grandi eventi», afferma Fabian Heil.



Con il servizio on-demand, AutoPostale trasporta le persone dal luogo in cui si trovano fino alla destinazione che desiderano raggiungere.

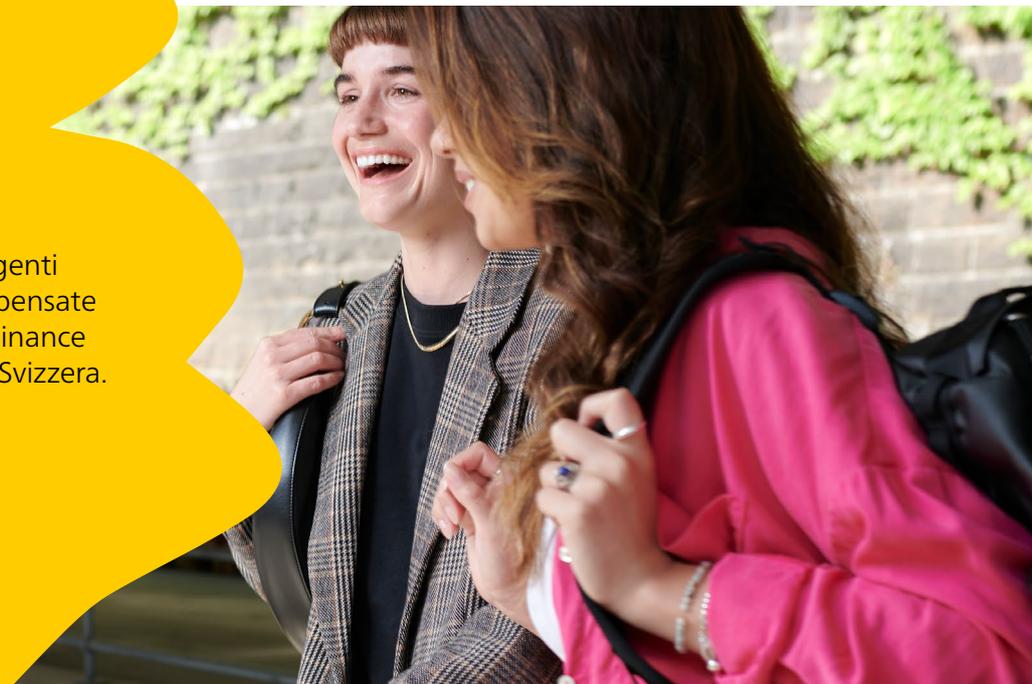
Fabian Heil
Responsabile On-demand

PostFinance

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.



► **Fatti e cifre nel video:**
rdg.posta.ch/cifre-postfinance



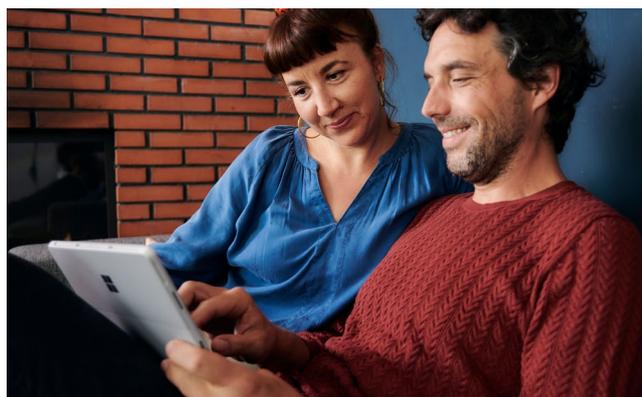
Intervista

«PostFinance comprende le esigenze della clientela»

PostFinance è la prima banca di rilevanza sistemica svizzera a proporre un'offerta di criptovalute e ad automatizzare gli investimenti con piani di risparmio per ETF, azioni e certificati tematici. Anche il nuovo servizio di videoconsulenza piace.

Intervista a Beat Röthlisberger, CEO PostFinance

→ Pag. 67



E-trading

Piani di risparmio per ETF, azioni e certificati tematici

PostFinance è la prima grande banca retail svizzera a consentire l'apertura, tramite la piattaforma e-trading dedicata, di piani di risparmio per ETF, azioni e certificati tematici che funzionano con la stessa semplicità di un ordine permanente.

→ Pag. 71



Criptovalute

PostFinance lancia un'offerta di criptovalute con piani di risparmio

PostFinance offre alla clientela una soluzione semplice e sicura per acquistare, vendere e custodire criptovalute. Aprendo un piano di risparmio dedicato si possono investire in modo continuativo piccoli importi tramite e-finance o la PostFinance App.

→ Pag. 69

Traffico dei pagamenti



Soluzioni di pagamento ottimizzate per il commercio

Offrire tutti i principali mezzi di pagamento senza contanti in loco aumenta la soddisfazione della clientela e snellisce le procedure. Con il prodotto Soluzioni di pagamento Combo lanciato nel 2024 i commercianti possono gestire tutte le più comuni modalità di pagamento come carte di debito, di credito e pagamenti mobili con un unico contratto stipulato con PostFinance, e questo indipendentemente dall'istituto bancario in cui detengono il conto commerciale. PostFinance può così offrire l'intero processo di pagamento presso il punto vendita da un'unica fonte, collegandolo direttamente ai propri servizi bancari.

MoneyFit



Un'offerta didattica ancora più accattivante

MoneyFit, l'offerta didattica gratuita per acquisire e consolidare le competenze finanziarie, si arricchisce di un nuovo tassello: oltre alle scuole e alle aziende di tirocinio, PostFinance assiste ora anche i genitori nella formazione economica dei figli. La nuova guida per famiglie racchiude pratici consigli di esperti e suggerimenti per esercitarsi a gestire il denaro in casa, mentre il sito web aggiornato propone al personale docente video stimolanti, sfide interattive e quiz per rendere più avvincenti le lezioni e affinare le competenze della classe.

Videoconsulenza



Filiali ancora più orientate alla clientela

PostFinance riorganizza le filiali e introduce la videoconsulenza per migliorare l'esperienza cliente e potenziare il servizio nelle zone di vendita. Il tutto con l'obiettivo di gestire i servizi in modo più efficiente e guadagnare tempo da investire nella consulenza personale e nella vendita. Dopo l'apertura della prima filiale di nuova concezione a fine 2024 a Losanna, dal 2025 tutte le altre 15 sedi verranno rinnovate e rese più a misura di cliente. PostFinance ha attivato, inoltre, la videoconsulenza che consente alla clientela di ricevere informazioni e consigli online e in qualsiasi luogo, senza doversi recare in filiale. E il riscontro è positivo: in molti apprezzano il fatto di risparmiare tempo e considerano questa modalità di interazione più personale rispetto a una telefonata.

Assicurazioni sulla vita



PostFinance amplia l'offerta

In collaborazione con AXA, PostFinance ha lanciato il prodotto assicurativo vita «Piano di capitale SmartFlex». Strumento ideale per l'investimento unico di valori patrimoniali nell'ambito di una pianificazione previdenziale o successoria, quest'assicurazione di capitale del pilastro 3b prevede che una parte dell'importo venga investita in un fondo azionario diversificato e l'altra versata come avere di sicurezza fruttifero di interessi. Tra i vantaggi di questa soluzione d'investimento vi sono possibilità di modifica flessibili, opzioni di sicurezza gratuite e, a determinate condizioni, versamenti esentasse oltre a privilegi in caso di successione e fallimento.

Intervista a Beat Röthlisberger, CEO PostFinance

«PostFinance comprende le esigenze della clientela»

Signor Röthlisberger, dal 1° luglio 2024 è CEO di PostFinance. Come valuta il risultato conseguito nell'anno in esame?

Nel 2024 PostFinance ha realizzato un risultato d'esercizio di 203 milioni di franchi, 61 milioni in meno rispetto all'anno precedente. I ricavi d'esercizio sono scesi di 64 milioni di franchi, raggiungendo i 1897 milioni. Le operazioni sul differenziale degli interessi sono la principale fonte d'introiti per PostFinance. Nel periodo in esame ne sono conseguiti proventi inferiori di 72 milioni di franchi a quelli dell'anno precedente. Le recenti riduzioni degli interessi operate dalla Banca nazionale svizzera mostrano chiaramente quanto il contesto dei tassi sia ancora volatile e rendono la previsione di una ripresa dei nostri margini più incerta.

Al di là della questione dei margini dell'istituto, che cosa significa il calo degli interessi per la clientela?

Concretamente significa che per i depositi a risparmio la clientela totalizza in termini reali, ovvero di proventi di interessi al netto dell'inflazione, un rendimento negativo. A seconda dell'orizzonte d'investimento dovrebbe pertanto considerare necessariamente la possibilità di investire in titoli o prodotti legati a fondi, beneficiando della nostra consulenza. Per contro, chi ha sottoscritto un'ipoteca beneficia di condizioni molto favorevoli.

PostFinance ritiene di essere un istituto finanziario innovativo. Su quali basi può affermarlo?

PostFinance è stata la prima banca di rilevanza sistemica in Svizzera a introdurre un'offerta di criptovalute, un traguardo importante che mostra la capacità d'innovazione del nostro istituto. Possiamo pertanto affermare con orgoglio che per quanto riguarda blockchain e digital asset risultiamo essere più progressisti di molte altre banche. Con un'offerta dedicata, da febbraio 2024 offriamo alla nostra clientela e a tutta la Svizzera un accesso sicuro e affidabile e diverse criptovalute e facilitiamo l'ingresso nel mondo dei valori patrimoniali digitali con la dovuta trasparenza. Nel 2024 abbiamo introdotto, inoltre, i piani di risparmio per ETF, azioni e certificati tematici, una formula semplice e conveniente per accedere ai mercati finanziari. Potendo scegliere tra un ventaglio di più di 30 ETF, circa 300 azioni dei principali indici e svariati certificati tematici, chi opta per questa soluzione può effettuare investimenti regolari e automatizzati, adeguandoli alle proprie possibilità finanziarie personali e approfittando della possibilità di costituire un patrimonio nel tempo. PostFinance comprende le esigenze della clientela e orienta la sua offerta in funzione di queste ultime.

Che cosa fa PostFinance per la sua clientela?

Riorganizza, ad esempio, le filiali e introduce la videoconsulenza per migliorare l'esperienza cliente, con l'obiettivo di gestire i servizi in modo più efficiente e guadagnare tempo da investire nella consulenza personale e nella vendita. Dopo l'apertura della prima filiale di nuova concezione a fine 2024 a Losanna, dal 2025 tutte le altre 15 sedi verranno rinnovate. Inoltre, ha attivato la videoconsulenza, che consente alla clientela di ricevere informazioni e consigli online e in qualsiasi luogo e che ha avuto un riscontro positivo.



Per PostFinance la sostenibilità è una preziosa opportunità.

Beat Röthlisberger
CEO PostFinance

Nel settore bancario la sostenibilità è un tema importante. Qual è l'approccio di PostFinance in questo campo?

Abbiamo definito una strategia progressista e consideriamo la sostenibilità una preziosa opportunità. Ci impegniamo a favore di temi quali ambiente, clima, diversità, equità, inclusione e trasparenza, assumendo la nostra responsabilità sociale di organizzazione e ampliando costantemente la nostra offerta di mercato sostenibile per la clientela. Inoltre, operiamo anche e innanzitutto internamente, consentendo al nostro personale di accedere a un'offerta formativa dedicata a tre livelli. Da qui al 2028 intendiamo formare il maggior numero possibile di collaboratrici e collaboratori su questo importante tema, radicandolo ancor di più nell'operato e nella cultura aziendale.



Criptovalute

PostFinance lancia un'offerta di criptovalute con piani di risparmio

PostFinance amplia la sua offerta e propone alla clientela una soluzione semplice e sicura per acquistare, vendere e custodire criptovalute. Aprendo un piano di risparmio dedicato si possono investire in modo continuativo piccoli importi in 16 monete virtuali direttamente tramite e-finance o la PostFinance App.

Nel 2024 PostFinance è stata la prima banca di rilevanza sistemica in Svizzera a introdurre un'offerta a tutto tondo che consente alla clientela di acquistare, vendere e custodire in sicurezza 16 criptovalute, tra cui bitcoin, Ethereum e altre, direttamente tramite e-finance e la PostFinance App, con pochi clic e in autonomia.

Accesso al mondo delle criptovalute già da 50 dollari americani

Comprare e vendere criptovalute con PostFinance è semplice e trasparente. La banca consente di accedere in tutta semplicità all'universo crypto già a partire da 50 dollari americani per transazione o rata di risparmio. Particolarmente interessante è il piano di risparmio criptovalute che funziona esattamente come un piano di risparmio in fondi tradizionale e permette di investire regolarmente somme contenute in monete virtuali. Come di consueto, i piani di risparmio vengono gestiti direttamente tramite e-finance o la PostFinance App e gli importi vengono addebitati automaticamente. Grazie alla partnership con la criptobanca Sygnum regolamentata dalla FINMA, PostFinance garantisce una protezione ottimale dei depositi della clientela e l'esecuzione delle transazioni a condizioni eque e trasparenti.

Negoziare criptovalute in un ambiente sicuro

Con la nuova offerta di criptovalute, PostFinance risponde alle mutate esigenze della clientela. Da tempo, infatti, le monete virtuali non sono più un mero investimento di nicchia per esperti del settore, ma hanno preso piede stabilmente nella nostra società. Ad apprezzarle sono soprattutto le generazioni più giovani, che desiderano investire sempre di più in valori patrimoniali digitali. «Le investitrici e gli investitori temono, tuttavia, i rischi associati alle borse non regolamentate e preferiscono optare per una gestione sicura affidandosi a un istituto finanziario consolidato», afferma Alexander Thoma, responsabile Digital Assets presso PostFinance. «Come principale banca retail della Svizzera, PostFinance ha l'opportunità di semplificare l'accesso a questa nuova classe d'investimento a milioni di persone proponendo un'offerta a misura d'utente e completamente integrata».



Comprare e vendere criptovalute con PostFinance è facile e trasparente.

Valori patrimoniali digitali per tutti

Signor Thoma, perché PostFinance offre la possibilità di commerciare criptovalute?

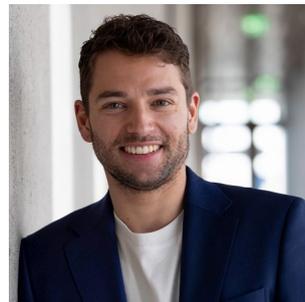
Le criptovalute costituiscono un'ulteriore possibilità d'investimento che, accanto ai prodotti tradizionali come le azioni e le obbligazioni, gode di una crescente popolarità anche nel settore alternativo, alla stregua degli immobili e delle materie prime. Circa un quarto della popolazione svizzera è cliente di PostFinance e questo è per noi un grande incentivo per coinvolgere un ampio bacino d'utenza nel commercio delle monete virtuali. Inoltre, a nostro avviso, la tecnologia blockchain racchiude grandi potenzialità per il futuro del settore finanziario.

Qual è la peculiarità dell'offerta di criptovalute di PostFinance?

All'insegna del motto «criptovalute per tutti» offriamo il commercio di criptovalute più semplice e accessibile della Svizzera. Come principale banca retail garantiamo, inoltre, che i valori digitali della nostra clientela siano custoditi in modo sicuro.

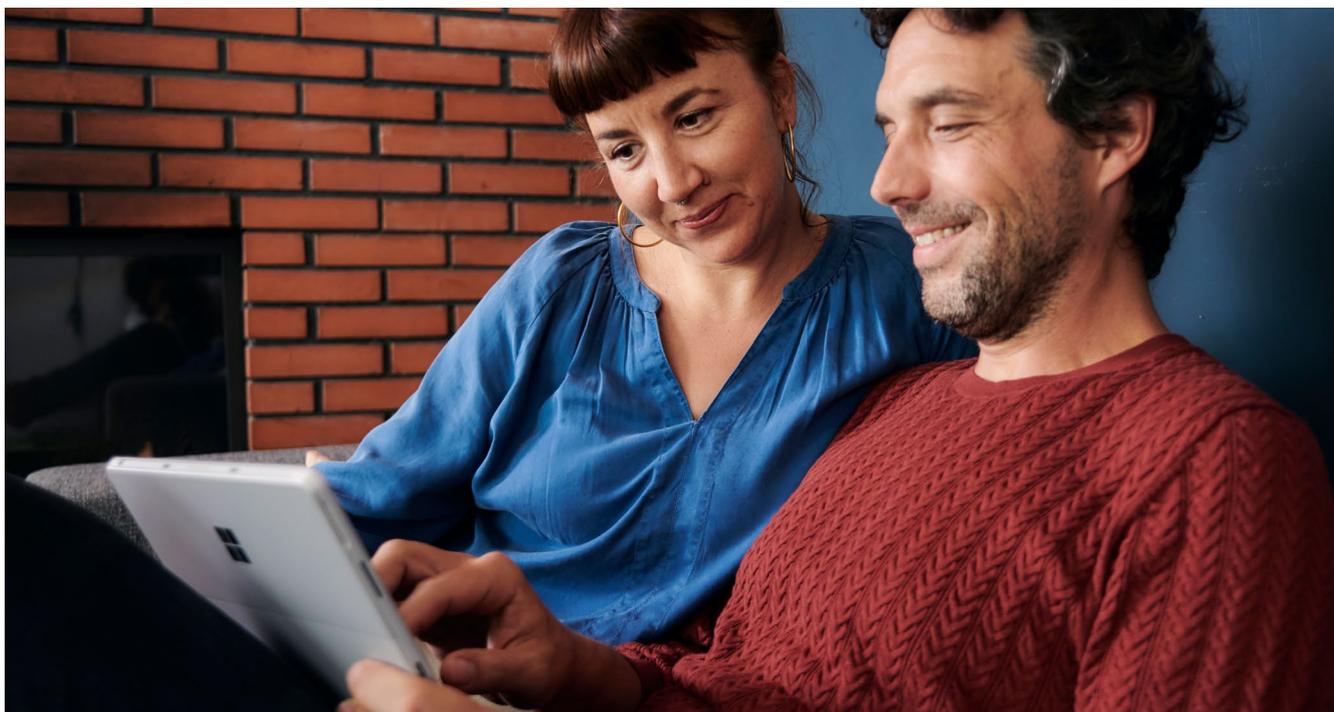
Che ruolo ha la strategia relativa alle criptovalute per il futuro di PostFinance?

Il nostro obiettivo è diventare la banca retail leader in Svizzera per i valori patrimoniali digitali. In tale ottica non intendiamo concentrarci solo sul commercio in sé, ma anche su funzioni innovative e orientate al futuro, tra cui lo staking, ovvero la detenzione di criptovalute in un wallet con conseguenti ricavi e trasferimenti, e lo scambio veloce e sicuro di valori digitali.



Offriamo il commercio di criptovalute più semplice e accessibile della Svizzera.

Dr. Alexander Thoma
Responsabile Digital Assets



E-trading

PostFinance offre piani di risparmio per ETF, azioni e certificati tematici

PostFinance è la prima grande banca retail della Svizzera a consentire alla propria clientela di aprire piani di risparmio per ETF, azioni e certificati tematici attraverso la piattaforma e-trading dedicata. «In parole povere, un piano di risparmio funziona come un ordine permanente», afferma Philipp Merkt, Chief Investment Officer presso PostFinance, «con cui è possibile acquistare titoli in modo automatizzato e a cadenza regolare, ad esempio su base settimanale, quindicinale, mensile o trimestrale attraverso il portale e-trading di PostFinance. Il tutto in modo semplice e conveniente: è per questo che i piani di risparmio fanno tendenza e sono sempre più diffusi». Questi prodotti offrono, inoltre, una grande flessibilità: possono essere sospesi in qualsiasi momento e l'importo massimo da investire può essere comodamente modificato in base alle disponibilità finanziarie effettive.

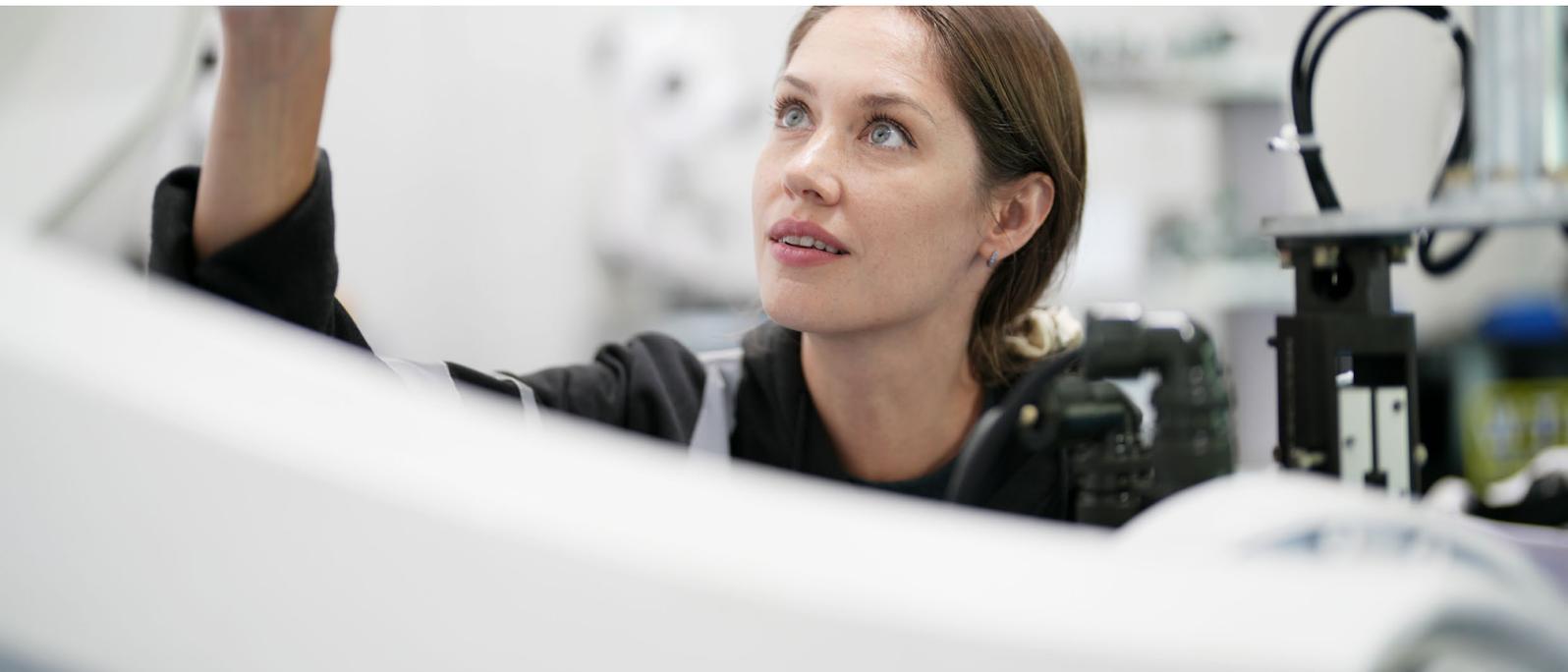
Un'offerta di piani di risparmio a tutto tondo

In e-trading la clientela ha a disposizione in totale 30 diversi ETF, acronimo di «exchange traded fund», ovvero fondi negoziati in borsa che replicano direttamente un indice, ad esempio lo SMI. Diversamente da molti fondi tradizionali, gli ETF sono gestiti passivamente, il che implica costi di gestione e distribuzione più bassi. I piani di risparmio in azioni su e-trading consentono di acquistare circa 300 azioni dei principali indici, come lo SMI, il DAX o il Dow Jones, e sono compatibili anche con diversi certificati tematici di PostFinance.



In parole povere, un piano di risparmio funziona come un ordine permanente.

Philipp Merkt
Chief Investment Officer



Tecnologia e innovazione

La Posta è molto più di un'azienda di logistica: il suo core business si fonda, infatti, su un ambiente tecnologico forte, moderno e sempre più digitalizzato, che viene sviluppato e gestito in gran parte da circa 1500 collaboratrici e collaboratori IT propri. Per offrire anche in futuro servizi di altissima qualità e soddisfare le richieste della clientela, l'azienda amplia continuamente le proprie competenze. A tale scopo non digitalizza solo il segreto postale: avvalendosi di tecnologie innovative migliora l'efficienza dei processi interni e sgrava il personale dalle attività ripetitive. Grazie a soluzioni basate ad esempio sull'intelligenza artificiale (IA) la clientela beneficia, a sua volta, di nuovi pratici servizi su misura per le sue esigenze.

Intervista

«L'IA, una risorsa imprescindibile per una Posta moderna»

L'informatica è la colonna portante dell'attività commerciale della Posta. Per l'azienda è pertanto fondamentale affrontare con lungimiranza tematiche come l'intelligenza artificiale e la cibersecurity e preparare il personale a utilizzare con responsabilità queste soluzioni.

Intervista a Wolfgang Eger, responsabile Informatica/Tecnologia

→ Pag. 76

Carenza di personale qualificato

Soluzioni interessanti a prova di futuro

La scarsità di figure qualificate in campo informatico crea non poche difficoltà alla Posta che, per contrastarla, riorganizza le sedi in Svizzera e all'estero, promuove la diversità, la varietà linguistica, la collaborazione intergenerazionale e modelli di lavoro interessanti come la workation.

→ Pag. 77

Cybersicurezza



La Posta potenzia il programma bug bounty

La Posta investe in una strategia di cybersicurezza proattiva e consente ad hacker etici di tutto il mondo di testare le applicazioni digitali sviluppate in proprio al fine di eliminare potenziali vulnerabilità prima che possano essere sfruttate.

→ Pag. 78

Tracciamento degli invii in tempo reale, cartella informatizzata del paziente, videoconsulenze nelle filiali: l'innovazione e la digitalizzazione sono temi importanti per tutte le unità del gruppo e le HR. Nel 2024 la Posta ha attuato numerose misure su questi fronti. Di seguito alcuni esempi.

Un mondo del lavoro che cambia



Competenze digitali: la chiave del successo

Digitalizzazione, automazione, dati e IA: il mondo del lavoro cambia rapidamente. Per la Posta è quindi fondamentale coinvolgere il suo personale e prepararlo ad affrontare le sfide del digitale, offrendogli molteplici opportunità di sviluppo.

→ Pag. 83

Reclutamento



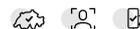
Candidature più semplici grazie al digitale

Ogni anno la Posta recluta circa 3800 persone e riceve più di 90'000 candidature. Per rendere la gestione dei dossier più semplice ed efficiente sono state introdotte diverse innovazioni digitali.

→ Pag. 85



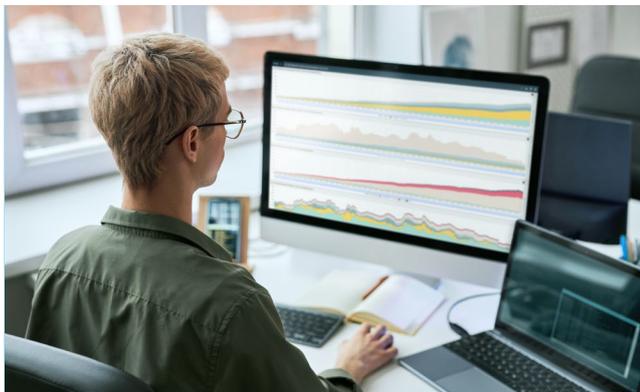
Piattaforme di comunicazione



Nuovo slancio per la cartella informatizzata del paziente

La Posta sviluppa costantemente la piattaforma dedicata alla cartella informatizzata del paziente. Grazie al servizio di self onboarding digitale è possibile aprire una CIP in pochi e semplici passaggi in tutta la Svizzera. In molti Cantoni il servizio è gratuito.

→ Pag. 44



Crittografia



Soluzioni per la sicurezza digitale

Nella comunicazione dati la crittografia, l'arte della codifica, protegge le informazioni da accessi non autorizzati. A Neuchâtel la Posta gestisce un centro di competenza dedicato a questa disciplina in cui specialiste e specialisti mettono a punto tecnologie di ultimissima generazione.

→ Pag. 48

Piattaforma di comunicazione ePost



La lettera digitale nel servizio universale

In futuro la clientela dovrà poter scegliere se ricevere la corrispondenza in formato cartaceo o digitale. La piattaforma di comunicazione ePost permette già ora di farlo, in sicurezza e flessibilità, nel pieno rispetto del segreto epistolare.

→ Pag. 46

Voto elettronico



Una modalità di voto comoda e sicura

Il voto elettronico offre all'elettorato e alle autorità numerosi vantaggi, tra cui la possibilità di esprimere la propria preferenza senza vincoli di tempo e luogo, evitando altresì che le schede possano essere invalidate. Nell'anno in esame il sistema messo a punto dalla Posta è stato utilizzato con successo in votazioni ed elezioni federali, comunali e cantonali nei Cantoni di Basilea Città, San Gallo, Turgovia e dei Grigioni e, prossimamente, verrà introdotto anche nei Cantoni di Ginevra, Lucerna e Neuchâtel. La sicurezza dei voti elettronici è stata garantita in tutti gli scrutini eseguiti finora e anche i conteggi si sono svolti senza problemi.

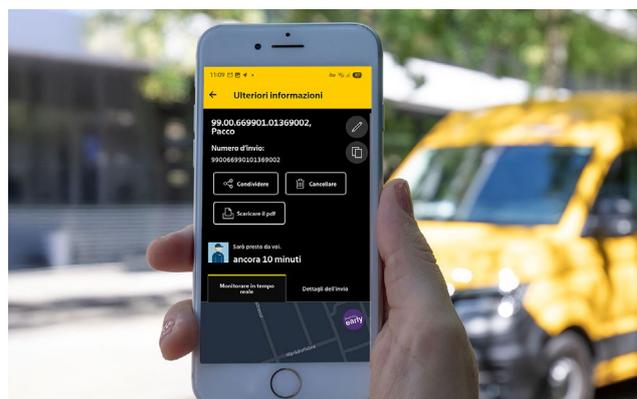
Crittografia delle e-mail



Trasmettere informazioni sensibili in sicurezza

Grazie a IncaMail è possibile spedire documenti confidenziali come contratti, fatture o distinte di paga in modo affidabile, sicuro e conforme alla protezione dei dati. Nel 2024 il servizio della Posta per l'invio di e-mail cifrate è stato reso ancora più moderno.

→ Pag. 47



Tracciamento degli invii in tempo reale



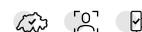
Quando arriverà il mio pacco?

Tracciare gli invii in tempo reale: la Posta ha sviluppato un servizio che consente di ricevere informazioni precise sul recapito dei pacchi. Su «I miei invii» il giorno precedente al recapito e il giorno stesso in cui viene effettuato viene indicata una fascia oraria stimata per la consegna, rispettivamente di due-quattro ore e di 40-90 minuti.

→ Pag. 39



Videoconsulenza



Un'offerta di servizi moderna

La Posta offre soluzioni di videoconsulenza in una ventina di filiali. Con i nuovi formati digitali che consentono alla clientela di evadere le proprie richieste tramite video in loco, l'azienda intende accorciare i tempi di attesa nelle sue sedi e snellire le operazioni postali.

→ Pag. 54

Contact Center



Digitale e personale: il Contact Center della Posta c'è per tutti

In che cosa si differenziano baby boomer, millennial e la generazione Z? Nei canali di comunicazione utilizzati per porre una domanda alla Posta: gli individui più anziani prediligono il telefono, i più giovani la chat. Il Contact Center della Posta tiene conto di queste preferenze e propone nuove soluzioni digitali.

→ Pag. 56

Soluzioni di mobilità



Per una mobilità aziendale multimodale e sostenibile

Nel 2024 Post Company Cars e Urban Connect hanno siglato una partnership per offrire alle aziende soluzioni di mobilità globali, multimodali e sostenibili. In cantiere c'è la creazione di una piattaforma comune attraverso la quale il personale potrà accedere in modo flessibile a un ecosistema di veicoli a basse emissioni, come auto, bici e scooter elettrici, e prenotarli tramite un'unica app. Il portale dovrà consentire, inoltre, di inserire con facilità i parchi veicoli esistenti e di misurarne grado di utilizzo ed emissioni.

postcompanycars.post.ch/it/pages/news/2024/al-via-la-partnership-strategica-tra-urban-connect-e-post-company-cars

YellowDrive



Prenotazione e noleggio online di veicoli aziendali

Vetture di piccola cilindrata, station wagon, SUV o furgoni: con YellowDrive le aziende possono prenotare a breve termine il mezzo più adatto alle loro esigenze, per un mese o più, con una procedura semplice e veloce sullo shop online di Post Company Cars. Nel prezzo del noleggio sono compresi tutti i costi, dall'assicurazione all'immatricolazione, ad eccezione dei rifornimenti di carburante. Con la nuova offerta il principale fornitore di servizi per parchi veicoli indipendente della Svizzera risponde alla crescente richiesta di un abbonamento auto per la clientela aziendale.

postcompanycars.post.ch/yellowdrive

On-demand



Soluzioni su misura per una mobilità flessibile e sostenibile

Aniché circolare a un orario fisso i veicoli di AutoPostale seguono le prenotazioni individuali effettuate tramite app o per telefono e grazie al servizio on-demand conducono le persone dal luogo in cui si trovano alla destinazione prescelta. Nel 2024 l'azienda ha lanciato diversi progetti per soddisfare esigenze specifiche dell'utenza.

→ Pag. 64

Criptovalute



PostFinance lancia un'offerta di criptovalute con piani di risparmio

PostFinance offre alla clientela una soluzione semplice e sicura per acquistare, vendere e custodire criptovalute: un piano di risparmio dedicato che permette di investire in modo continuativo piccoli importi tramite e-finance o la PostFinance App.

→ Pag. 69



E-trading



Piani di risparmio per ETF, azioni e certificati tematici

PostFinance è la prima grande banca retail della Svizzera a offrire alla propria clientela la possibilità di aprire, attraverso la piattaforma e-trading dedicata, piani di risparmio per ETF, azioni e certificati tematici che funzionano con la stessa semplicità di un ordine permanente.

→ Pag. 71

Videoconsulenza



Filiali ancora più orientate alla clientela

PostFinance riorganizza le filiali e introduce la videoconsulenza per migliorare l'esperienza cliente e potenziare il servizio nelle zone di vendita. Il tutto con l'obiettivo di gestire i servizi in modo più efficiente e guadagnare tempo da investire nella consulenza personale e nella vendita. Dopo l'apertura della prima filiale di nuova concezione a fine 2024 a Losanna, dal 2025 tutte le altre 15 sedi verranno rinnovate e rese più a misura di cliente. PostFinance ha attivato, inoltre, la videoconsulenza che consente alla clientela di ricevere informazioni e consigli online e in qualsiasi luogo, senza doversi recare in filiale. E il riscontro è positivo: in molti apprezzano il fatto di risparmiare tempo e considerano questa modalità di interazione più personale rispetto a una telefonata.

Intervista a Wolfgang Eger, responsabile Informatica/Tecnologia

«L'IA, una risorsa imprescindibile per una Posta moderna»

Tanto nella logistica quanto nel banking o nel trasporto di dati digitali, l'informatica è la colonna portante dell'attività commerciale della Posta. Per la Posta di domani è fondamentale pertanto affrontare con lungimiranza temi come l'intelligenza artificiale, la cibersecurity e nuove interfacce clienti digitali e preparare il personale a usare con consapevolezza e responsabilità queste soluzioni.

Signor Eger, in quali ambiti la Posta utilizza l'intelligenza artificiale?

Negli ultimi tre anni abbiamo assunto circa 150 persone per sfruttare appieno le potenzialità dell'intelligenza artificiale, in breve IA, per soluzioni di automazione, nel mondo del lavoro digitale e per la gestione responsabile dei dati. Abbiamo sviluppato iniziative in tutte le unità e finora abbiamo attuato una ventina di progetti di IA, ad esempio per lo sdoganamento, le previsioni dei volumi di recapito o l'applicazione di un Large Language Model che genera contenuti basati su testi per la nostra soluzione interna di machine translation o il chatbot nel Contact Center. Anche nell'interazione con la clientela ci avvaliamo dell'IA per report dei contatti e sistemi di sintesi vocale per assistere personale e clienti, collegandoli a programmi di formazione come Digital Champion. L'IA è una risorsa imprescindibile per una Posta moderna. Siamo stati una delle prime aziende a utilizzare Microsoft Copilot per supportare i processi lavorativi. Per le prestazioni fornite in questo campo la Posta è stata insignita nel 2024 del Corporate AI Award.

Che importanza ha la fiducia nel mondo digitale?

Una grande importanza, soprattutto quando si parla di IA. Per questo puntiamo su misure di sicurezza che seguono i progressivi sviluppi tecnologici e proteggono in modo ottimale i nostri sistemi e dati, continuamente esposti ad attacchi informatici. Abbiamo più di 85 esperte ed esperti che si impegnano per garantire la sicurezza dell'ambiente della Posta e che respingono con successo fino a 100 attacchi al mese. Queste competenze, unite alla trasparenza e alla gestione etica e consapevole dei dati, sono fondamentali per preservare la fiducia nei servizi digitali che offriamo. Ma la grande fiducia di cui godiamo ha anche un risvolto meno piacevole che non possiamo trascurare: la Posta è uno dei marchi più soggetti ad attacchi di phishing, ovvero a tentativi di accesso a dati personali da parte di malintenzionati.

In che modo la Posta protegge le applicazioni e i dati aziendali?

La nostra è una delle prime aziende ad aver reso accessibile nel suo programma di bug bounty pubblico la maggior parte delle applicazioni sviluppate in proprio, a cui seguono gradualmente anche le altre. Quest'iniziativa ci permette di individuare per tempo le vulnerabilità ed eliminarle, garantendo così che la sicurezza delle nostre soluzioni vada di pari passo con il progressivo sviluppo della tecnologia. In tale ambito ci avvaliamo internamente di un'ampia rete di cosiddetti Security Champion che verificano se le segnalazioni ricevute hanno conseguenze nella loro unità e risolvono tempestivamente le criticità riscontrate. Inoltre formiamo regolarmente tutto il personale affinché impari a riconoscere e gestire i rischi.

In che modo la Posta acquisisce la forza lavoro necessaria?

Per consolidare il nostro know-how potenziamo costantemente le nostre sedi in Svizzera. Dopo Bellinzona e Neuchâtel, nel 2024 abbiamo inaugurato una nuova sede IT a Losanna per creare un ponte verso talenti di questo settore nella Svizzera romanda e il riscontro è stato molto positivo. Le figure specializzate, che nonostante tutti gli sforzi non riusciamo a reperire nel nostro Paese, vengono reclutate tramite la nostra sede di Lisbona, attraverso la quale abbiamo acquisito finora più di 90 esperte ed esperti IT, tra cui profili altamente qualificati nei settori dell'analisi dei dati, della cibersecurity e dello sviluppo software.



La Posta è stata insignita del Corporate AI Award.

Wolfgang Eger
Responsabile Informatica/Tecnologia



Carenza di personale qualificato

Carenza di personale IT qualificato: la ricetta della Posta

Con più di 1500 collaboratrici e collaboratori, la Posta gestisce la terza più grande sezione di informatica tra le aziende svizzere attive a livello nazionale e risente quindi profondamente della carenza di figure qualificate nel settore. «Per ovviare al problema puntiamo su diverse misure», afferma Mathis Marugg, responsabile Strategy Execution & Enablement. «Riorganizziamo le sedi in Svizzera e all'estero, promuoviamo la diversità, la varietà linguistica, la collaborazione intergenerazionale e offriamo modelli di lavoro interessanti come la workation».

La soluzione: nuove sedi IT e modelli di lavoro innovativi

Dalla fine del 2023 la sede IT di Losanna si affianca a quella preesistente di Neuchâtel con l'obiettivo di attrarre altri potenziali collaboratori e collaboratrici di lingua francese e acquisirne una settantina per ciascuna sede. Anche il centro di Bellinzona verrà ampliato e in futuro dovrebbe dare lavoro a un centinaio di persone.

Per compensare la scarsità di personale qualificato in Svizzera, la Posta investe anche oltre confine: un passo importante in tal senso è stata l'apertura di una sede IT a Lisbona, dove attualmente lavorano già più di 80 collaboratrici e collaboratori di dodici diverse nazionalità in settori chiave come lo sviluppo di sistemi, l'analisi dei dati, la business analysis e la cibersicurezza. Grazie all'interessante modello di lavoro della workation la Posta offre al personale, inoltre, l'opportunità di lavorare fino a 20 giorni all'anno da qualsiasi luogo, conciliando così la possibilità di viaggiare o fare visita a parenti e amici con l'attività professionale.

Fatti e cifre

1500

collaboratrici e collaboratori IT

300

progetti software e di sviluppo all'anno

1000

applicazioni interne in uso alla Posta

5000

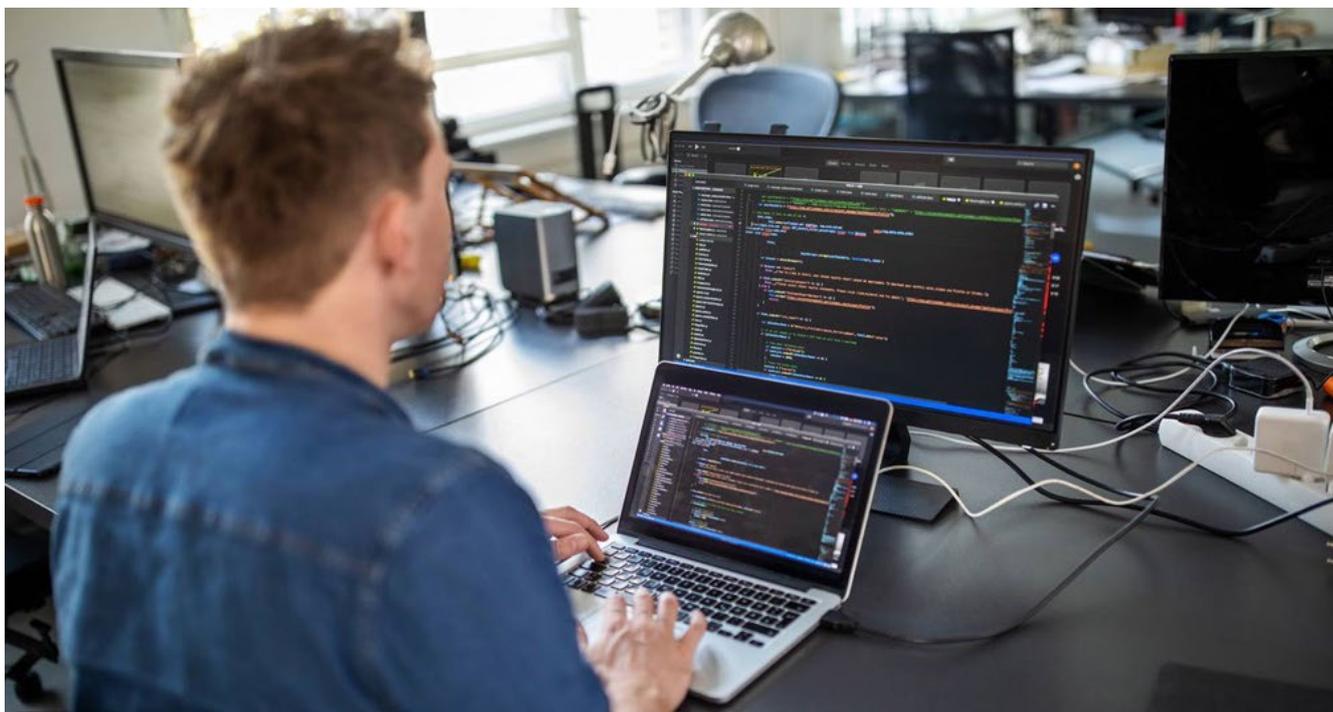
banche dati

60

posti di formazione nel settore IT all'anno

89%

quota di continuazione dell'impiego al termine della formazione



Cybersicurezza

La Posta potenzia il programma bug bounty

Da cinque anni la Posta ricorre al programma bug bounty aziendale, uno dei più grandi d’Europa, per individuare le criticità presenti all’interno dei propri sistemi IT. Nell’agosto 2024 l’iniziativa è stata estesa a tutte le applicazioni sviluppate dal gruppo che possono ora essere sottoposte al vaglio di hacker etici di tutto il mondo che testano, senza intenti criminali, i vari ambiti della Posta in cui viene utilizzata la tecnologia: dal recapito dei pacchi all’orario AutoPostale, dai servizi digitali come «I miei invii» al voto elettronico. E tutto questo ripartendo ogni volta da zero, perché la tecnologia cambia continuamente e richiede un costante aggiornamento delle norme di sicurezza.

Una strategia di cybersicurezza proattiva

Il programma bug bounty permette di individuare tempestivamente potenziali vulnerabilità dei sistemi ed eliminarle prima che possano essere sfruttate. «La gestione affidabile delle informazioni personali e la protezione contro accessi non autorizzati fanno parte del DNA della Posta», afferma Marcel Zumbühl, Chief Information Security Officer (CISO) del gruppo. «Per noi è quindi un dovere investire continuamente in una strategia di cybersicurezza proattiva». Strategia che non pone al centro solo la protezione dei sistemi, ma soprattutto la fiducia della clientela nei confronti dei servizi digitali della Posta.

Fatti e cifre

13 mln
di e-mail di phishing e spam vengono intercettate ogni mese dalla Posta.

8000
attacchi di virus vengono contrastati dalla Posta ogni mese.

200
ondate di phishing vengono indirizzate ogni mese verso la clientela della Posta.

20
attacchi informatici vengono rivolti ogni mese in modo mirato contro la Posta.



Personale

Grazie a un organico composto da circa 45'000 persone attive in oltre 100 professioni e al servizio dell'azienda in tutte le regioni linguistiche e in tutti i Cantoni, la Posta fa avanzare il Paese. Con 1887 apprendiste e apprendisti impegnati in 19 diversi percorsi professionali, è inoltre la terza più grande aziende di formazione e offre alle giovani generazioni la possibilità di seguire stage e programmi specifici per accedere al mondo del lavoro al termine degli studi. La Posta offre condizioni d'impiego eque e moderne e un ambiente lavorativo che valorizza le persone impegnandosi attivamente a promuovere la diversità e l'inclusione in tutte le forme: in azienda ogni individuo ha l'opportunità di crescere professionalmente, indipendentemente dal sesso, dalla lingua, dalla provenienza o da altre caratteristiche personali. Affinché tutte le persone abbiano le carte in regola per affrontare le sfide del mondo del lavoro di oggi e di domani, la Posta investe sistematicamente in offerte che promuovono la crescita del personale, la chiave del suo successo.

Intervista

«Dobbiamo pensare già oggi al domani»

Come reagisce la Posta all'evoluzione del mondo del lavoro? La Posta accompagna il personale attraverso il processo di trasformazione, riduce al minimo le insicurezze e sfrutta le opportunità insite nelle nuove tecnologie. E per far fronte alle sfide legate al reclutamento punta su un employer brand forte.

Intervista a Valérie Schelker, responsabile Personale

→ Pag. 82



Un mondo del lavoro che cambia



Competenze digitali: la chiave del successo

Digitalizzazione, automazione, dati e IA: il mondo del lavoro cambia rapidamente. Per la Posta è quindi fondamentale coinvolgere il suo personale e prepararlo ad affrontare le sfide del digitale, offrendogli molteplici opportunità di sviluppo.

→ Pag. 83

Reclutamento



Candidature più semplici grazie al digitale

Ogni anno la Posta assume circa 4000 persone e riceve quasi 90'000 candidature. Per rendere la gestione dei dossier più semplice ed efficiente sono state introdotte diverse innovazioni digitali.

→ Pag. 85



Opportunità di carriera



Formazioni professionali varie e promettenti

Terza azienda di formazione della Svizzera, nel 2024 la Posta ha offerto 772 posti di apprendistato in 19 diverse categorie professionali. Per raggiungere giovani talenti si avvale di canali moderni come Snapchat e TikTok, sui quali si presenta come ente formatore attrattivo.

→ Pag. 86

Sedi adibite a uffici



La collaborazione personale resta importante

L'home office e i modelli di lavoro ibridi sono ormai parte integrante delle professioni d'ufficio, motivo per cui gli spazi aziendali esistenti vengono utilizzati meno. Nonostante questa tendenza la collaborazione tra le diverse unità e l'interazione personale continuano a rivestire un'importanza fondamentale per la Posta, che entro il 2030 intende quindi realizzare 12 cosiddetti hub, ossia sedi adibite a uffici moderne e adeguate alle esigenze. Dopo l'inaugurazione dei primi hub a Olten e Zurigo nel 2024, sarà la volta di Berna e Losanna.

StayFit



Offerte di sostegno complete per il personale

Riunendo le offerte dei settori Consulenza sociale e Gestione della salute e del Centro carriera, la piattaforma online StayFit fornisce informazioni utili e aiuto al personale della Posta che si trovano ad affrontare situazioni difficili sul lavoro o nella vita privata. Tra le funzioni a disposizione c'è anche una pratica chat anonima con personale specializzato interno, che fornisce supporto psicosociale in caso di conflitti o tensioni sul posto di lavoro o di problematiche personali.

Job Voice



Il programma di corporate influencer della Posta

Trasmettere alla propria community perché è bello lavorare alla Posta? Con il programma Job Voice è possibile imparare a farlo al meglio. Ambasciatrici e ambasciatori importanti quando si tratta di presentare l'azienda come un datore di lavoro interessante, le collaboratrici e i collaboratori hanno la possibilità di frequentare appositi corsi per imparare a condividere i loro progetti, le proprie esperienze e la quotidianità lavorativa in modo professionale, migliorando anche le proprie competenze creative. Il programma aiuta non solo a consolidare le competenze in materia di social media, ma anche a rafforzare il proprio personal brand e ad ampliare la propria rete di contatti.

Partenariato sociale



Nuovo contratto collettivo di lavoro per 28'300 collaboratori e collaboratrici

La Posta e i sindacati syndicom e transfair hanno concluso le trattative sul nuovo contratto collettivo di lavoro (CCL) mantello e sui due CCL aziendali Posta CH e PostFinance SA. I nuovi contratti sono entrati in vigore il 1° gennaio 2025. Tra le novità introdotte dai nuovi CCL aziendali vi sono indennità più elevate per gli interventi serali, notturni, domenicali e di picchetto, un aumento della somma corrisposta per i premi fedeltà e una nuova regolamentazione dei giorni festivi. Oltre a rafforzare l'attuazione del contratto collettivo di lavoro, il nuovo CCL mantello contiene anche disposizioni generali inedite in materia di politica del personale e partenariato sociale.

Materiali didattici



Risorse didattiche gratuite per le scuole

Materiali didattici Posta (in precedenza PostDoc Servizio scolastico) offre al personale docente materiali didattici gratuiti per le scolare e gli scolari di tutti i livelli, dalla scuola dell'infanzia fino ai licei e alle scuole professionali. Con strumenti analogici e digitali vengono trattati temi come il servizio postale universale, l'educazione finanziaria, la scelta della professione e la comunicazione. Dall'inizio dell'anno scolastico 2024 il sito ha un design nuovo e moderno e a dicembre è stata pubblicata anche l'offerta aggiornata sul «Servizio pubblico del futuro». Con i suoi strumenti didattici nel 2024 la Posta ha raggiunto oltre 25'000 insegnanti e 600'000 studentesse e studenti.

Intervista a Valérie Schelker, responsabile Personale

«Dobbiamo pensare già oggi al domani»

In qualità di datore di lavoro, come reagisce la Posta all'evoluzione del mondo del lavoro? La Posta accompagna il personale attraverso il processo di trasformazione, riduce al minimo le insicurezze e sfrutta le opportunità insite nelle nuove tecnologie. Per far fronte alle sfide legate al reclutamento punta su strategie innovative e su un employer brand forte.

Valérie Schelker, alcune persone intravedono opportunità nella digitalizzazione, altre invece ne sono intimorite. La svolta digitale è un bene o un male?

Esistono entrambe le prospettive: la digitalizzazione comporta requisiti più complessi, strumenti e metodi di lavoro nuovi. Questo cambiamento così rapido e profondo del mondo del lavoro può suscitare insicurezze in alcune persone, motivo per cui è importante accompagnarle e prepararle, in modo che non si generi in loro un senso di impotenza. Se il personale si sente sostenuto, mostrerà più apertura e ottimismo nei confronti delle opportunità offerte dalla digitalizzazione e metterà in pratica volentieri le novità. In qualità di datore di lavoro è nostro compito offrire formazioni e offerte di consulenza, ma è altrettanto importante che i membri del personale dimostrino responsabilità individuale. Insomma: ognuna e ognuno di noi deve pensare già oggi al domani.

Lavorare in ufficio o da casa: su questo punto le aspettative di datori di lavoro e dipendenti non sempre coincidono. Qual è l'approccio della Posta a questo riguardo?

Per il personale nei centri di spartizione e nelle filiali e per le addette e gli addetti al recapito la questione non si pone, ma per chi lavora in ufficio è importante avere a disposizione modelli di lavoro flessibili. Per questo entro il 2030 concentreremo gli spazi adibiti a uffici in circa 12 hub in posizioni centrali su tutto il territorio svizzero, realizzando sedi moderne destinate a essere utilizzate da tutte le unità. È nostra convinzione che l'interazione personale e la collaborazione in ufficio siano fondamentali per fare rete, per inserire e integrare le persone neoassunte nonché per favorire la capacità d'innovazione. A seconda delle mansioni e del ruolo, il lavoro negli hub di uffici potrà essere alternato a giornate in home office, possibilità in generale molto apprezzata.

Quali strategie applica la Posta per avere successo sul mercato del lavoro? E per quali profili è particolarmente difficile trovare personale?

Il reclutamento per i profili di nicchia e le posizioni senior nei settori IT, digitalizzazione, intelligenza artificiale e sostenibilità non è semplice. In alcune regioni si hanno carenze anche per il personale conducente o per quello addetto al recapito. Per arginare il problema e distinguerci dalla concorrenza puntiamo su una procedura di reclutamento innovativa e semplificata per entrambe le parti, ad esempio ricorrendo a candidature tramite WhatsApp o a un sistema automatizzato di preselezione dei curriculum. Stiamo inoltre testando una procedura di reclutamento orientata al potenziale che mette in primo piano le possibilità di crescita personale e cerchiamo in modo proattivo candidate e candidati idonei.

E naturalmente diamo grande importanza alla formazione professionale: oltre il 60% delle circa 1900 persone che formiamo resta alla Posta dopo il diploma, il che ci permette di acquisire 400 specialisti e specialiste all'anno.

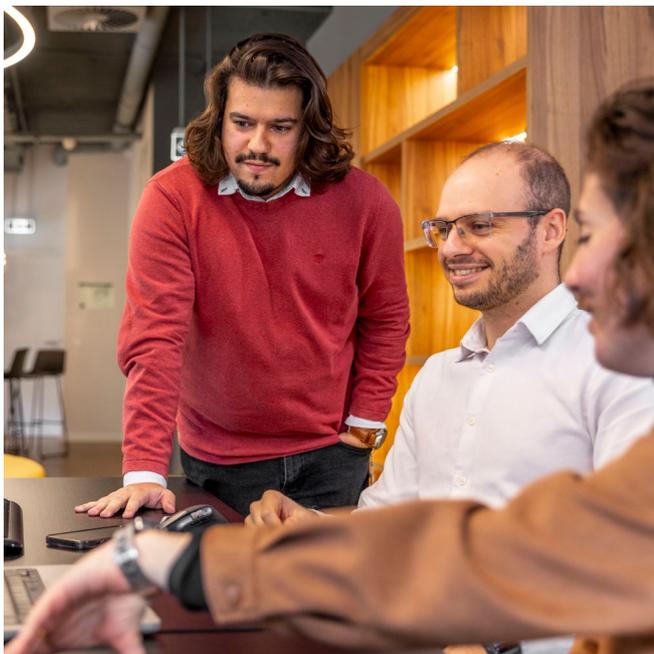
Come fa la Posta a fidelizzare a lungo termine il personale?

Per garantire la propria attrattiva come datore di lavoro, la Posta offre condizioni d'impiego interessanti, prospettive di crescita nonché una solida cultura aziendale e dà importanza alla sostenibilità, tutti parametri che vengono controllati e rivisti regolarmente coinvolgendo anche i nostri partner sociali. Attraverso un employer brand credibile comunichiamo attivamente le nostre caratteristiche chiave come datore di lavoro sia a livello interno che verso l'esterno.



Chi si sente sostenuto mostra più apertura nei confronti delle opportunità offerte dalla digitalizzazione.

Valérie Schelker
Responsabile Personale



Un mondo del lavoro che cambia

Competenze digitali: la chiave del successo

Il cosiddetto «fitness digitale» è una delle competenze più importanti per attuare con successo la strategia «Posta di domani»: per questo al personale viene proposto attivamente un ricco ventaglio di offerte di sviluppo tese ad acquisire competenze digitali.

La digitalizzazione sta cambiando con grande rapidità il mondo del lavoro, anche alla Posta: tecnologie come l'intelligenza artificiale (IA) prendono piede in sempre più unità operative del gruppo, dando vita a nuove possibilità in termini di aumento dell'efficienza e ottimizzazione dei processi nonché a metodi di lavoro inediti. In tale ottica per la Posta è fondamentale coinvolgere in maniera attiva il personale e prepararlo tempestivamente. Per questo nel 2024 ha puntato sul potenziamento mirato delle competenze digitali, ponendo particolare attenzione a garantire l'impiegabilità del personale sul mercato e a portare avanti la trasformazione digitale dell'azienda. «Sosteniamo il personale e lo incoraggiamo a scoprire le opportunità offerte dalla trasformazione digitale e a fornire attivamente il suo contributo», afferma Nadia Eggmann, responsabile Apprendimento e sviluppo. «La cosa più importante è che le collaboratrici e i collaboratori, in linea con il loro ruolo e le loro mansioni, siano in grado di proporre nuove idee ed esempi d'impiego per promuovere innovazioni e miglioramenti nell'azienda, indipendentemente dagli strumenti digitali che utilizzano».

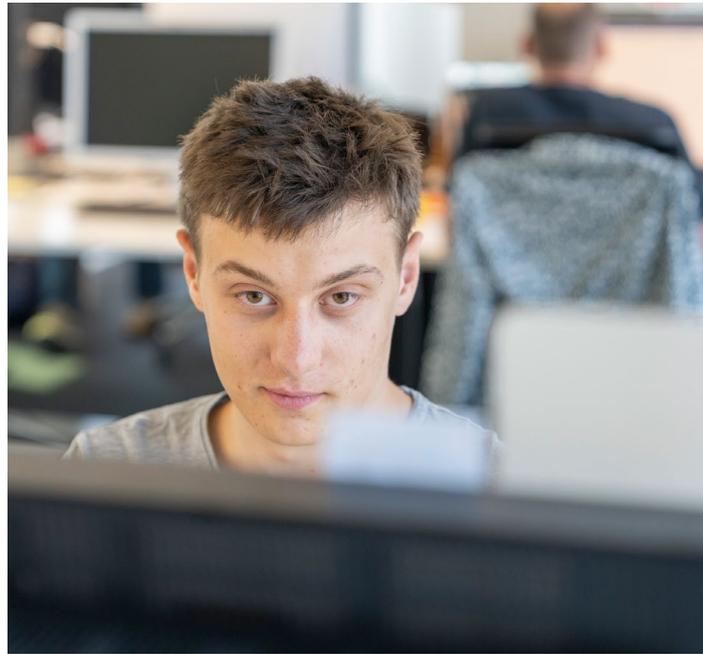


Incoraggiamo il personale a scoprire attivamente le possibilità offerte dalla trasformazione digitale.

————— **Nadia Eggmann**
Responsabile Apprendimento e sviluppo

Ampia gamma di corsi e programmi

La Posta offre un ampio ventaglio di formazioni e programmi incentrati sul perfezionamento digitale: sulla piattaforma didattica Digital Enabling, punto di partenza per tutte le tematiche inerenti a digitalizzazione, automazione, dati e IA, il personale può approfondire le proprie conoscenze con corsi da seguire in autonomia e programmi guidati. Ne sono un esempio le cosiddette «promptathon», maratone guidate in cui si impara a sviluppare istruzioni (in inglese: prompt) per la gestione di sistemi basati sull'IA, con l'obiettivo di creare soluzioni riutilizzabili come modello per attività future. A ciò si aggiunge poi il programma di formazione interno Digital Champion della durata di un anno, che consente di potenziare a 360 gradi le competenze in materia di digitalizzazione e trasformazione digitale, affrontando temi che spaziano da metodi e tecnologie a tool ed etica digitale. Aderendo a una community di apprendimento su Microsoft Copilot, la Posta è stata tra le prime aziende svizzere a testare soluzioni di IA e inoltre partecipa anche alle spese dei corsi di perfezionamento in materia.



Connessione digitale per il personale addetto al recapito e alla spartizione

Dal 2021 la Posta porta avanti l'opera di digitalizzazione a ogni livello aziendale affinché tutto il personale disponga di un collegamento con l'azienda e venga coinvolto attivamente in questa trasformazione. Oltre ad avere un account della Posta sul cellulare aziendale, utilizzato soprattutto per scansionare pacchetti e raccomandate, il personale addetto al recapito ha a disposizione anche il programma Microsoft Teams per chattare e ricevere informazioni operative. Anche nel settore della spartizione, categorie professionali selezionate hanno accesso a internet o a processi HR digitali per svolgere il proprio lavoro quotidiano.

Reclutamento

Candidature più semplici grazie al digitale

Ogni anno la Posta assume circa 4000 persone e riceve quasi 90'000 candidature. Per rendere la gestione dei dossier il più semplice ed efficiente possibile sono state introdotte diverse novità: le persone interessate in futuro potranno inviare le loro candidature sul sito posta.ch tramite il loro account personale di Gmail o LinkedIn oppure senza bisogno di alcuna procedura di autenticazione. Quando si carica il proprio curriculum non è più necessario inserire manualmente i dati personali, perché è il portale della Posta a farlo in automatico. E inoltre, per alcune posizioni si sta testando un sistema di candidatura tramite WhatsApp: in questo caso un tool automatizzato richiede le informazioni principali in modo semplice e veloce, possibilità che dalle prove effettuate sembra essere particolarmente apprezzata dalle persone che non sono abituate a lavorare al computer. Una volta inviata la candidatura tramite l'app di messaggistica istantanea, la Posta invita le persone interessate a un colloquio o a una giornata di orientamento per capire se da entrambe le parti ci sono le basi per una collaborazione.



Per alcune posizioni la Posta sta testando un sistema di candidatura tramite WhatsApp.



Opportunità di carriera

Formazioni professionali varie e promettenti

Terza azienda di formazione della Svizzera, nel 2024 la Posta ha offerto in tutte le regioni linguistiche 772 posti di apprendistato in 19 diverse categorie professionali che spaziano dalla logistica all'informatica, passando per la tecnologia e le professioni commerciali. Per raggiungere giovani talenti si avvale di canali moderni come Snapchat e TikTok, sui quali si presenta come ente formatore attrattivo. Ma il cuore della campagna è rappresentato dalla piattaforma interattiva «Jump in», che con un innovativo formato video fa conoscere da vicino i vari apprendistati offerti dalla Posta.

Occhi puntati sulle professioni ICT

Per contrastare la carenza di personale informatico specializzato, la Posta presta particolare attenzione alle professioni nel settore ICT: ad esempio ha contribuito a ideare il nuovo apprendistato quadriennale come sviluppatrice/sviluppatore business digitale AFC, un'innovativa formazione a cavallo tra tecnica, economia e persone. Ma non solo: le apprendiste e gli apprendisti hanno infatti la possibilità di svolgere la propria formazione di base presso il Campus ICT di Berna, l'officina di talenti della Posta.

Competenze chiave per il futuro professionale

La Posta non dà importanza solo alla formazione specialistica, ma anche alla crescita personale. Le apprendiste e gli apprendisti si assumono fin da subito responsabilità e contribuiscono attivamente a dare forma al proprio ambiente di lavoro, acquisendo così competenze chiave preziose per il loro futuro professionale in un contesto innovativo e beneficiando di ottime opportunità di carriera.

[+ \[posta.ch/it/lavoro/ingresso-nel-mondo-del-lavoro/scolari\]\(https://posta.ch/it/lavoro/ingresso-nel-mondo-del-lavoro/scolari\)](https://posta.ch/it/lavoro/ingresso-nel-mondo-del-lavoro/scolari)

Fatti e cifre

19
categorie professionali

4
ambiti professionali:
logistica, ICT, tecnica,
clienti e ufficio

772
nuovi posti di
apprendistato

1887
persone in formazione
attualmente impiegate
alla Posta

7
settimane di ferie per le
persone in formazione



Responsabilità

È adempiendo alle proprie responsabilità nei confronti dell'economia, della società, del personale e dell'ambiente che la Posta potrà mantenere la propria rilevanza anche in futuro. In materia di clima ed energia ciò si esprime 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, intende raggiungere l'obiettivo delle emissioni nette pari a zero. La Posta attribuisce grande importanza anche alla gestione sicura e affidabile dei dati su internet: per questo ha definito principi e valori di etica digitale che ha comunicato sia all'interno dell'organizzazione sia verso l'esterno. Con il suo sostegno a progetti sociali e culturali offre inoltre un valore aggiunto alla popolazione svizzera, ad esempio attraverso il suo impegno come partner principale dell'associazione Sentieri Svizzeri.

Clima ed energia



La Posta in prima linea per il clima

Come azienda logistica e di trasporti, la Posta può dare un contributo significativo alla tutela climatica promuovendo la mobilità elettrica e la transizione energetica. Nel 2024 la Posta ha applicato numerose misure in materia di sostenibilità, elemento chiave della strategia del gruppo.

→ Pag. 89

Acquisti



Catene di fornitura all'insegna della sostenibilità

I fornitori garantiscono condizioni di lavoro eque e promuovono un uso attento delle risorse? La Posta sostiene le aziende fornitrici socialmente responsabili che perseguono chiari obiettivi di riduzione dei gas serra: «Acquistando beni, servizi e prestazioni di costruzione per quasi 3 miliardi di franchi all'anno, per noi scegliere responsabilmente i fornitori è importantissimo», afferma Stefan Schaffner, responsabile Acquisti. Per gli acquisti di notevole entità a partire da 150'000 franchi vengono pertanto applicati criteri di sostenibilità prestabiliti con una ponderazione pari almeno al 15%.

→ Pag. 91

Etica digitale



Valori e convinzioni per operare nel mondo digitale

La Posta attribuisce grande importanza alla gestione sicura, affidabile e sostenibile dei dati su internet, motivo per cui ha definito principi e valori di etica digitale che vanno al di là dei requisiti normativi come la Legge federale sulla protezione dei dati.

→ Pag. 92



Impegno



Escursioni con la Posta: esperienze indimenticabili per tutta la famiglia

In qualità di partner principale di Sentieri Svizzeri, la Posta offre consigli utili e innumerevoli proposte di gite. E ora ai simpatici compagni di escursioni si è aggiunta anche la lepre bianca Sophie, che aiuta nella scelta di itinerari invernali a misura di famiglia.

→ Pag. 93



175 anni della Posta



L'anniversario al Museo della comunicazione

Nel 2024 la Posta ha compiuto 175 anni, anniversario che anche al Museo della comunicazione è stato celebrato con un ricco programma di eventi. Particolare successo hanno riscosso le visite guidate interattive dedicate al passato, al presente e al futuro della Posta.

→ Pag. 95



Clima ed energia

La Posta in prima linea per il clima

La Posta persegue il suo ambizioso obiettivo climatico ed energetico in maniera sistematica, ad esempio puntando sul potenziamento della mobilità elettrica e sul passaggio alle energie rinnovabili e ponendo l’attenzione sulla sostenibilità, elemento centrale della strategia del gruppo «Posta di domani».

Come una delle aziende logistiche e di trasporto più grandi della Svizzera, la Posta può contribuire attivamente alla tutela del clima in molteplici modi, ma soprattutto riducendo le proprie emissioni di gas serra e aumentando l’efficienza energetica. «Stabilire obiettivi climatici ambiziosi funziona e ci motiva a fare di più», afferma Christian Plüss, delegato della Direzione del gruppo per la Corporate Responsibility. Entro il 2030 la Posta mira a raggiungere la neutralità climatica nelle attività proprie e dal 2040 punta all’azzeramento delle emissioni nette lungo la catena di creazione del valore. L’obiettivo climatico prefissato per la Posta e per PostFinance è stato approvato dalla Science Based Targets initiative (SBTi): delle 9000 aziende di tutto il mondo che hanno ricevuto finora tale convalida, solo nove imprese svizzere hanno ottenuto il via libera all’obiettivo del net zero entro il 2040, e la Posta è una delle maggiori.

In rotta verso l’obiettivo

Per tagliare il suo ambizioso traguardo, la Posta ha messo a punto un ampio ventaglio di provvedimenti e anche nel 2024 ha attuato numerose misure. Ecco alcuni esempi.

Elettificazione della flotta

L’elettificazione è una leva importante per raggiungere l’obiettivo: con circa 7300 veicoli, la Posta possiede la flotta elettrica più grande della Svizzera; nelle città di Zurigo, Berna, Basilea e Ginevra lettere e pacchi vengono già recapitati con veicoli elettrici, modalità di consegna che dal 2025 verrà adottata in tutti i centri urbani. L’obiettivo è convertire all’elettrico l’intero parco dei veicoli per le consegne entro il 2030. Anche per i mezzi pesanti si punta su alternative ecologiche: già oggi sulle strade svizzere circolano camion con propulsione elettrica e a idrogeno e già nel 2035 la flotta di AutoPostale sarà composta esclusivamente da veicoli elettrici, cinque anni prima rispetto al previsto. Per queste categorie di veicoli, le due principali sfide legate all’elettificazione sono rappresentate dai costi d’acquisto più alti rispetto a quelli per gli automezzi alimentati a diesel e dallo sviluppo



Stabilire obiettivi climatici ambiziosi funziona e ci motiva a fare di più.

Christian Plüss
Delegato della Direzione del gruppo per la sostenibilità

dell'infrastruttura energetica e di ricarica. Per raggiungere l'ambizioso obiettivo prefissato per AutoPostale servono cofinanziamenti da parte dei committenti dei servizi di trasporto persone nonché condizioni quadro normative adeguate.

Transizione energetica

La Posta copre il 100% del proprio fabbisogno energetico con fonti di energia rinnovabili svizzere. Per alimentare i suoi veicoli elettrici e i punti di accesso viene utilizzata esclusivamente energia ecologica certificata «naturemade star». Al momento presso 52 sedi sono installati impianti fotovoltaici che producono circa 7,5 gigawattora di energia solare. Visto il crescente fabbisogno dovuto all'elettrificazione del parco veicoli, entro il 2030 la Posta intende portare la capacità installata a 30 megawatt di picco e in parallelo riscaldare l'80% degli edifici senza ricorrere a combustibili fossili.

PostFinance: decarbonizzazione degli investimenti propri

Per quanto riguarda gli investimenti propri, entro il 2030 PostFinance intende ridurre le emissioni di almeno il 25% rispetto al 2021, mentre per le obbligazioni corporate si assicura che circa la metà di tutte le controparti finanziate persegua un proprio obiettivo climatico convalidato. Inoltre, si impegna a non investire in aziende che generano più del 30% del loro fatturato da attività legate al carbone. Nel suo Rapporto di sostenibilità 2024, PostFinance pubblica per la prima volta il piano di transizione per raggiungere questi obiettivi.

Rimozione e stoccaggio del CO₂

Per poter sottrarre le emissioni residue inevitabili dall'atmosfera e immagazzinarle a lungo termine a partire dal 2030, la Posta sta elaborando un portafoglio di misure volte alla rimozione e allo stoccaggio del CO₂ che include metodi naturali come la gestione forestale sostenibile. «Guardiamo oltre il nostro orizzonte impegnandoci per la tutela del clima anche al di fuori della nostra catena di creazione del valore», così Christian Plüss spiega le motivazioni della Posta. Nell'ambito di un progetto pilota in cooperazione con il dipartimento di Scienze agrarie, forestali e alimentari (HAFL) della scuola universitaria professionale di Berna, la Posta gestisce la foresta di Zillbach, nel Land tedesco della Turingia, nella quale viene immagazzinato CO₂ a lungo termine promuovendo al contempo la biodiversità. Le sfide principali di tale iniziativa sono costituite dai costi elevati e dall'accesso limitato a tecnologie collaudate per la rimozione duratura e progressiva del carbonio.

Acquisti

Catene di fornitura all'insegna della sostenibilità

I fornitori garantiscono condizioni di lavoro eque e promuovono un uso attento delle risorse? La Posta sostiene le aziende fornitrici socialmente responsabili che perseguono chiari obiettivi di riduzione dei gas serra: «Acquistando beni, servizi e prestazioni di costruzione per quasi 3 miliardi di franchi all'anno, per noi scegliere responsabilmente i fornitori è importantissimo», afferma Stefan Schaffner, responsabile Acquisti. Per gli acquisti di notevole entità a partire da 150'000 franchi vengono pertanto applicati criteri di sostenibilità prestabiliti con una ponderazione pari almeno al 15%.

Il Codice di condotta per i fornitori ai fini dell'attuazione di acquisti responsabili stabilisce le basi della collaborazione con i partner, che accettandolo si impegnano tra le altre cose a rispettare i diritti umani, corrispondere salari equi, vietare il lavoro minorile e tutelare l'ambiente e il clima lungo le catene di fornitura. Eventuali violazioni di tale codice possono essere segnalate in modo anonimo all'apposito ufficio PostaCoraggio.



Acquistando beni, servizi e prestazioni di costruzione per quasi 3 miliardi di franchi all'anno, per la Posta scegliere responsabilmente i fornitori è importantissimo.

Stefan Schaffner
Responsabile Acquisti

Etica digitale

Valori e convinzioni per operare nel mondo digitale

Con le sue soluzioni la Posta accompagna la Svizzera nel futuro digitale ed è una partner affidabile in questo percorso. Oltre a una protezione dei dati a norma di legge, ciò richiede soprattutto valori e convinzioni su cui basare il proprio operato nel mondo digitale: la Posta attribuisce infatti grande importanza alla gestione sicura, affidabile e sostenibile dei dati in rete, motivo per cui ha definito principi e valori di etica digitale che vanno al di là dei requisiti normativi, come la Legge federale sulla protezione dei dati. Nel campo dell'intelligenza artificiale, ambito per cui la Svizzera non dispone ancora di regolamentazioni specifiche, fornisce un contributo fondamentale alla gestione affidabile delle nuove tecnologie.

I valori della Posta: un punto di riferimento

Nel 2024 la Posta ha redatto una Guida etica digitale e l'ha resa nota sia internamente sia esternamente per assicurarsi che nello sviluppare nuovi servizi e offerte il personale tenga sempre presenti i principi chiave del gruppo in materia di etica digitale, ispirati all'Ethics by Design. Elementi centrali di quest'approccio sono la trasparenza e la verificabilità nel trattamento dei dati della clientela e la possibilità per quest'ultima di decidere in merito alla loro gestione.

Collaborazioni con scuole universitarie

Per radicare maggiormente il tema dell'etica digitale nella società e nell'economia, la Posta partecipa a community e collabora con varie scuole universitarie, intervenendo a conferenze, presentando relazioni sul tema e sostenendo tesi di master. Inoltre, aderisce al progetto «Swiss Digital Ethics Compass», patrocinato dall'agenzia svizzera di promozione dell'innovazione Innosuisse, che si pone l'obiettivo di trattare questioni etiche attraverso vari casi d'impiego.



La Posta ha redatto una Guida etica digitale e l'ha resa nota sia all'interno che all'esterno.



Impegno

Escursioni con la Posta: esperienze indimenticabili per tutta la famiglia

In qualità di partner principale di Sentieri Svizzeri, la Posta offre consigli utili e innumerevoli proposte di gite. E ora ai simpatici compagni di escursioni si è aggiunta anche la lepre bianca Sophie, che aiuta nella scelta di itinerari invernali a misura di famiglia.

Ogni anno la Posta pubblica cartine escursionistiche con nuovi itinerari che permettono di trovare la gita perfetta sugli oltre 65'000 chilometri di sentieri della Svizzera. Nella rubrica «Tipi di escursione» è disponibile un'utile classificazione degli itinerari attraverso simpatiche guide animali, come la pigra marmotta Emma o l'intrepido stambecco Hans, che aiutano a scegliere percorsi a misura di bambino e per tutti i gusti.

Proposte di escursioni per l'inverno

L'ultima arrivata è la lepre bianca Sophie, che invita a scoprire bellissimi paesaggi innevati, anche con le ciaspole. Le famiglie hanno così a disposizione numerose proposte di escursioni invernali adatte sia a principianti che a persone allenate: un itinerario semplice è ad esempio la passeggiata da La Brévine al Mont Châteleu, che sale senza tratti ripidi attraverso pittoreschi boschi di abeti e regala viste mozzafiato. Un'altra gita da non perdere è la ciaspolata da Kiental al Tschingelsee lungo un sentiero soleggiato attraverso boschi silenziosi con panorami strepitosi sul gruppo del Blüemlisalp. Queste sono solo due delle innumerevoli possibilità proposte dalla Posta dal 2017 in collaborazione con Sentieri Svizzeri.

Il premio della Posta ora anche per i sentieri escursionistici invernali

Nell'ambito della partnership con l'associazione Sentieri Svizzeri, dal 2018 la Posta conferisce regolarmente un premio per progetti di sentieri escursionistici a misura di famiglia, che sarebbero impossibili da realizzare senza un sostegno economico. I progetti selezionati si distinguono per l'interesse paesaggistico, la raggiungibilità con i mezzi pubblici e il profilo adatto a tutta la famiglia. «Scopo dell'iniziativa è incentivare il continuo miglioramento della qualità dei percorsi invernali segnalati», afferma Melanie Schmid, responsabile Live Communications. «Inoltre, vogliamo anche far conoscere

gli enti promotori che si impegnano in tal senso e aiutarli a trovare ulteriori sponsor e a raccogliere donazioni, in modo che le persone che amano camminare abbiano a disposizione sempre più itinerari sicuri e interessanti anche in inverno». Il premio della Posta per progetti di sentieri per escursioni invernali è stato lanciato nel 2024 e verrà assegnato per la prima volta nel 2025.

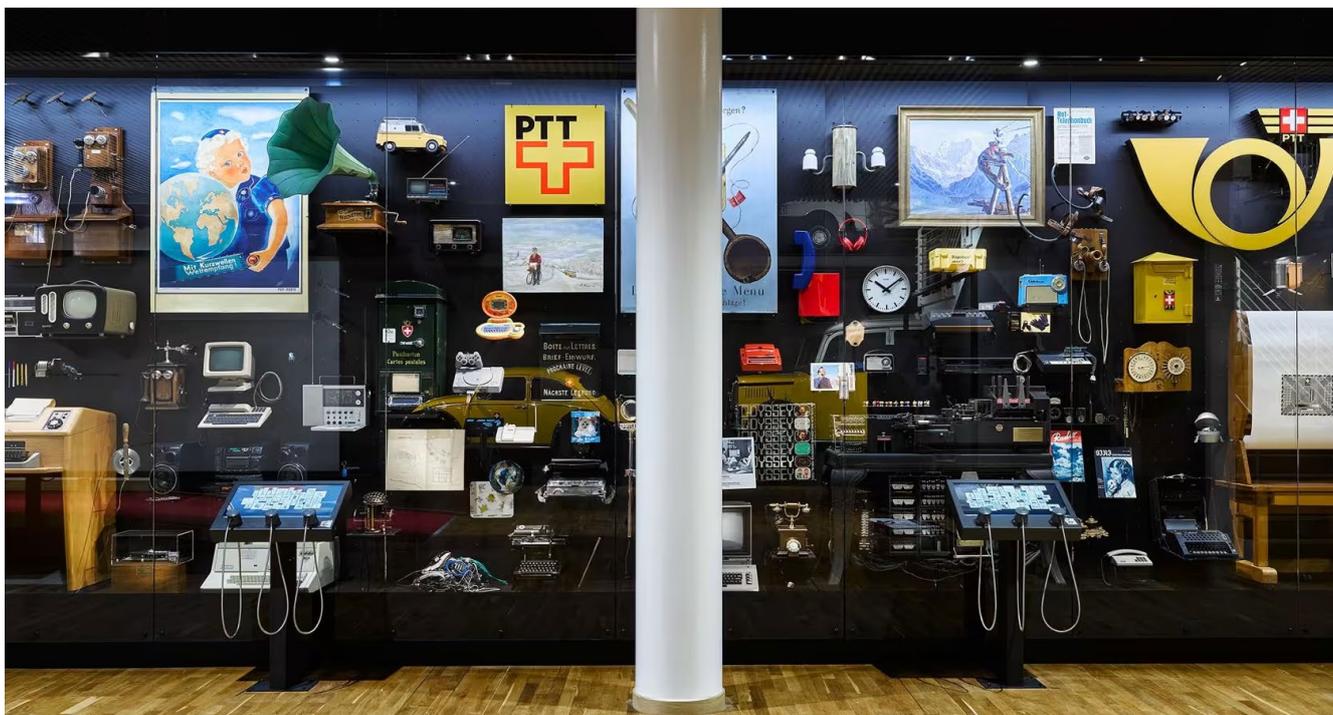
Impegno su molteplici fronti

In collaborazione con l'associazione Sentieri Svizzeri e organizzazioni escursionistiche cantonali selezionate, viene offerta alle collaboratrici e ai collaboratori che desiderano rimboccarsi le maniche la possibilità di prestare per un giorno il loro lavoro a favore di Sentieri Svizzeri: sotto la guida di esperti, le volontarie e i volontari eseguono semplici lavori di manutenzione dei sentieri in zone non pericolose, come riparare gradini o ripristinare canali di scolo. E per finire, la Posta sostiene anche diversi eventi legati al mondo dell'escursionismo come «Coop Escursioni in Famiglia» con storie e indovinelli o ancora la «Notte escursionistica svizzera».

L'escursione inizia con l'autopostale

Le famiglie amanti delle escursioni non devono preoccuparsi nemmeno di come recarsi al punto di partenza: tutte le mete proposte sono infatti comodamente raggiungibili con l'autopostale. E anche chi non ha voglia di fare una camminata può comunque godersi paesaggi naturali spettacolari: una gita in autopostale sugli imponenti passi alpini svizzeri tra ghiacciai impressionanti, laghi di montagna cristallini, ripide valli e paesini idilliaci è sempre un'esperienza meravigliosa.

- + Il nostro impegno per la Svizzera: post.ch/it/chi-siamo/responsabilita/impegno-per-la-svizzera
- + Il nostro impegno sociale: post.ch/it/chi-siamo/responsabilita/impegno-sociale
- + Il nostro impegno nel settore economico: post.ch/it/chi-siamo/responsabilita/sponsoring-nel-settore-economico



175 anni della Posta

L'anniversario al Museo della comunicazione

Nel 2024 la Posta ha compiuto 175 anni, anniversario che anche al Museo della comunicazione (MfK) di Berna è stato celebrato con un ricco programma di eventi. L'esposizione permanente organizzata per l'occasione ha portato visitatori e visitatrici alla scoperta della lunga storia dell'azienda, mostrando efficacemente come la Posta unisce le persone ed è il motore di una Svizzera moderna, dai tempi della prima carrozza postale agli odierni servizi digitali all'avanguardia.

Un tuffo interattivo nella storia

Uno degli eventi più riusciti per l'anniversario sono state le esclusive visite guidate interattive, che hanno permesso al pubblico di scoprire aneddoti divertenti e tante curiosità sul passato, il presente e il futuro della Posta raccontati direttamente dallo staff del Museo della comunicazione. Grande successo hanno riscosso anche le giornate per le famiglie, nelle quali il museo si è trasformato in un teatro di divertenti avventure tra nostalgici giri a bordo di autopostali d'epoca, visite guidate ricche di aneddoti interessanti e un simulatore DXP per cimentarsi nel recapito in sella a uno scooter elettrico. E anche per le visitatrici e i visitatori in erba sono state organizzate tante attività, come un gonfiabile a forma di autopostale, un photo booth e un gioco dell'oca XXL.

Il Museo della comunicazione (MfK) è l'unico museo in Svizzera dedicato alla comunicazione e alla sua evoluzione nel tempo ed espone migliaia di oggetti che raccontano la storia della Posta, partner della fondazione del museo. Oltre a tantissime esperienze interattive, qui si può ammirare anche una delle più grandi collezioni al mondo di francobolli.

[+ 175 anni della Posta \(PDF\)](#)

Informazioni sul rendiconto

Struttura dei documenti

Il rendiconto 2024 della Posta comprende i seguenti documenti:

- La Posta Svizzera SA
 - Rapporto annuale 2024
 - Rapporto finanziario 2024 (relazione annuale, Corporate Governance e chiusure annuali del gruppo, de La Posta Svizzera SA e di PostFinance SA)
 - Rapporto di sostenibilità 2024
- PostFinance SA
 - Rapporto di gestione 2024
 - Rapporto di sostenibilità 2024
 - Pubblicazione dei fondi propri derivante dalla rilevanza sistemica al 31 dicembre 2024
 - Pubblicazione dei fondi propri al 31 dicembre 2024

Questi documenti possono essere scaricati in formato elettronico all'indirizzo

→ rapportodigestione.posta.ch/downloads e → postfinance.ch/rapporto.

Lingue

Il Rapporto annuale, il Rapporto finanziario e il Rapporto di sostenibilità della Posta sono pubblicati in tedesco, inglese, francese e italiano. Fa fede la versione in lingua tedesca.

Colophon

Editrice e ufficio di contatto

La Posta Svizzera SA
Wankdorfallee 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

Viviane Stehli, Comunicazione Posta, Berna
Dr. Andreas Sturm, phorbis Communications SA, Basilea

Testi

Comunicazione Posta, Finanze Posta, Berna
Sandra Schindler e Mareike Fischer, Klarkom AG, Berna

Fotografie

La Posta Svizzera SA, Paolo Dutto, Zurigo,
pagine 88 e 95: Museo della comunicazione / Beat Schweizer

Layout e composizione

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

Revisione e traduzioni

Comunicazione Posta, Berna

