



*Barbara Frey*

## Des cars postaux propres en ordre

Page 22

**LA POSTE** 

Stratégie 2014-2016 – la Poste en route vers l’avenir. Page 10

Braquages – comment protéger les personnes et les biens. Page 5



## *La stratégie nous montre la voie du succès*

La stratégie du groupe définie cette année indique la voie à suivre pour un avenir couronné de succès. Elle montre comment la Poste souhaite développer son activité de base et évoluer dans de nouveaux secteurs. Notre société et notre environnement de travail de plus en plus numérisés ont, sans surprise, un rôle primordial dans cette stratégie. En fin de compte, c'est le client qui décide s'il souhaite utiliser les offres et les prestations de la Poste sous forme physique ou électronique. La Poste doit donc tenir compte de cette évolution dans tous ses marchés. A l'avenir aussi.

La stratégie 2014–2016 constitue le dossier de ce numéro. Quelles sont les différences par rapport à la dernière période stratégique? L'orientation systématique vers les différents marchés de la Poste se poursuit. Ce qui change, c'est que la Poste renforce désormais la collaboration à l'échelle du groupe, inscrit cette collaboration dans sa stratégie et la met en œuvre, par exemple au niveau du commerce en ligne. L'évolution de l'activité à la fois orientée sur les marchés et effectuée à l'échelle du groupe sera décisive pour la réussite de la Poste à l'avenir.

Le journal du personnel évolue lui aussi. Nous avons en effet modernisé la mise en page. Les actualités ont désormais plus de place, tout comme les images grand format et les infographies. Par ailleurs, la dernière page met en avant le développement durable, un thème d'une grande importance stratégique pour la Poste.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'A. Guler'.

*Andreas Guler,  
responsable Communication interne et Publications du groupe*



## 10 *Stratégie du groupe 2014–2016*

Susanne Ruoff et les autres membres de la direction du groupe présentent les objectifs de la Poste et les moyens de les atteindre.



## 22 *Cars postaux propres en ordre*

La classe jaune, ce sont des véhicules impeccables. Reportage et grand nettoyage au garage d'Aeschi.

### Actualités

#### 5 *Le fléau des braquages*

Comment compliquer l'accès à l'argent pour dissuader les braqueurs? Détails sur les mesures mises en place par PV.

#### 6 *La simplicité plaît aux clients*

Sylvie Meyer, responsable de l'unité Distribution de PostFinance, veut surprendre positivement les clients. Entretien.

#### 9 *Durabilité*

S'engager en faveur de l'environnement et de la société fait partie de la culture de la Poste. Mais que font ses collaborateurs à titre privé?

### Dialogue

#### 16 *Le timbre-poste a-t-il un avenir?*

Sebastian Ingold livre ses réflexions sur les timbres-poste à l'heure de l'informatique.

### Les gens

#### 20 *Samaritain au sang jaune*

Gérard Heller est samaritain par vocation et par passion. Portrait.

#### 25 *La Poste des VIP*

Andreas Caminada, cuisinier aux 3 étoiles Michelin et aux 19 points Gault-Millau, connaît le sourire de son facteur, mais pas encore son nom.

# En bref

## Changement au Conseil d'administration

Nicola Thibaudeau a quitté le Conseil d'administration (CA) de La Poste Suisse à fin 2013. A l'avenir, elle entend se consacrer davantage à sa fonction de CEO de MPS Micro Precision Systems SA. Le CA la remercie pour son engagement.



## Nouveau prestataire logistique pour l'habillement

Le Centre suisse de distribution (CSD) SA à Entlebuch est le nouveau prestataire logistique pour le stockage, l'expédition, l'échange et l'essayage des tenues postales. Le CSD a été choisi par l'unité Achats du groupe sur base d'un appel d'offres. L'actuel centre logistique de Berne sera fermé dès le 30.5.2014. Les commandes de tenues postales 2014 seront encore traitées par le prestataire actuel PostLogistics. L'envoi des bons de commande commencera plus tôt, mais se terminera le 25 avril. Le dernier envoi d'habits sera effectué le 30 mai. Ensuite, le stock entier sera transféré à Entlebuch, ce qui entraînera une suspension des livraisons durant quatre semaines. Dès le 1<sup>er</sup> juillet, le nouveau prestataire se chargera de toutes les opérations. L'unité Achats du groupe reste responsable de l'assortiment, de l'achat et du service à la clientèle concernant les tenues postales.



## Lanterne magique à prix réduit

Dans le cadre de son engagement en faveur du cinéma, la Poste est partenaire de La Lanterne Magique. Ce club initie les enfants âgés de six à douze ans au monde du 7<sup>e</sup> art, et ce dans une vraie salle de cinéma. La Poste offre à ses collaborateurs la possibilité d'acheter au prix promotionnel de CHF. 20.- la carte de membre (au lieu de CHF 30.-) pour les 6 projections se déroulant de janvier à juin 2014.



Inscriptions:  
[lantern-files.org/LAPOSTE](http://lantern-files.org/LAPOSTE)



## Record de lettres pour le Père Noël

Comme tous les ans, le Père Noël a pu compter sur le soutien de la Poste: les six personnes de l'équipe de Chiasso ont aidé ce dernier à répondre à 18 386 lettres d'enfants (contre 17 149 l'année dernière). Plus de 96% des lettres d'enfants ont reçu une réponse, assortie d'un petit cadeau.

## Merci CarPostal!

Dans le cadre de l'action étalée sur quatre jours «Avec CarPostal au Musée des transports», quelque 1000 écoliers du Jura, du Tessin et de Suisse allemande ont visité, en novembre, le Musée suisse des transports à Lucerne. Ils étaient tous ravis. Preuve en est les nombreux dessins et lettres de remerciement reçus par Daniel Landolf, responsable CarPostal.



## «Diversity Index»: la Poste dans la moyenne

Pour déterminer l'indice de diversité, 56 entreprises ont été questionnées sur leur vécu de la diversité. La Poste a été classée au 18<sup>e</sup> rang. «Elle s'est particulièrement illustrée sur le thème de la santé – qui comprend aussi les situations de handicap –, relève le Prof. Dr Sita Mazumder, de la Haute école de Lucerne. Les autres critères portaient sur la nationalité, l'âge, le management, les genres et la religion.» Cet indice de diversité permet à la Poste d'apprendre des autres entreprises. Ce projet a été lancé pour la première fois en 2013 par la Haute école de Lucerne (Economie), avec le soutien de la Confédération.



Plus d'informations online:  
[diversity-index.ch](http://diversity-index.ch), [vielfalt@post.ch](mailto:vielfalt@post.ch),  
Intranet: Personnel > Gestion de la diversité

# 17 000 000

C'est un nouveau record. La Poste a traité quelque 17 millions de colis du 1<sup>er</sup> au 24 décembre 2013. Pendant la semaine précédant Noël, près d'un million de colis et jusqu'à 20 millions de lettres sont passés chaque jour par les centres de tri.



# Eviter les braquages

Entre octobre et décembre 2013, sept offices de poste ont été braqués. PV prend des mesures pour protéger collaborateurs et argent.

Texte: Corinne Wirth / Photo: Keystone



Globalement, le nombre de braquages en 2013 suit la moyenne des 12 dernières années.

Au cours des derniers mois, les annonces concernant des cambriolages, vols ou braquages n'ont cessé d'augmenter. En 2013, douze offices de poste ont été braqués, dont sept entre octobre et décembre. Simon Biesuz, responsable Sécurité à Réseau postal et vente, relativise: «Le nombre de braquages d'offices de poste n'est pas plus important qu'avant.» C'est plutôt la localisation géographique des méfaits qui a changé lors des derniers mois: les incidents se sont en effet déplacés de la Romandie vers la Suisse alémanique. Le nombre de braquages commis en 2013 serait conforme à la moyenne observée pendant les douze dernières années.

## L'argent sécurisé entraîne la sécurité

Les auteurs de cambriolages opèrent selon des critères économiques. Ils veulent réaliser un maximum de «bénéfices» sans fournir trop d'efforts. C'est précisément ce que veut empêcher PV. «En compliquant au maximum l'accès à l'argent pour les voleurs, nous protégeons nos collaborateurs», souligne Simon Biesuz, «car c'est seulement dès lors que l'argent est sécurisé que nous ne représentons plus une cible attrayante et que notre personnel est protégé efficacement.» Pour empêcher les cambrioleurs d'accéder à l'argent, Réseau postal et vente investit du temps et des fonds dans

la prévention et la communication. Les manuels de sécurité sont régulièrement remaniés et actualisés, et les collaborateurs sont informés en permanence des nouveaux développements et mesures. Dans cinquante offices de poste, les entrées de service ont été déplacées dans des zones mieux illuminées et plus animées. Cinquante-cinq formations ont été dispensées au cours des deux dernières années et cinq formations spéciales ont été proposées dans le secteur proche des frontières couvrant Genève, Neuchâtel et le Jura. Par la suite, les avoirs en caisse ont été réduits, l'intervalle d'évacuation des fonds augmenté et des minuteurs installés dans les coffres-forts. Le nouveau concept de guichet ouvert est également tout à fait conforme au concept de sécurité. Les guichets sont équipés d'un *SecureCube*. Celui-ci «avale» l'argent, sans possibilité de retrait. Si le *SecureCube* est ouvert violemment ou retiré, l'argent qui s'y trouve est automatiquement coloré et donc rendu inutilisable. Une solution très dissuasive pour les voleurs. ■

## Aide aux victimes

*Un vol à main armée est un événement extrêmement dramatique susceptible de traumatiser durablement les victimes. Le Service social Poste s'occupe des personnes concernées et les aide à surmonter ce qu'ils ont vécu pour retrouver une vie normale le plus rapidement possible. Des groupes de discussion sont également organisés pour encourager l'échange et le soutien mutuel.*



**Plus d'informations sur Intranet:**

Portail RH > Contacts > Service social

Soutien en cas de crise psychologique: 0848 20 30 20



Sylvie Meyer, responsable de l'unité Distribution chez PostFinance est persuadée que «les paiements et l'épargne constitueront toujours l'activité principale de PF dans cinq ans».

# «Les clients veulent des prestations simples»

*Sylvie Meyer dirige l'unité Distribution chez PostFinance. Elle insiste sur l'augmentation de l'efficacité et sur les bonnes surprises faites au client.*

Texte: Renate Schoch / Photo: Rolf Siegenthaler

## Sylvie Meyer, quelles sont les tâches de l'unité Distribution chez PostFinance?

Nous conseillons près de trois millions de clients sur différents points de contact: PostFinance conseille les clients privés dans 45 filiales; nous rendons visite à nos clients commerciaux dans leur entreprise; et dans notre Contact Center, nous sommes atteignables 24h/24 et 7 jours sur 7. Notre personnel sur le terrain est soutenu par la gestion de la distribution. Au total, PF3 compte 1436 collaborateurs.

## Sur quels aspects mettez-vous l'accent ces prochains mois?

Nous observerons les évolutions du marché et examinerons si nos choix sont pertinents. A cet égard, l'efficacité et le professionnalisme sont importants pour moi. Ainsi par exemple, ce n'est pas le nombre de clients qu'un conseiller a dans son portefeuille qui est décisif, mais le fait que ce soient les bons clients. Nos clients s'attendent à ce que leurs demandes soient traitées de manière compétente dans le Contact Center, sans être redirigés plus loin. Dans ce

domaine, nous sommes déjà très bons. Pourtant, il importe pour moi que les collaborateurs continuent à développer leur savoir, avant tout dans les domaines *online*, *mobile* ainsi que pour ce qui touche aux prescriptions légales. Le but d'un contact est d'étonner positivement le client. Cela signifie que nous devons dépasser leurs attentes.

## Comment la Distribution collabore-t-elle avec Réseau postal et vente?

Les offices de poste sont un partenaire essentiel pour nous, car 80% des comptes y sont ouverts. Une minorité de clients font la différence entre PostFinance et la Poste. Ils apprécient tout particulièrement la forte identité et la présence de la Poste partout en Suisse. En outre, les collaborateurs des offices de poste fixent directement des rendez-vous pour des conseils dans nos filiales, ce qui est primordial pour nous.

## Qu'attendent les clients de PostFinance pour les cinq ans à venir?

Les paiements et l'épargne constitueront toujours notre activité principale dans cinq ans. Mais les clients vont régler leurs paiements en dépendant de moins en moins du lieu et du temps, et ainsi profiter des derniers médias. Pour faire face à ces défis, nous devons rester mobiles, avoir de bonnes idées et les mettre en place, de sorte que les clients puissent les utiliser de manière autonome. La tendance aux prestations simples, qui facilitent pour les clients l'administration de leurs finances, se poursuit. Les clients commerciaux s'attendent de plus en plus à avoir toutes les prestations d'un seul tenant. Dans la collaboration entre la logistique et les prestations financières, je vois donc un grand potentiel.

## En tant que cliente, quelle est votre expérience de la Poste?

L'amabilité et l'engagement des collaborateurs sont exemplaires! Cela m'impressionne aussi de voir comment la Poste fait face aux défis de la numérisation. Elle se montre flexible et innovante. Comme je travaille toute la journée, je me réjouis de pouvoir, par exemple, retirer des colis à un endroit prédéfini par moi, ou déposer une lettre dans une agence. Le timbre par SMS m'a aussi enthousiasmée. ■

## Qui est Sylvie Meyer?

Sylvie Meyer dirige depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2013 l'unité Distribution chez PostFinance et est membre de la direction. Elle a étudié la linguistique à l'Université de Nantes, a continué sa formation dans la gestion d'entreprise et a terminé en 2004 son EMBA à la HEG de Fribourg. Elle a travaillé en Allemagne et en Suisse dans différentes entreprises de distribution. Depuis cinq ans, elle est chez PostFinance, où elle a en dernier lieu dirigé les 670 personnes du Contact Center.

# Votez pour le sujet du timbre «SwissSkills Berne 2014»

En septembre 2014, le Championnat Suisse des Métiers se déroulera pour la première fois sur un seul site. Près de 1000 jeunes professionnels de l'artisanat, de l'industrie et des services vont démontrer leur savoir-faire à Berne. La Poste honorera cet événement en émettant un timbre spécial.

Texte: Carina Ammon



A l'occasion de «SwissSkills Berne 2014», le Championnat Suisse des Métiers aura lieu pour la première fois sur un seul et même site du 17 au 21 septembre 2014. Plus de 50 associations professionnelles y participeront avec leurs jeunes talents. Quelque 1000 jeunes professionnels de l'artisanat, de l'industrie et des services vont y démontrer leur savoir-faire dans près de 130 métiers. Il fallait marquer ça par un timbre-poste! Onze des associations professionnelles participant à cette grande manifestation ont donc relevé un défi tout particulier: avec le concours de jeunes créateurs, elles ont conçu un timbre mettant en

scène les *skills* de leur catégorie professionnelle.

Mais, seul un timbre collera: nous sommes à la recherche du sujet qui l'ornera. Votez d'ici au 15 février 2014 sur [www.poste.ch/swisskills](http://www.poste.ch/swisskills) et choisissez votre timbre-poste favori parmi les onze sujets proposés. Des informations passionnantes et des reportages sur le *making-of* des projets, ainsi que des prix alléchants vous attendent.



**Votez pour votre favori:**  
[poste.ch/swisskills](http://poste.ch/swisskills)

## Postidea



## Enveloppes recyclées

La meilleure idée du mois a été envoyée par Yvonne Burkard de PV. Un mois durant, elle conduira la Smart Postidea.

Chaque bureau philatélique vend des enveloppes isolées correspondant aux sujets des timbres spéciaux. Après la période de vente, les enveloppes inutilisées étaient jusqu'ici radiées et détruites. Grâce à l'idée d'Yvonne Burkard, plusieurs milliers d'enveloppes par trimestre ne seront maintenant plus jetées, mais utilisées comme matériau d'emballage dans les offices de poste. Economie: 6000 francs. ■



**Découvrez la vidéo:**  
[poste.ch/journal-online](http://poste.ch/journal-online)

# Un cours de perfectionnement vient toujours à point!

Texte: Lea Freiburghaus

Si vous avez pris la bonne résolution de suivre un cours de perfectionnement cette année, plongez-vous dans la brochure de l'unité Perfectionnement et didacticiels (P22). Cette année, l'offre a encore été étoffée. Les personnes désirant étendre leurs compétences individuelles trouveront, outre les cursus éprouvés, de nouveaux modules pour améliorer leur organisation. Les personnes assumant une charge de direction auront aussi la possibilité de suivre de nouvelles formations: business-plan, la Poste comme SA, compé-

tences interculturelles, etc. Si votre équipe ou votre organisation devait être confrontée à des évolutions ou à des changements importants dans le courant de l'année, P22 se fera un plaisir de vous proposer des solutions de formation sur mesure. Inscrivez-vous sans tarder! ■



### Brochure sur Intranet:

Portail RH > Formation et perfectionnement > Offres du groupe

Contact: [perfectionnement@poste.ch](mailto:perfectionnement@poste.ch)

Tél. 058 338 77 11

Inscriptions via LMS

### Perfectionnement et didacticiels

Le Centre de compétences P22 est le spécialiste du développement des individus, des cadres et des organisations ainsi que des nouveaux didacticiels. Il organise chaque année 300 séminaires et accompagne les changements et les évolutions en tout genre. Depuis la réorganisation achevée l'an dernier, P22 s'oriente systématiquement sur les exigences stratégiques définies par le groupe.

## Voilà! PERSONNEL

Top-offres selon stock disponible!



**899.-**  
~~1199.-~~

**SONY**

TV 42" LED KDL-42W805A, 400 Hz

Art. 654775  
[postshop.ch/personnel](http://postshop.ch/personnel)



**649.-**  
~~799.-~~

**SONY**

TV 46" LED KDL-46R470A, 100 Hz

Art. 654774  
[postshop.ch/personnel](http://postshop.ch/personnel)



**1399.-**

~~1699.-~~

1) TV 46" LED  
KDL-46W905A, 800 Hz

**1799.-**

~~2199.-~~

2) TV 55" LED  
KDL-55W905A, 800 Hz

**SONY**

TV LED KDL-46W905A, 800 Hz

Art. 1) 654776, 2) 654777  
[postshop.ch/personnel](http://postshop.ch/personnel)

Tous les prix s'entendent en CHF, TVA et TAR incluses. Dans la limite des stocks disponibles. Sous réserve d'erreurs. Veuillez présenter votre carte du personnel. Offres valables du .20.1 au 16.2.2014.

Profitez de la remise attrayante pour le personnel!



Commande au guichet  
[postshop.ch/personnel](http://postshop.ch/personnel)

**LA POSTE**



# Nous nous engageons pour la durabilité

*Le développement durable est un thème stratégique majeur pour la Poste et ses collaborateurs. A découvrir toute l'année.*

*Texte: Emmanuelle Brossin*

A la Poste, l'engagement en faveur de la durabilité est une culture d'entreprise vécue au quotidien. L'entreprise s'engage pour l'environnement et le climat, offre des conditions de travail progressistes, achète de manière responsable et soutient le sport et la culture. Elle combine ainsi action écologique, responsabilité sociale et réussite économique. Mais ses collaborateurs s'engagent aussi à titre privé. Chaque mois, un postier ou une postière nous dira ce qu'il/elle fait concrètement pour l'environnement ou la société. A découvrir tout au long de l'année sur la dernière page du journal. ■

## Economisez grâce aux lampes Led

*Economiser simultanément de l'énergie et de l'argent? Pas de problème avec la nouvelle campagne «Lampes Led» destinée aux collaborateurs de la Poste. Ces lampes consomment environ 80% de courant en moins que les lampes à incandescence comparables et ont une durée de vie allant jusqu'à 40 ans. En remplaçant complètement son éclairage par des lampes Led, on peut économiser environ 10% des charges annuelles d'électricité.*

*Les lampes peuvent être commandées sur Intranet / Place du marché.*

### Nous nous engageons pour la durabilité.

«Avec ma pompe à chaleur air-eau, j'apporte une petite contribution personnelle à la réduction des émissions de CO<sub>2</sub> de notre logement. L'énergie que je n'ai pas besoin d'un local séparé pour la chauffer.»

Werner Blatter, membre de la direction CaPostal

La Poste optimise ses installations techniques et peut ainsi réduire en permanence la consommation énergétique de ses bâtiments. Le recours aux énergies fossiles est ainsi évité. Par exemple, la Poste change le système de chauffage avec des pompes à chaleur. La chaleur dégagée par l'équipement de refroidissement est en outre utilisée.



**Plus d'informations online:**  
[poste.ch/durabilite](http://poste.ch/durabilite)

## PV a un nouveau responsable

*Le Conseil d'administration de la Poste a désigné Franz Huber nouveau responsable de l'unité du groupe Réseau postal et vente. Il devient membre de la Direction du groupe.*

*Texte: Manuel Ackermann*

Le responsable par intérim de Réseau postal et vente, Franz Huber, a pris définitivement la direction de l'unité du groupe, ainsi qu'en a décidé le Conseil d'administration de la Poste. Franz Huber travaille depuis de nombreuses années à la Poste où il a occupé au cours de sa carrière plusieurs postes à responsabilité au sein de l'unité du groupe Réseau postal et vente. Après avoir assumé diverses fonctions de direction en Suisse orientale, il a été responsable de la région Nord-Est de l'unité Réseau postal et vente. En

1999, il est entré à la direction de l'unité du groupe. A partir de 2003, il a activement participé à la mise en œuvre de la nouvelle orientation de l'unité du groupe au niveau de l'exploitation. En 2007, il a pris en charge le secteur Vente et travaillé au développement du réseau de vente. Depuis juillet 2013, après le départ de Patrick Salamin, il a assuré la direction par intérim de l'unité du groupe.

**Continuité dans le réseau de vente**  
Etant donné sa profonde connaissance de l'activité postale, Franz

Huber possède le profil idéal pour poursuivre l'organisation et le développement continu du réseau de vente, en fonction des besoins de la clientèle, des exigences locales, des intérêts politiques régionaux et des aspects économiques. ■



investissements  
borateurs collaboration  
nérie transport service public hypothèques  
ique Suisse **PostFinance**  
pres feedback apprentissage caisse de pensions  
e avenir personnes  
isse vision souplesse  
ostOffice principes de gestion objectifs  
tabilité responsabilité sociale  
nisation valorisante envoi concurrence  
eur ajoutée défis crédits  
nger leader convenance  
physique  
**g**ie du groupe  
**2016**

# Stratégie du groupe 2014-2016

*Où allons-nous? Quels sont nos objectifs? Comment voulons-nous les atteindre? La nouvelle stratégie du groupe apporte des réponses.*

Texte: Emmanuelle Brossin

La Poste va bien. Elle affiche de bons résultats, ses clients sont satisfaits et ses collaborateurs engagés. Les lettres, les colis et le trafic des paiements restent les piliers du groupe. Mais l'importance du monde électronique croît, la concurrence s'intensifie et la Poste ne peut pas se reposer sur ses lauriers. Elle doit rester agile et ne pas passer à côté de ces nouvelles tendances.

La Poste va à l'avenir aussi transporter des personnes, des biens, de l'argent et des informations de manière fiable, valorisante et durable.

Elle entend respecter sa mission ancrée dans la loi sur la poste et remplir les objectifs stratégiques fixés par le Conseil fédéral. La Poste entend ainsi continuer à créer de la valeur pour la Suisse, ses clients, ses collaborateurs et son propriétaire.

Comment y arriver? La stratégie du groupe 2014-2016 livre des réponses. La Poste a ainsi six objectifs principaux (voir graphique en page 13). Pour réaliser ces objectifs, la Direction du groupe a défini cinq orientations stratégiques (voir également le graphique).

Dans les pages suivantes, la directrice générale Susanne Ruoff et les membres et la Direction du groupe nous précisent les objectifs de la Poste pour les trois prochaines années et comment ils entendent les atteindre. ■



**Présentation et film:**

[Intranet](#) > [Groupe](#) > [Principes](#) > [Vision](#)

## «Nous avons renforcé nos objectifs et relevé le niveau de nos ambitions»

*La nouvelle stratégie de la Poste montre la voie du succès. Elle fixe des objectifs clairs et ambitieux. Susanne Ruoff s'exprime sur le développement des affaires, les objectifs de durabilité et la satisfaction des clients.*

Texte: Beat Gerber



### Quelles sont les nouveautés de la stratégie du groupe 2014 à 2016?

Nous n'avons pas bouleversé le système de la Poste pour la nouvelle période stratégique. Les objectifs stratégiques fondamentaux, c'est-à-dire créer de la valeur ajoutée pour la Suisse, les clients, les collaborateurs et les propriétaires, restent les mêmes. Mais nous avons renforcé les objectifs et relevé le niveau d'ambition. Nous visons à l'avenir un modèle commercial fondé sur une orientation des unités qui est proche du client et porte

sur un marché spécifique, et qui renforce en même temps notre position face à la concurrence par une collaboration ciblée à l'échelle du groupe.

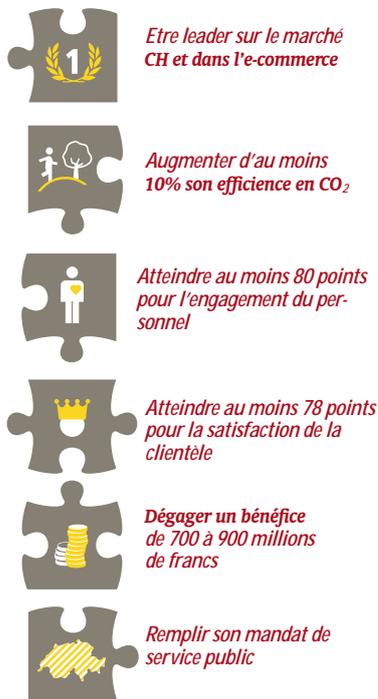
### Sur quoi porte concrètement la nouvelle stratégie?

Nous fixons les objectifs de l'ensemble du groupe sur trois niveaux: les clients, l'efficacité et la compétence. Qu'entend-on par là? Nous voulons proposer aux clients un regroupement des offres de la Poste: le message met en avant des «solutions jaunes dans l'ensemble du groupe». Prenons l'exemple du commerce électronique: nous combinons ici les composantes de l'offre de PM, PFL, SPS et PV en de nouvelles solutions intégrées. Nous souhaitons renforcer davantage la maîtrise des coûts en regroupant les processus, en harmonisant et en optimisant les achats. Nous devons également exploiter les compétences transversales de façon cohérente et mettre à profit le savoir en matière de données en vue d'une création de valeur et de synergies.

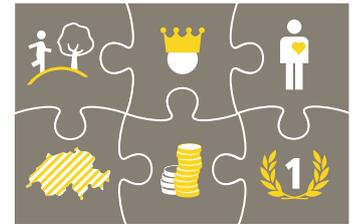
### Quels sont les changements les plus marquants apportés aux objectifs?

Du point de vue financier, le nouvel objectif EBIT est de CHF 700-900 millions et la marge EBIT de 8 à 10% (contre 700-800 millions et 6 à 7% auparavant). Nous avons maintenant ancré explicitement l'objectif global «position de leader sur le marché de l'e-commerce en Suisse» dans la stratégie, désormais pratiquement intégré dans l'ADN de la Poste. De plus, nous avons mis l'accent sur l'orientation client et rehaussé l'objectif de satisfaction de la clientèle de 75 points à 78 points (sur 100). Nous souhaitons demeurer un employeur attrayant pour nos collaborateurs, comme le montre la valeur inchangée de 80 points que nous voulons atteindre en matière d'engagement du personnel.

## Les 6 objectifs du groupe jusqu'en 2016...



## ...seront atteints grâce aux 5 orientations stratégiques



### Les objectifs de développement durable ont été aussi modifiés. Pourquoi?

En matière de protection du climat, nous visons désormais un objectif d'efficacité plutôt qu'un simple objectif d'économies. D'ici à fin 2016, nous voulons augmenter d'au moins 10% l'efficacité en matière de CO<sub>2</sub> de nos prestations. Ainsi nous poursuivrons la croissance dans notre activité de base tout en contribuant de manière substantielle à la protection du climat. Nous nous sommes aussi fixé des objectifs au niveau social et sociétal, notamment avec un engagement renforcé dans le domaine de la formation et du perfectionnement, dans la gestion de la santé ainsi que dans les achats durables.

### Dans l'orientation stratégique, l'accent est mis sur les facteurs du développement commercial et de la croissance. Qu'est-ce concrètement?

Nous allons systématiquement développer la Poste à la jonction des univers physique et numérique. L'évolution des besoins de la clientèle passe au premier plan: nous devons nous affirmer dans un environnement numérique, marqué par une concurrence de plus en plus acharnée. Nous avons ainsi défini six pôles de développement pour lesquels nous visons la croissance. Il s'agit des domaines suivants: e-commerce, e-poste, marketing direct, externalisation des processus commerciaux (BPO), nouvelles solutions de mobilité et services bancaires en ligne et mobiles. D'ici à 2016, nous visons pour ces pôles de développement une croissance globale supplémentaire de près de CHF 325 millions.

### Les mesures de réduction des coûts et d'amélioration de l'efficacité sont-elles ainsi placées en retrait?

Non, c'est une préoccupation permanente, comme le montrent ces exemples: mise œuvre continue du tri séquentiel, nouveaux formats d'offices de poste ou nouvelle orientation de la logistique de marchandise et de stockage.

### Quel est l'impact des changements organisationnels sur la mise en œuvre de la nouvelle stratégie?

L'organisation doit aussi savoir s'adapter aux nouveaux défis. Il ne s'agit pas là d'une révolution mais plutôt d'une optimisation par étapes. Les changements que nous avons menés, comme la réorganisation des unités de gestion

et de service ou la création de la nouvelle unité d'organisation Programmes de développement du groupe, ont pour objectif d'améliorer la collaboration, les échanges et l'efficacité. La décision d'implanter la gestion de l'innovation dans cette unité à compter du 1<sup>er</sup> avril 2014 en fait aussi partie.

### Quels sont les prochains pas de la mise en œuvre de la nouvelle stratégie?

La stratégie ouvre la voie vers un avenir fructueux. Elle fixe des objectifs clairs et ambitieux. Il s'agit maintenant de mettre en place les mesures correspondantes au niveau des unités (lire en pages 14 et 15). Nous devons renforcer la réflexion transversale pour promouvoir des solutions à l'échelle de l'ensemble de la Poste. C'est là que nous prenons conscience de l'importance de la confiance mutuelle mais aussi de nos nouveaux principes de gestion (voir ci-dessous). ■

## Principes de gestion

*La Poste a de nouveaux principes de gestion qui indiquent notre façon de conduire, de collaborer et de nous comporter dans le travail au quotidien. Ils sont déterminant pour une mise en œuvre réussie de la stratégie. La Direction du groupe a chargé chaque unité d'étudier en profondeur ces principes de gestion d'ici à fin 2014, afin qu'ils soient appliqués dans le management au quotidien et dans la collaboration.*

### Responsabilité envers les clients, les collaborateurs et résultats

*Nous sommes engagés, orientés résultats et agissons de manière responsable.*

### Agilité pour toute l'entreprise

*Nous sommes ouverts et prenons les devants. Nous considérons le changement comme une opportunité et encourageons l'innovation.*

### Confiance réciproque

*Nous agissons de manière transparente, faisons des remarques constructives et développons une culture de l'apprentissage.*

# Défis et objectifs des unités

*Les membres de la Direction du groupe détaillent les principaux défis concernant leur unité ainsi que les objectifs les plus importants.*

## 1 Pascal Koradi, Finances

### Défi

Le succès de la Poste repose sur des unités de direction fortes – leur force réside dans leur flexibilité et leur aptitude à une coopération axée sur le marché. Ainsi, notre défi et notre mission en tant que fonction transversale Finances (comprenant les activités financières de toutes les unités du groupe) consiste à garantir le bon pilotage de l'entreprise par la gestion financière.

### Objectifs

Sur le plan des finances, nous nous concentrons sur deux objectifs pour l'année 2014: nous regroupons les fonctions transactionnelles (p. ex. la saisie des factures et autres justificatifs comptables) dans le cadre du projet Shared Services Finances, dont la phase de mise en œuvre interviendra début mai. Le deuxième objectif met l'accent sur l'interface entre les unités de direction et la centrale du groupe: nous devons créer un savoir d'entreprise allant au-delà des unités à partir des données non partagées.

## 2 Yves-André Jeandupeux, Personnel

### Défi

Notre stratégie du personnel s'articule autour de quatre lignes directrices: l'évolution des conditions d'engagement, l'amélioration des performances des collaborateurs, le renforcement de l'attractivité de la Poste en tant qu'employeur et la consolidation de l'orientation marché.

### Objectifs

Le personnel est crucial pour la réussite de la Poste. Dans notre travail de RH, nous mettons en place les conditions pour que la Poste puisse fournir les meilleures prestations à ses clients grâce à des collaborateurs en bonne santé et compétents. C'est notre raison d'être. Nous poursuivons des objectifs concrets, entre autres avec l'aboutissement des négociations de la CCT vraisemblablement cette année encore, la gestion des talents ainsi que la promotion de la diversité et de la mobilité interne. Nous mettons également l'accent sur le renouvellement complet du système d'information RH ainsi que sur la question de la culture d'entreprise, plus concrètement sur les thèmes de la gestion et de la collaboration au sein de la Poste.

## 3 Dieter Bambauer, PostLogistics

### Défi

Nos plus grands défis consistent à faire face à la pression plus insistante sur les prix des colis, aux

nouveaux concurrents ainsi qu'à l'intensification de la concurrence, aux marges faibles et à la pression sur les prix plus forte dans les activités de transport.

### Objectifs

PL conserve le leadership du marché et de la qualité pour les activités de colis sur le plan national et international ainsi qu'en matière de logistique transfrontalière et de douanes. L'entreprise oriente son offre de manière cohérente en fonction des besoins de ses clients. Nous nous démarquons de la concurrence en misant sur une haute qualité de services, une offre étendue de prestations innovantes ainsi que sur un rapport prix-prestations intéressant. Simultanément, nous continuons à faire preuve d'efficacité en termes de structure et de coûts. Nous souhaitons étendre les services aux destinataires comme les automates à colis et élargir notre position sur le marché international de l'expédition des colis. Grâce à nos installations de traitement ultramodernes, nous espérons conserver notre leadership pour les activités standard. Enfin, nous allons accélérer le développement et l'exploitation de tous les services liés à la chaîne de création de valeur du commerce électronique pour les maisons de vente par correspondance.

## 4 Hans-Ruedi Köng, PostFinance

### Défi

PF évolue dans un environnement dynamique. En effet, la numérisation s'est imposée dans le secteur bancaire, de nouveaux concurrents pénètrent le marché et les clients sont de mieux en mieux informés grâce à Internet. La complexité augmente. Comment réagissons-nous à ces enjeux? Nous permettons à nos clients de «gérer aisément leur argent». A cette fin, nous travaillons en parallèle sur trois plans: dans le domaine du trafic des paiements classique, dans le monde numérique et tout au long des chaînes de création de valeur de nos clients.

### Objectifs

Nous optimisons notre activité classique, celle du trafic des paiements. Cette démarche implique le remplacement de notre système bancaire central. Afin de répondre aux besoins découlant de la numérisation, nous continuons de développer notre offre de prestations numériques. De plus, nous faisons en sorte d'intégrer davantage notre offre de prestations dans les chaînes de valeur de nos clients, ce qui nous permettra, à l'avenir, de jouer un rôle plus important dans le commerce et l'industrie.

## 5 Franz Huber, Réseau postal et vente

### Défi

Nos trois plus gros défis sont la diminution des volumes dans l'activité courrier traditionnelle, tous segments de clientèle confondus, l'association des canaux de distribution physiques comme le réseau d'offices de poste avec le commerce électronique et les produits et services numériques, et enfin nos objectifs financiers.

### Objectifs

Le développement du réseau restera un thème essentiel. Nous exploitons ainsi toutes les possibilités qui s'offrent à nous (résiliation de contrats de location, besoin d'investissement, changements au niveau du personnel, rentabilité et évolution du volume d'un office de poste, etc.). Les seules mesures de réduction des coûts ne suffisent pas pour améliorer le résultat de PV. Nous avons aussi besoin de plus de recettes. Les possibilités à ce niveau se situent, d'une part, sur les marchés existants mais aussi, d'autre part, sur les nouveaux marchés. De plus, nous étendons la prospection du marché dans le domaine des PME. Parmi nos objectifs, nous comptons le développement du personnel pour faire face à la diversité de nos missions.

## 6 Frank Marthaler, Swiss Post Solutions

### Défi

Pour nombre de nos clients comme les assurances, les banques ou les fournisseurs d'énergie, la numérisation de processus commerciaux papier est à l'ordre du jour. Avec la mise en place du programme «Leadership for Growth», nous nous attachons à renforcer encore davantage à l'échelle mondiale le concept de «one SPS» afin que les clients puissent profiter d'une expérience unique. Nous voulons améliorer notre rentabilité avec la bonne coordination des processus internes et la poursuite de la standardisation de l'exécution des prestations.

### Objectifs

SPS souhaite se développer massivement et focaliser ses activités dans la gestion des documents. L'activité de gestion des processus doit être étendue pour contribuer à l'avenir à un résultat d'exploitation positif. Nous voulons y parvenir par le développement de centres de services pour des domaines sélectionnés, comme les banques. Cette mise en place de services *Business Process Outsourcing* (BPO) sera accélérée de manière stratégique jusqu'au 1<sup>er</sup> trimestre 2014. Nous restons attachés à notre stratégie de croissance en Suisse, en Allemagne, aux Etats-Unis et au Royaume-Uni. Le potentiel s'annonce positif puisque les analystes attendent dans ces pays une croissance de marché annuelle dans notre activité clé d'au moins 5%. Nous proposons déjà dans d'autres pays nos prestations ou celles de partenaires en matière de gestion des documents afin de couvrir les besoins des clients internationaux. Nous estimons que d'autres pays viendront s'y ajouter et que les partenariats joueront un rôle de plus en plus important.



## 7 Ulrich Hurni, PostMail

### Défis

Les volumes sont en recul pour le courrier et les journaux, à cause respectivement de l'utilisation accrue des canaux de communication électroniques et de la baisse du nombre d'abonnements. On estime que PM sera aussi en perte de vitesse pour les envois publicitaires non adressés en raison de l'augmentation des autocollants «Non merci». Afin que PM puisse maintenir son cap, il est essentiel d'optimiser continuellement les processus et de gagner de nouvelles parts de marché sur l'ensemble du marché publicitaire grâce à de nouveaux produits de marketing direct.

### Objectifs

Dans les années à venir, PM continuera à contribuer de manière significative au bon résultat de la Poste. Pour les opérations d'importation et d'exportation du courrier et des envois de petites marchandises, il s'agit de défendre le leadership sur le marché. Nous pouvons y parvenir grâce à une qua-

lité constante et à une orientation cohérente vers les besoins de la clientèle. La plateforme Internet «ePostOffice» nous permet d'introduire sur le marché une nouvelle solution à l'interface physique/électronique. Avec cette innovation, nous répondons à un besoin de communication simple et sûre entre les clients expéditeurs et destinataires et de gestion d'opérations, qu'elles soient physiques ou en ligne. Nous allons également stabiliser et développer les volumes dans le domaine du marketing direct avec de nouvelles offres. Nous continuons à faire évoluer les compétences des collaborateurs. Nous optimisons les processus là où il est pertinent de le faire en nous inspirant de la méthode KAIZEN.

## Daniel Landolf, CarPostal

### Défis

La demande de mobilité augmente de plus en plus et PA va également étendre ses prestations. Le défi qui se pose à nous vient du fait que les pouvoirs

publics ont de moins en moins de moyens financiers à leur disposition en tant que donneur d'ordre pour financer le développement nécessaire des prestations de transport. On exige ainsi des entreprises de transport qu'elles soient plus productives. PA aussi doit contrôler et optimiser sa structure des coûts pour s'assurer la position de leader sur le marché des transports publics de voyageurs par route. De plus, le contexte du marché de plus en plus marqué par la technologie exige une adaptation optimale de nos systèmes et de nos processus aux conditions du marché et une mise à disposition du savoir-faire correspondant et des ressources nécessaires.

### Objectifs

L'objectif premier de PA est de renforcer sa position sur le marché suisse. Dans le transport régional, nous souhaitons conserver notre position d'entreprise leader de transport par car en améliorant la position des coûts. Comme les faibles fonds des pouvoirs publics sont surtout injectés dans les transports locaux et d'agglomération plus fréquentés, nous souhaitons élargir notre offre sur ce plan. Par ailleurs, PA souhaite étendre ses prestations de système. Il s'agit de prestations comme la prise en charge de systèmes informatiques de vente ou de billetterie au sein d'une communauté tarifaire ou la mise en place de systèmes de comptage des voyageurs, d'aide à l'exploitation et d'information voyageurs. Nous voulons également encourager les solutions de mobilité comme le bike sharing ou le conseil en mobilité. Enfin, le développement ciblé de notre présence sur le marché français doit nous permettre de consolider une autre source de revenu. ■

# «Une collection de timbres, c'est comme un train électrique»

*Sebastian Ingold, gestionnaire du produit Timbres-poste, s'exprime sur la fonction des timbres, les sujets les plus populaires et les différents types de collectionneurs.*

*Texte: Lea Freiburghaus / Photo: Severin Nowacki*



Sebastian Ingold: «Nous prenons de nouvelles voies dans la conception des timbres.»

## **Un quart des collaborateurs ayant participé au sondage ont déjà envoyé une lettre ou un colis avec WebStamp. Que pensez-vous de ce résultat?**

Il s'agit là d'un bon résultat. WebStamp est surtout utilisé par les personnes ayant des affinités avec Internet.

## **Pourquoi est-ce que je devrais acheter un timbre au guichet si je peux l'imprimer à la maison?**

Pour imprimer un WebStamp, il faut un nom d'utilisateur, les bonnes étiquettes, une imprimante en état de marche et un peu de temps pour charger le sujet souhaité. En revanche, on est libre de choisir son sujet et on a toujours sous la main le timbre qu'il nous faut, même la nuit ou le week-end. Mais personnellement, je trouve qu'un timbre a plus de valeur qu'un WebStamp.

## **Le timbre-poste a une valeur propre. Quelle fonction a-t-il par ailleurs?**

Il joue avant tout le rôle de quittance prouvant que l'on a payé pour l'envoi de la lettre. Par ailleurs, il offre encore bien plus à nos clients, à savoir la possibilité de faire quelque chose de spécial de leur correspondance. Un timbre spécial permet aussi de valoriser un courrier. En outre, chaque timbre-poste est porteur d'un message; ainsi, il participe toujours à l'histoire de son époque.

## **Comment sont choisis les sujets des timbres?**

Environ un an et demi avant l'émission du timbre, les thèmes sont définis. Approchant un tiers correspondent à des demandes d'organisations externes et nous déterminons les autres projets en interne. De nombreux thèmes, comme Noël, sont aussi fixés à l'avance. Afin de choisir un

sujet adapté au thème, un concours est organisé dans près de la moitié des cas. Trois ou quatre créateurs envoient leurs projets, et un jury détermine le vainqueur. Les timbres sont ensuite produits au Liechtenstein, en Hollande, en France ou en Allemagne.

## **Quels sujets sont particulièrement appréciés?**

Les collectionneurs préfèrent les sujets comme les fleurs, les chemins de fer ou les bateaux: une sorte de monde idéal. La plupart des gens utilisant des timbres apprécient les timbres événementiels faisant allusion au hockey, à la bande dessinée, aux animaux, ou présentant des motifs rares, comme la chauve-souris. Nous prenons davantage de nouvelles voies dans la conception de timbres, comme le timbre «Visages» début 2013: nous sommes plus ouverts et plus modernes.

## **La philatélie est une passion de vieux messieurs. Est-ce là un cliché?**

C'est sûr, il existe des collectionneurs comme dans les livres: les nouveaux timbres les intéressent moins, ils préfèrent partir en quête de raretés dont ils pourront faire grimper le prix. Il y a aussi ceux qui collectionnent les timbres sur un sujet qui les intéresse, comme celui de Roger Federer. Mais les enfants les collectionnent aussi, jusqu'à ce que d'autres intérêts prennent le dessus. De même pour les retraités, qui reprennent la collection de leur prime jeunesse. Car une collection de timbres, c'est comme un train électrique: elle possède une valeur émotionnelle, car elle nous rappelle notre enfance.

## **Avec WebStamp et le timbre-poste SMS, le traditionnel timbre-poste a-t-il encore un avenir?**

Les trois offres se complètent parfaitement et chacune d'elle couvre un autre besoin. Le client est libre de choisir le produit le mieux adapté à ses besoins du moment. Je pense que le timbre n'est donc pas près de disparaître. ■



## **Grand concours WebStamp easy**

Du 24 janvier au 13 février, téléchargez sur [www.poste.ch/moments-animales](http://www.poste.ch/moments-animales) votre plus belle photo d'animaux, partagez-la sur Facebook, Twitter ou par e-mail et convainquez vos amis de voter pour vous. Vous pouvez gagner

un kit de démarrage WebStamp easy avec un iPhone, une imprimante et des étiquettes, ainsi que d'autres prix et des bons d'achat de postshop.ch et qualipet.ch. Les personnes qui participent seulement au vote peuvent aussi gagner.

Résultat du sondage du mois de décembre

## Avez-vous déjà créé vos propres timbres avec WebStamp?

Non: 74%



Oui: 26%

*«Sur les cartes de remerciements, nous avons opté pour un timbre avec une photo de notre mariage.»*

Mathias Wiesner, PL

WebStamp est l'une des meilleures applications de la Poste. Elle permet d'affranchir des lettres et des colis de manière simple et appropriée, tout en conservant une marge de créativité pour les timbres.

Sylvain Berney, PM

C'est avec plaisir que j'utilise toujours la prestation WebStamp pour mes certes trop rares communications épistolaires. L'ajout d'une image personnalisée à côté de la marque d'affranchissement suscite toujours beaucoup de curiosité et d'intérêt chez les destinataires.

Mike Koller, PV

J'utilise presque toujours WebStamp. Surtout pour les colis, car grâce à Track & Trace, je dispose d'un meilleur suivi des envois déposés. En outre, je peux, cas échéant, imprimer ou visualiser l'image du colis et même la signature pour les envois recommandés. J'imprime des timbres chaque fois que je souhaite envoyer plusieurs lettres en même temps. Pour les lettres isolées par contre je vais directement au guichet postal: ils ont aussi de beaux timbres et c'est plus simple et rapide qu'en ligne.

Christa Chafiq, PV

Cette année, j'ai utilisé pour la première fois l'application WebStamp. Je me suis mariée le 4 juin et, sur les cartes de remerciements pour nos amis et notre famille, nous avons opté pour un timbre avec une belle photo de notre mariage. Tout le monde s'est réjoui de nous voir «immortalisés» également sur un timbre. C'est un souvenir indélébile pour nous aussi. Normalement, j'utilise les magnifiques timbres de la Poste, mais j'ai voulu marquer cette occasion spéciale.

Christoph Walter Hediger, PF

La période de validité des timbres, seulement une année, n'est pas vraiment communiquée. Mes enfants ont créé et offert des timbres qui ont ravi tant les expéditeurs que les destinataires pendant un an, suite à quoi ils ne nous ont procuré que hochements de tête, dépenses et agacements. Heureusement, ayant pu prouver que cette limitation n'est visible qu'au moment du paiement, et encore en petits caractères, j'ai pu être en partie remboursé. Bilan: inutilisables comme cadeau, la date d'échéance n'étant pas indiquée sur les timbres et un an étant beaucoup trop court! Pourquoi une validité si brève?

Dominic Aerni, PF

J'ai déjà réalisé des timbres avec WebStamp et je trouve qu'il s'agit d'une bonne idée, créative. Toutefois, ce n'est pas un outil adapté à l'usage quotidien. Il m'est arrivé d'imprimer une étiquette et de sélectionner «Avec adresse d'expéditeur», mais l'adresse d'expéditeur ayant été imprimée exactement à la même hauteur que l'adresse du destinataire, j'ai reçu en retour le colis deux jours plus tard. Interpellée, la Gestion des produits WebStamp m'a répondu que j'étais seul responsable d'un affranchissement correct. J'aimerais bien que l'on puisse imprimer des timbres sur des étiquettes usuelles (env. 7x3 étiquettes par page A4), de manière à ne pas toujours devoir acheter des timbres. Mais, depuis le temps, ce n'est toujours pas possible. Dommage, car l'idée eût été bonne...

*«J'imprime des timbres chaque fois que je souhaite envoyer plusieurs lettres en même temps.»*

Question du mois de janvier

*Avez-vous déjà changé d'unité au sein de la Poste?*



Exprimez votre opinion dans notre blog sur Intranet: [www.post.ch/journaldupersonnel](http://www.post.ch/journaldupersonnel)

ou par écrit à l'adresse: La Poste Suisse SA, Rédaction «La Poste» (K11), Viktoriastrasse 21, 3030 Berne.

## Carte postale du mois



La carte postale de ce mois a été envoyée par **Hedy Fischer**, collaboratrice PostMail. Elle nous écrit: «Je suis une fan de cartes postales. J'en expédie chaque semaine au moins une. Comme je suis postière dans l'âme (distribution), j'ai déjà tenu dans mes mains des montagnes de cartes. Cette carte-ci m'a sauté aux yeux, d'abord par sa couleur, mais quand j'ai lu le texte (Mesure d'emploi pour facteurs), j'ai dû éclater de rire.»

Envoyez-nous votre carte postale préférée à La Poste Suisse SA, Rédaction «la Poste» (K11), Viktoriastrasse 21, 3030 Berne et dites-nous pourquoi elle vous plaît. La plus belle carte postale sera publiée et le(la) gagnant(e) recevra deux bons pour aller au cinéma. La Poste sponsorise les principaux festivals de film en Suisse.

## Dates importantes

**23.01 – 30.01.2014**

49<sup>es</sup> Journées de Soleure  
[www.solothurnerfilmtage.ch](http://www.solothurnerfilmtage.ch)  
 ✓ 20% de rabais sur présentation de la carte d'identité du personnel

**24.01 – 08.02.2014**

DAS ZELT, Chapiteau PostFinance  
 Diverses manifestations, La Lenk  
[www.daszelt.ch](http://www.daszelt.ch)

**13.02 – 16.02.2014**

DAS ZELT, Chapiteau PostFinance  
 Diverses manifestations, Lausanne  
[www.daszelt.ch](http://www.daszelt.ch)

**18.02 – 23.02.2014**

Salon des métiers Your Challenge, à Martigny  
[www.yourchallenge.ch](http://www.yourchallenge.ch)  
 ✓ Entrée gratuite

**22.02.2014**

Bremgarter Reusslauf  
[www.reusslauf.ch](http://www.reusslauf.ch)

**15.03.2014**

Kerzerslauf  
[www.kerzerslauf.ch](http://www.kerzerslauf.ch)  
 Inscription via Intranet ou talon

**15.03 – 16.03.2014**

Tournoi postal de curling, à Interlaken  
 Inscription jusqu'au 31.1.2014  
[www.postactivity.ch](http://www.postactivity.ch)

## Impressum

### Editeur

La Poste Suisse SA, Communication,  
 Viktoriastrasse 21, 3030 Berne  
 E-mail: [redaction@post.ch](mailto:redaction@post.ch)  
[www.poste.ch/journal-online](http://www.poste.ch/journal-online)

### Rédaction

Emmanuelle Brossin, rédactrice en chef  
 Lea Freiburghaus  
 Sandra Gonseth  
 Claudia Iraoui  
 Sara Baraldi  
 Marie-Aldine Béguin

### Traductions et corrections

Service linguistique Poste, Diana Guido

### Layout

Branders Group, Zurich

### Annonces

Annoncen-Agentur Biel  
 E-mail: [anzeigen@gassmann.ch](mailto:anzeigen@gassmann.ch)  
 Tél. 032 344 83 44

### Impression

Mittelland Zeitungsdruck, Aarau

### Photo de couverture

Severin Nowacki

Reproduction avec autorisation écrite de la rédaction uniquement.

### Abonnements/Changement d'adresse

*Personnel actif:* Intranet (Portail RH/ Données personnelles) ou service du personnel compétent

*Retraités:* par écrit à Caisse de pensions Poste, service des adresses, case postale 528, 3000 Berne 25

### Autres abonnés:

E-mail: [abo@post.ch](mailto:abo@post.ch)  
 Tél. 058 338 20 61

Prix de l'abonnement: CHF 24.– par an

### Adresses utiles

#### Service social

E-mail: [servicesocial@post.ch](mailto:servicesocial@post.ch)  
 Tél. 058 448 03 05

#### Bourse de l'emploi Poste (AMZ)

Tél. 058 448 03 06

#### Fonds du personnel

Tél. 058 338 97 21

[www.pfp-ferienwohnungen.ch/cgi/fr](http://www.pfp-ferienwohnungen.ch/cgi/fr)



**RECYCLÉ**  
 Papier fait à partir de matériaux recyclés  
**FSC® C005019**



### Et la gagnante est...

Barbara Müller de Würenlos a gagné une tourte confectionnée par notre pâtissière passionnée et factrice Yvonne Bachmann (voir édition 12/2013). Félicitations!

# Ateliers de course à pied pour collaboratrices

*En collaboration avec Ryffel Running, la Poste organise des ateliers de course à pied et de nordic-walking. Ces cours ont lieu durant les week-ends des 5/6 avril et des 12/13 avril à Bad Zurzach.*

Les ateliers se concentrent sur la course à pied et le nordic-walking. Le programme comprend des thèmes tels qu'endurance, gymnastique, nutrition, planification, massage et récupération. Les participantes ont accès gratuitement aux thermes et au centre de remise en forme. Les cours sont donnés en langue allemande (possibilité d'obtenir des informations en français et en italien).

Un prix spécial de 270 francs en chambre individuelle et de 220 francs en chambre double a été fixé. Ces prix comprennent la participation aux cours, l'hébergement à l'hôtel Tenedo, les repas de midi et du soir, le buffet du petit déjeuner, l'eau minérale, des fruits et l'accès libre aux thermes. Déplacement aux frais des participantes. L'heure de début et de fin des ateliers sera adaptée en fonction des participantes.

## Je m'inscris à:

- Course à pied avancées (2 entraînements ou plus/semaine)  
 Nordic-walking débutantes (0 à 1 entraînement/semaine)

- Cours 1 des 5/6.4.2014  
 Cours 2 des 12/13.4.2014

- Hébergement en chambre individuelle (270.-)  
 Hébergement en chambre double (220.-) avec madame:

Envoyer le talon à:

La Poste Suisse SA,  
 Course à pied K22, Viktoriastrasse 21, 3030 Berne

*Attention:* Le nombre de participantes est limité à 50 par atelier. Les inscriptions sont enregistrées dans l'ordre de réception. En cas d'annulation moins de 20 jours avant le début de l'atelier, 50% des frais d'inscription seront facturés. Le remboursement n'est plus possible lors d'une annulation moins de 10 jours avant le début de l'atelier.

Nom: \_\_\_\_\_  
 Prénom: \_\_\_\_\_  
 N° personnel: \_\_\_\_\_ Année: \_\_\_\_\_  
 E-mail: \_\_\_\_\_  
 Rue, n°: \_\_\_\_\_  
 NPA, localité: \_\_\_\_\_  
 Date/Signature: \_\_\_\_\_

## Courses gratuites pour le personnel

Kerzerlauf du 15 mars 2014

Délai d'inscription: 31 janvier 2014

- Running 15 km Temps est.: \_\_\_\_\_  
 Running 5 km Temps est.: \_\_\_\_\_  
 Nordic-walking (incl. walking) 15 km  
 Nordic-walking (incl. walking) 5 km

Marathon de Zurich du 6 avril 2014

Délai d'inscription: 24 février 2014

- Running 42,195 km Temps est.: \_\_\_\_\_  
 Running 10 km Cityrun Temps est.: \_\_\_\_\_

Marathon de la Jungfrau du 13 septembre 2014

Délai d'inscription: 31 janvier 2014

- Marathon running Temps est.: \_\_\_\_\_  
 Taille du maillot: XS, S, M, L, XL

*Attention:* pour des raisons administratives, nous ne pouvons pas rembourser les frais d'inscription déjà versés. Qui s'inscrit s'engage à participer à la course.

Toute inscription donne lieu au versement de frais de participation qui ne sont pas remboursés en cas de forfait. Les documents nécessaires vous seront remis par les organisateurs.

Nom: \_\_\_\_\_  
 Prénom: \_\_\_\_\_  
 N° pers.: \_\_\_\_\_ Année: \_\_\_\_\_  
 E-mail: \_\_\_\_\_  
 Rue, n°: \_\_\_\_\_  
 NPA, localité: \_\_\_\_\_  
 Date/Signature: \_\_\_\_\_

Envoyer le talon à:

La Poste Suisse SA,  
 Course à pied K22, Viktoriastrasse 21, 3030 Berne

Précision:

Inscription aussi via Intranet > Place du marché > Billets et manifestations.

# Ange gardien en gilet jaune

*Aider son prochain, tel est le credo de Gérard Heller. Depuis près de quarante ans, le facteur fait partie des samaritains de la section de Colombier (NE).*

Texte: Claudia Iraoui / Photos: Pablo Fernandez



Gérard Heller, instructeur, enseigne le massage cardiaque à des samaritains.

Deux insufflations, trente compressions, deux insufflations, trente compressions: vêtu de son gilet jaune, Gérard Heller procède à une réanimation cardio-pulmonaire avec l'adresse d'un professionnel. Heureusement, ce facteur ne fait qu'exécuter un exercice sur un mannequin dans le cadre d'un cours de BLS AED (*Basic Life Support Automated external defibrillation*). «En tant que samaritains, nous sommes le premier maillon de la chaîne de sauvetage. Si je n'interviens pas lorsque quelqu'un fait un arrêt cardiaque, explique Gérard à un public attentif, il est presque certain que la personne mourra. Par contre, si j'effectue un massage cardiaque, je peux garder la personne en vie jusqu'à l'arrivée de l'ambulance.» Ambulance qui peut mettre jusqu'à 15 à 20 minutes pour arriver, autant dire une éternité lorsque votre vie ne tient qu'à un fil.

Une réaction prompte, des informations précises et une bonne dose de sang-froid peuvent donc être décisives. «Dans la vraie vie, en général, on fait moins d'erreurs que pendant un exercice. Après les premières deux ou trois secondes de panique, l'esprit devient clair et le corps résiste à l'effort non négligeable du massage cardiaque.»

Tout petit déjà, Gérard, né en 1959, rêvait de devenir ambulancier et de sauver des vies humaines. A l'époque, toutefois, il fallait être apte au service militaire pour travailler en tant que secouriste, ce qui a brisé son rêve. Mais il n'est pas possible d'aller contre sa nature lorsque l'on a une vocation, il faut la suivre. Ainsi, Gérard a décidé de se tourner vers le paramédical. «Officiellement, j'ai intégré les samaritains le 26 mars 1976, mais en réalité, j'en faisais déjà partie depuis deux ans», se souvient-il. Son engagement assidu en faveur du prochain n'a jamais diminué. En 1992 il est devenu moniteur de la section des samaritains de Colombier et Bevaix (NE), puis il est passé instructeur en 2003 (le 13 septembre 2003, tient-il à préciser). «J'aime m'engager pour les autres et m'occuper de mon prochain. Cela peut paraître étrange, mais c'est une manière de compenser le stress!»

### 300 heures de volontariat par année

Ce Neuchâtelois sympathique et modeste a fait du soin porté à autrui son credo. Chaque année, Gérard offre jusqu'à 300 heures de son temps libre pour des formations et des exercices dans sa section de samaritains. En outre, infatigable, il organise des cours de mise à niveau, des cours de premiers secours pour le permis de conduire, des cours ciblés pour les entreprises et il assure des permanences lors de concerts, fêtes et événements sportifs. Son engagement ne se limite toutefois pas au temps libre: en effet, il est aussi responsable de la sécurité dans son équipe de distribution à la Poste: «Je m'occupe entre autres de cours sur la santé, j'exhorte mes collègues à porter un casque et je vérifie que les remorques ne soient pas trop chargées...»

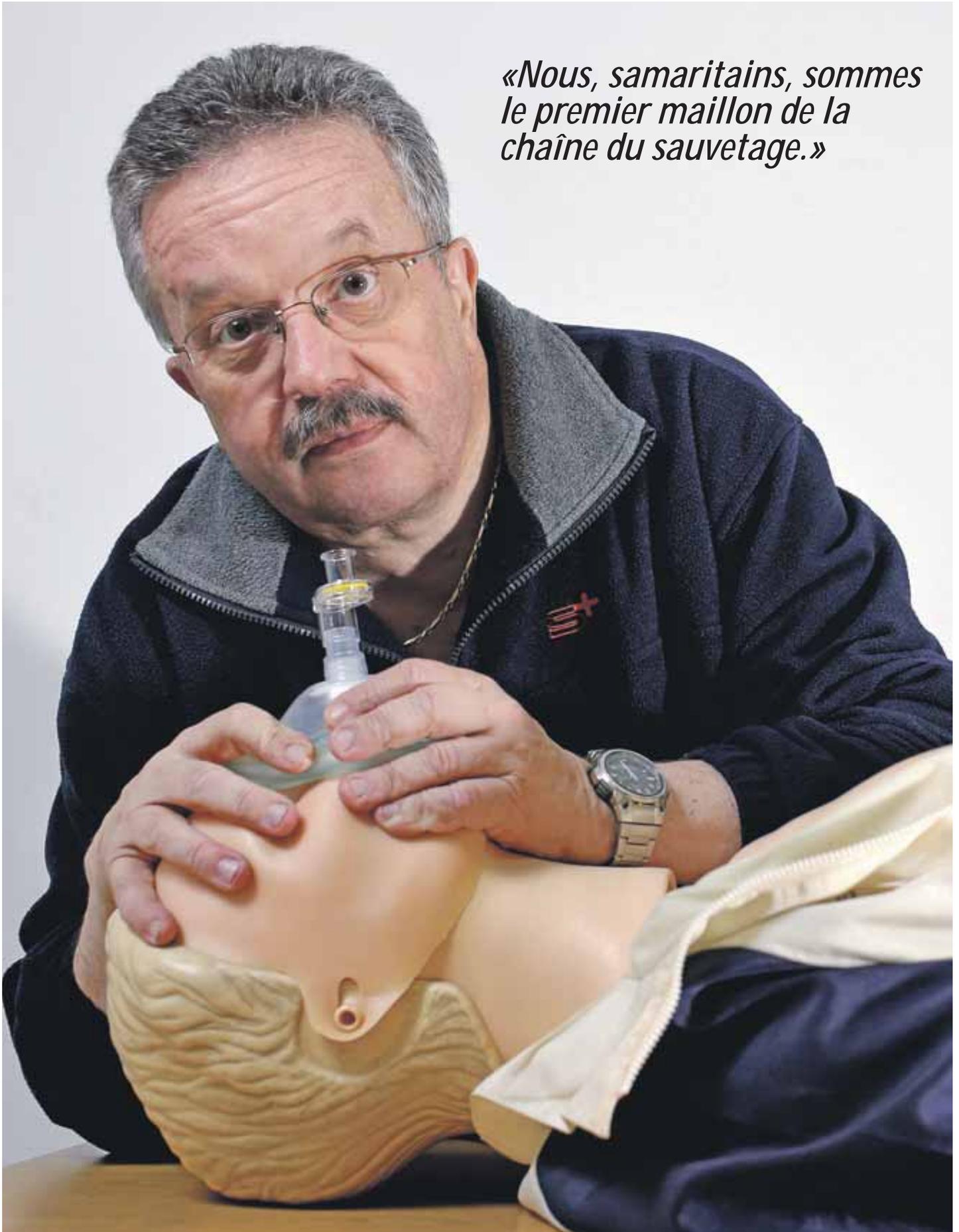
### Travailler côte à côte avec des professionnels

Gérard a récemment pu réaliser une partie de son rêve en accompagnant, pendant deux tours de 12 heures, des équipes d'opérateurs sanitaires en ambulance à Lausanne. Une expérience extraordinaire qui lui a beaucoup appris. «J'étais chargé de tendre le matériel médical et j'ai pratiqué un massage cardiaque», raconte Gérard, fier à juste titre que ses capacités soient reconnues par des professionnels. Malgré son dévouement et son enthousiasme, Gérard est un peu préoccupé par l'avenir: «Ces dernières années, il est malheureusement devenu de plus en plus difficile de trouver des volontaires...» ■



Plus d'informations online:  
[samalittoral.ch](http://samalittoral.ch)

*«Nous, samaritains, sommes le premier maillon de la chaîne du sauvetage.»*





Les cars transitent dans une halle pour être lavés. La propreté extérieure du véhicule est de la responsabilité du conducteur qui a effectué la dernière course.

# Cars postaux propres en ordre

*Neige, saleté ou négligence des passagers: il faut nettoyer régulièrement les cars pour être à la hauteur de la classe jaune. Reportage en fin de journée à Aeschi bei Spiez.*

*Texte: Claudia Iraoui / Photos: Severin Nowacki*

Parti ponctuellement à 20h06 de la gare de Spiez, le car postal de la ligne 61 pour Krattigen et Aeschi grimpe le long de routes désertes et longe des forêts aux arbres dénudés. Au bord de la route, des monticules de neige. A travers la nuit glaciale et claire, il est presque possible de compter les lumières qui scintillent autour du lac de Thoune. Une douzaine de voyageurs descendent à l'arrêt Krattigen Dorf; le dernier, solitaire, descend au terminus. Le conducteur Beat Lörtscher est maintenant prêt à conduire son véhicule au garage d'Aeschi.

## **Brosse géante**

«Avant tout, nous faisons le plein», explique Beat Lörtscher. Il faut compter une bonne dizaine de minutes pour que le véhicule ingurgite les 100-120 litres de carburants. Ensuite, cap sur la station de nettoyage. Il ne s'agit pas d'une installation de lavage automatique, mais d'un hangar équipé de tout le matériel nécessaire à faire briller les véhicules de CarPostal. Le nettoyage de l'extérieur incombe au dernier conducteur de la journée. «A cette période de



l'année, à cause de la neige et du salage des routes, nous lavons les cars tous les soirs», raconte Beat Lörtscher en frottant le pare-brise. Puis il passe à une imposante brosse de deux mètres fixée sur un chariot à roulette, avec laquelle il fait le tour du bus. Enfin, l'eau et le détergent viennent à bout des auréoles noires qui tachent le bas du bus, et le jaune reprend de l'éclat.

Beat Lörtscher astique ensuite les jantes et les rétroviseurs puis, en inspectant son œuvre, il constate: «J'ai de la chance, ce n'était pas très sale ce soir...» Il reprend le volant et voilà le car postal parké dans le garage décoré par les dessins des enfants d'Aeschi. Avant de terminer sa journée, le conducteur accorde un dernier regard à son véhicule et, en prenant la caisse avec lui, il relève: «Par ici, les actes de vandalisme sont vraiment rares.»

#### Chewing-gums, œufs et vomissures

Il est 23h lorsque Barbara Frey entre en action avec son chariot; celui-ci est plein de détergents, chiffons en microfibres et produits spé-

cialisés, par exemple un spray pour détacher les chewing-gums des sièges. «Heureusement, il y en a de moins en moins!», lance-t-elle. Son objectif: faire briller l'intérieur de chaque car postal. Cette Bernoise loquace dispose de 15 minutes pour nettoyer l'intérieur de chaque véhicule. Avant tout, Barbara Frey allume la radio: «A cette heure, il n'y a pas beaucoup de monde par ici, elle me tient compagnie...»

Avec des gestes rapides et précis, elle nettoie et époussette les surfaces et les vitres. «En hiver, je me bats contre les sols parfois blancs de sel à neige, tandis qu'en été ce sont surtout les auréoles de crème solaire qui me donnent du fil à retordre.»

Au cours des cinq dernières années passées au service de CarPostal, Barbara en a littéralement vu de toutes les couleurs: taches de peinture, œufs et, parfois, vomissures. «Concernant ces dernières, c'est en général les conducteurs qui en enlèvent la majeure partie lorsqu'ils

inclinent le véhicule pour laisser s'écouler l'eau...» En partant de l'arrière, Barbara nettoie le sol; l'air se remplit alors d'une bonne odeur de propreté. Il ne reste qu'à trier et jeter les déchets et le car postal est prêt à reprendre la route le lendemain. ■

#### Des cartes journalières à gagner!

CarPostal tire au sort 10 cartes journalières pour les collaborateurs et collaboratrices de la Poste. Tentez votre chance en envoyant un e-mail à [redaction@poste.ch](mailto:redaction@poste.ch) ou une carte postale à La Poste Suisse SA, rédaction du journal «la Poste» (K11), Viktoriastrasse 21, 3030 Berne d'ici au 31 janvier.



Barbara Frey prend son service à 23 heures. Elle assure la remise en état intérieure du car. Avec des gestes rapides et précis, elle lave aussi les vitres.



Beat Lörtscher entretient les pare-brise.



Barbara Frey dispose de 15 minutes pour laver un car.



En équilibre!

## Gardez l'équilibre!

**Freddy Nock, le célèbre funambule suisse, fait la démonstration de ce que signifie garder l'équilibre.**

Une soirée époustouflante avec Freddy Nock, présentée par Gestion de la santé Poste.

**Lausanne, 6 février 2014**

Palais de Beaulieu

Avenue Bergières 10

17h15 à 19h00 + apéro dînatoire

Inscription via LMS ou en ligne au moyen du coupon sur [pww.post.ch/equilibre](http://pww.post.ch/equilibre).

**LA POSTE** 



Illustration:  
Massimo Milano

#### La Poste des VIP

## Andreas Caminada

*Chef cuisinier au château de Schauenstein (Fürstenu), 3 étoiles Michelin et 19 points Gault&Millau.*

#### Quand avez-vous envoyé votre dernière lettre?

Il s'agissait en fait de grandes lettres: début décembre, j'ai envoyé plus de 1500 magazines Caminada à mes abonnés.

#### Connaissez-vous le nom de votre facteur?

Je connais son rire! Son nom pas encore, car nous venons de déménager.

#### A quelle fréquence peut-on vous voir au guichet de la Poste?

Pas souvent: deux à trois fois par année.

#### Payez-vous vos factures par voie électronique ou avec le livret jaune?

Par voie électronique, mais quand j'avais entre 16 et 18 ans, j'utilisais beaucoup le livret jaune.

#### Quel est votre produit postal préféré?

Mes souvenirs d'enfance lorsque le facteur livrait le courrier dans sa Coccinelle VW jaune et noire. Cela faisait partie du quotidien.

#### Le plus beau trajet en car postal?

D'Ilanz à Falera, trajet associé à de nombreux beaux souvenirs.

#### Jaune, comme...

... le safran! ■

# Les Pères Noël de Dottikon

Texte: Piero Cerullo



L'équipe de Dottikon s'est mobilisée pour offrir un nouveau vélo à une fillette de six ans.

Dans le cadre de l'action «Wiehnacht för alli» (Noël pour tous), l'office de poste et de distribution Dottikon a exaucé ce Noël le vœu d'une fillette en Argovie. Il a offert un nouveau vélo à cette petite fille de six ans et l'a joliment emballé.

Avec l'action «Wiehnacht för alli», Radio Argovia désire permettre une distribution de cadeaux de Noël à des enfants provenant de familles défavorisées. Une liste avec les souhaits des enfants est publiée sur le site Internet de Radio Argovia. Toute personne souhaitant exaucer un vœu peut acheter un cadeau et, la semaine avant Noël, Radio Argovia et PostLogistics Dintikon se chargent de distribuer les présents. ■

**Fidélité à la Poste****45**<sub>ans</sub>**PostMail**

Andenmatten Stefan, St. Niklaus VS  
Baumgartner Iwano, St. Margrethen  
Büchel Norbert, Zürich  
Burri Alfred, Kriens  
Hiltbrunner Kurt, Burgdorf  
König Walter, Herzogenbuchsee  
Manser Fridolin, Appenzell  
Pfanner Josef, Flums  
Schmid Max, Sion  
Städler Hanspeter, Altstätten SG  
Vogel Peter, Zug  
Zahner Franz, Hombrechtikon

**PostLogistics**

Aregger Walter, Baar  
Baumann Markus, Hinwil  
Bucher Alois, Baar  
Schurtenberger Bruno, Rothenburg

**Réseau postal et vente**

Brazerol Dino, Davos Platz  
Burger Roger, Uttwil  
Keller Martin, Weiningen ZH

**40**<sub>ans</sub>**PostMail**

Achermann Markus, Zürich  
Baumann Eva, Zürich  
Beuchat Michel, Zürich  
Bienz Josef, Hünenberg  
Gigon Martin, Delémont  
Imesch Johann, Visp  
Kämpf Ulrich, Dombresson  
Meier Paul, Lostorf  
Salzmann Daniel, Zürich  
Thomann Peter, Thuisis  
Wethli Erwin, Wädenswil  
Windlin Hans, Alpnach Dorf  
Winkelmann Erich, Zürich  
Wytttenbach Werner, Steffisburg

**PostLogistics**

Steiner Jakob, Wädenswil

**Réseau postal et vente**

Bloch André, Biel/Bienne  
Grob Werner, Bazenheid  
Knecht Marie-Louise, Bottmingen  
Moder Ursula, Castasegna  
Pesavento Greta, Russikon  
Roth Elisabeth, Starrkirch-Wil  
Studer Silvia, Schaffhausen  
Von Niederhäusern Bernhard, Thun  
Vonder Mühl Rainer, Olten

**PostFinance**

Gelb-Kipfer Ruth, Kriens  
Käser Heidi, Netstal

**InfraPost**

Steiner Jakob, Zürich  
Tosoni Aldo, Frauenfeld

**Bon anniversaire****95**<sub>ans</sub>

Genetelli Lina, Grono (09.02.)

**90**<sub>ans</sub>

Aellen Johanna, Schönried (06.02.)  
Bachmann Erwin, Birsfelden (19.02.)  
Galli Alfredo, Capolago (07.02.)  
Gramatica Remo, Brusio (10.02.)  
Häfele Hans, Pfäffikon ZH (18.02.)  
Henneberger Victor, Sévery (18.02.)  
Imark Georg, Münchenstein (24.02.)  
Manser Hans, Männedorf (27.02.)  
Matter Hans, Engelberg (14.02.)  
Molnar Bela, Flamatt (01.02.)  
Monney Paul, St-George (17.02.)  
Morell Not Duri, Guarda (12.02.)  
Pfäffli Hans, Biel (02.02.)  
Zwicky Fridolin, Hünibach (25.02.)

**85**<sub>ans</sub>

Arnold Josef, Unterschächen (03.02.)  
Birchler Anna-Lina, Einsiedeln (18.02.)  
Blatter Emil, Ulrichen (10.02.)  
Bruhin Adolf, Künsnacht ZH (07.02.)  
Bucher Friederike, Oetwil am See (20.02.)  
Florey Betty, Petit-Lancy (26.02.)  
Flück Ruth, Grenchen (15.02.)  
Frehner Paul, Kreuzlingen (24.02.)  
Frigg Claudio, Champfèr (08.02.)  
Fuhrer Hansrudolf, Nennigkofen (17.02.)  
Geisseler Jakob, Neuenkirch (02.02.)  
Grob Hans, Winterthur (08.02.)  
Halbeisen Walter, Laufen (12.02.)  
Huwiler Erwin, Zürich (07.02.)  
Inwyler Oskar, Basel (17.02.)  
Jann Werner, Obbürgen (11.02.)  
Jaquemmet Henri, Corcelles-près-Payerne (23.02.)  
Jenny Agnes, Genève (22.02.)  
Jolliet Paul, La Chau-de-Fonds (17.02.)  
Kälin Josefine, Euthal (12.02.)  
Käser Othmar, Laupen BE (21.02.)  
Kehl Ernst, Rüti ZH (23.02.)  
Künzi Fritz, Meiringen (02.02.)  
Maradan Clébert, Ecuwillens (04.02.)  
Neff Albert, Münchenstein (09.02.)  
Pache-Burkhalter Marie-Louise, Echandens (10.02.)  
Pfister Otto, Ebmatingen (01.02.)  
Poltera Johann Otto, Mulegns (10.02.)

Poyet Odette, Genève (27.02.)  
Rieser Reinhard, Zürich (07.02.)  
Rivier Claude, St-Légier-La Chiésaz (01.02.)  
Rohrbach Elisabeth, Courtelary (03.02.)  
Rothen Robert, Epalinges (23.02.)  
Schmid Agnes, La Brévine (23.02.)  
Schmid Fredy, Dozwil (11.02.)  
Schoch Louis, Ostermundigen (23.02.)  
Stieger August, Neu St. Johann (01.02.)  
Sulzberger Wilhelm, Hütten (10.02.)  
Urbatzka Anita, Oberbüren (13.02.)  
Vuitel Henri, Neuchâtel (15.02.)  
Wernli Ernestine, Seuzach (08.02.)  
Wolf Alois, Hochdorf (13.02.)  
Zulliger Walter, Unterseen (21.02.)

**80**<sub>ans</sub>

Ambrona Maximilian, Espagne (21.02.)  
Bähni-Wussler Albert, Allschwil (25.02.)  
Berset Roland, Courtepin (15.02.)  
Betschart Franz, Urdorf (22.02.)  
Billod Louis, Les Brenets (08.02.)  
Bösch Johann, Winterthur (01.02.)  
Bolt Ernst, Zürich (09.02.)  
Boog Ariane, Lausanne (09.02.)  
Borgeat Géo, Genève (07.02.)  
Burgener Werner, Grindelwald (01.02.)  
Chalet André, Hermenches (07.02.)  
Chappuis Roger, Palézieux-Village (13.02.)  
Davatz Anna, Fanas (10.02.)  
Engler Rudolf, Oberwangen b. Bern (19.02.)  
Galfetti Yvonne, Killwangen (11.02.)  
Glücki Peter, Konolfingen (17.02.)  
Gmür Karl, Amden (05.02.)  
Gmür Renate, Amden (11.02.)  
Gubser Edwin, Rapperswil SG (14.02.)  
Guldemann Heidi, Erlach (08.02.)  
Heldner Erwin, Eyholz (04.02.)  
Hossli Armin, Unterentfelden (13.02.)  
Imhof Karl, Bolligen (16.02.)  
Künzi Fritz, Liebefeld (04.02.)  
Kurth Heinz, Weggis (12.02.)  
Lauper Konrad, Zürich (21.02.)  
Lischer Anton, Birsfelden (22.02.)  
Merz Theres, Amlikon-Bissegg (05.02.)  
Poffet Josef, Bern (13.02.)  
Python Marcel, Petit-Lancy (18.02.)  
Repole-Dessi Gina, Ehrendingen (11.02.)  
Rutz Berta, Waldkirch (03.02.)  
Ryser Robert, Malix (26.02.)  
Schaich Rosmarie, Effretikon (16.02.)  
Scheiwiller Alois, Oberbüren (06.02.)  
Schneider Elisabeth, Winterthur (15.02.)  
Schneider Friedrich, Montpreveyres (27.02.)  
Schüpbach Hugo, Bern (08.02.)  
Schüpbach Lotti, Bern (08.02.)

Schürch Leopoldine, Lausanne (01.02.)  
Schwab Margrit, Zollikofen (02.02.)  
Sidler Josef, Inwil (24.02.)  
Stocker Mathilde, Küssnacht am Rigi (22.02.)  
Thalmann Herbert, Winterthur (13.02.)  
Tran Huu-Kinh, Lausanne (03.02.)  
Wanzenried Gertrud, Bern (09.02.)  
Weder Doris, Dürnten (15.02.)  
Wider Marcel, Peseux (22.02.)  
Würgler Rudolf, Zürich (12.02.)  
Zybach Heinz, Meiringen (27.02.)

**75**<sub>ans</sub>

Alder Beda, Adliswil (03.02.)  
Altermath-Jeanbourquin Suzanne, Chaumont (20.02.)  
Andres Annelies, Walkringen (23.02.)  
Barth Hans Heiner, Birrwil (21.02.)  
Bersier Marcel, Villars-sur-Glâne (10.02.)  
Bischofberger Rosmarie, Altenrhein (27.02.)  
Bovier Marguerite, Châtelaine (22.02.)  
Brändle Hansruedi, St. Gallen (18.02.)  
Broye-Ansermet Auguste, Petit-Lancy (07.02.)  
Brunner Werner, St. Gallen (17.02.)  
Bühlmann-Zürcher Willy, Delémont (17.02.)  
Bünnagel Maria Teresa, Wädenswil (23.02.)  
Chabloz Jean-Daniel, Lausanne (22.02.)  
Christen Heinz, Rubigen (16.02.)  
Coduri Antonio, Mendrisio (04.02.)  
Crocchi Pierre-André, Savigny (12.02.)  
Croset Gérard, Lausanne (13.02.)  
Cugini Paolo, Tenero (17.02.)  
Danini-Strub Susanne, Luzern (17.02.)  
Furger Albin, Altdorf UR (22.02.)  
Giovanela Mario, Ascona (19.02.)  
Gisler Wendelin, Altdorf UR (12.02.)  
Goumaz Raphaël, Petit-Lancy (01.02.)  
Guntli Hans, Diesbach (25.02.)  
Hauri Rolf, Beinwil am See (04.02.)  
Hiltbrunner Hildegard, Kloten (23.02.)  
Humair Alfred, Vernamiège (23.02.)  
Hunziker Walter, Staffelbach (22.02.)  
Jordi Jean-Pierre, France (20.02.)  
Kämpf-Tinguely Hans-Ruedi, Villeret (06.02.)  
Karlen Elias, Visp (22.02.)  
Kästli Martin, Thal (06.02.)  
Meier-Grossenbacher Martha, Ostermundigen (20.02.)  
Métraux Monique, Moudon (09.02.)  
Neff Kurt, Gonten (06.02.)  
Nguyễn-Nguyễn Thi Ngoc Huong, Lausanne (18.02.)  
Noyer Pierre-Michel, Lugnorre (10.02.)

Philipona-Achermann Rosmarie, Düringen (15.02.)  
 Pommar Joseph, Genève (11.02.)  
 Rosat Samuel, Château-d'Oex (23.02.)  
 Schindler Rosmarie, Urdorf (27.02.)  
 Schneebeil Hansrudolf, Affoltern am Albis (01.02.)  
 Schnetz André, Fleurier (06.02.)  
 Schüpbach Ernst, Biel/Bienne (08.02.)  
 Schütz Rosa, Dieterswil (21.02.)  
 Schwitler Maria Ursula, Ftan (23.02.)  
 Stadler Rudolf Johan, Bolligen (12.02.)  
 Stampone Tonino, Monte Carasso (12.02.)  
 Süess-Conzatti Anton, St. Gallen (01.02.)  
 Suppiger Ferdinand, Horw (19.02.)  
 Velasco Dolores, Winterthur (17.02.)  
 Wälchli-Müller Hanna, Bützberg (28.02.)  
 Widmer Ruth, Pratteln (25.02.)  
 Wuchner Peter, Arbon (14.02.)  
 Würzler-Berweger Willi, Wienacht-Tobel (11.02.)  
 Zapparrata Rocco, Wollerau (24.02.)  
 Z'Brun-Walden Hans, Visp (13.02.)  
 Zindel Rosmarie, Oberurnen (07.02.)

## Retraite

### PostMail

Aeschbacher Friedrich, Sumiswald  
 Ackermann Robert, Delémont  
 Arregger Walter, Sarnen  
 Baechler Katharina, Bern  
 Betschart Richard, Muotathal  
 Buchli Wieland, Bonaduz  
 Burgy Christian, Prez-vers-Noréaz  
 Chammartin-Rossier Cécile, Romont FR

Champion Charles, Basel  
 Delessert Margarete, Founex  
 Devaud Michel, Genève  
 Diener Hanspeter, Islikon  
 Dürig Max, Volketswil  
 Echenard Albert, Lausanne  
 Eichenberger Walter, Basel  
 Eisenring Martin, Wängi  
 Favre Pierre-Alain, Neuchâtel  
 Foppa Luzia, Vella  
 Gachet-Leuenberger Pierette, Echallens  
 Grob Hans-Rudolf, Zürich  
 Gubler Theres, Magden  
 Hobi Bruno, Buchs SG  
 Hürbin Urs, Pratteln  
 Ifanger Charlotte, Sarnen  
 Jeker Brigitta, Lohn-Ammannegg  
 Kaufmann Jolanda, Kriens  
 Kuster Silvia, Dielsdorf  
 Lauper Kurt, Zürich  
 Ledermann Hansruedi, Härkingen  
 Leuenberger Claude, Lausanne  
 Maillard Jean-Jacques, Vevey  
 Maret Jacques, Eclépens  
 Martinali Bartolomeo, Biasca  
 Michel-Tenthorey Josette, Romont FR  
 Montagnese Gertrud, Amriswil  
 Mouron Alain, Vevey  
 Mühlemann Elisabeth, Fraubrunnen  
 Noll Myriam, Fribourg  
 Oppliger Ruedi, Nesslau  
 Papa-Lurati Donatella, Lugano  
 Portmann Erhard, Solothurn  
 Reber Ruth, Bischofszell  
 Reichlin Margrit, Männedorf  
 Reinhard Peter, Zürich  
 Romaniszin-Estoppey Marianne, Eclépens

Röthlisberger Bruno, Andelfingen  
 Rouiller Jérôme, Martigny  
 Salzgeber Nelly, Steg-Gampel  
 Simon-Vermot Liliane, Le Locle  
 Stäheli Hans-Peter, Uster  
 Steffen Hans-Peter, Hinwil  
 Strässle Othmar, Amriswil  
 Suter Rolf, Gränichen  
 Vaucher Edouard, Genève  
 Zahnd Leo, Ostermundigen  
 Zanetti Daniele, Mendrisio

### PostLogistics

Achermann Alfred, Frauenfeld  
 Fejzulahi Camilj, Frauenfeld  
 Fiechter André, Ostermundigen  
 Gerber Martin, Biel/Bienne  
 Raschle-Schmid Hedwig, Frauenfeld  
 Rieder Rosmarie, Bülach.

### Réseau postal et vente

Albin Alois, Trun  
 Arregger Margrit, Melchtal  
 Arregger Walter, Melchtal  
 Balzer Christina, Chur  
 Bangerter Ursula, Zweisimmen  
 Baumgartner Doris, Glarus  
 Berger Monique, Gorgier  
 Egli Susanne, Münchwilen  
 Germann Beat, Kiesen  
 Gingins Liliane, Vallorbe  
 Gmür Edith, Sargans  
 Graf Verena, Brügg BE  
 Helfenstein Alex, Root  
 Huber Edith, Münchenstein  
 Keusch Emilie, Biberist  
 Kiser Rita, Luzern  
 Kyburz René, Chiasso  
 Locher Dora, Schliern b. Köniz  
 Lüthi Marianne, Maienfeld

Morisoli Gianni, Bern  
 Pfister Therese, Ins  
 Rieder Florian, Bern  
 Ruffieux Chantal, Lucens  
 Ryf Alexander, Schinznach Bad  
 Schilling Ursula, Zürich  
 Steiner Katharina, Menziken  
 Strub Bruno, Bern  
 von Allmen Hans-Peter, Heimenschwand

### PostFinance

Gachoud Marguerite, Bulle  
 Schmid Ernst, Bern  
 Wendel Christa, Bern

### CarPostal

Arnold Johann, Saas Fee  
 Galli Fritz, Worb  
 Studer Georg, Balsthal  
 Vögeli Ruth, Frauenfeld

### InfraPost

Ayer René, Zwingen  
 Binder Hans-Ulrich, St. Gallen  
 Büche Walter, Wil SG  
 Della Chiesa Luciana, Ehrendingen  
 Gaspoz Rosette, Sion  
 Passetti Julia, St-Prex  
 Putignano Lucia, Kloten

### Swiss Post Solutions

Bernasconi Eduard, Zürich  
 Demierre Michel, Vevey  
 Freiburghaus Liener Nellie, Bern  
 Götschi Regina, Zürich  
 Gugger Leo, Winterthur  
 Guichoud Jean-Jacques, Lausanne  
 von Rohr René, Basel

## Nos regrettés

### Personnel actif

#### PostMail

Bigler Ulrich, Härkingen, geb. 1953  
 Franke Peter, Basel, geb. 1960  
 Margueron Martial, Romont FR, né en 1959

#### Swiss Post Solutions

Guetg Frank, Zürich, geb. 1958

### Retraités

Aeschlimann Adolf, Biglen (1933)  
 Ancona Giuseppe, Bellinzona (1942)  
 Arnold Kosmas, Leibstadt (1951)  
 Bächler Johann Ludwig, Rechthalten (1930)  
 Bigler Ulrich, Gümligen (1953)  
 Bretscher Ulrich, Bern (1926)

Bruderer Werner, Kriens (1935)  
 Casanova Arnold, Siat (1933)  
 Castro Gomez Manuel, Bassersdorf (1945)  
 Durtschi Walter, Buetigen (1924)  
 Felber Elsbeth, Zuzgen (1923)  
 Fischer Alfred, Pfungen (1931)  
 Fresta Venera, Basel (1938)  
 Gendre Martin, Cousset (1933)  
 Gigandet Käthi, Arch (1929)  
 Himmelberger Ernst, Oberwil BL (1930)  
 Hunkeler Maria Erika, Unterengstringen (1949)  
 Imfeld Franz, Meilen (1945)  
 Käsermann Rudolf, Bern (1926)  
 Kaufmann Robert, Ruswil (1923)  
 Kilchherr Karl, Reinach BL (1924)  
 Klossner Fritz, Reichenbach im Kandertal (1923)  
 Kobelt Hans, Winterthur (1935)

Kuzmanovic Kuzman, Dübendorf (1957)  
 Maag Samuel, Winterthur (1926)  
 Mächler-Weber Irma, Feusisberg (1924)  
 Mariéthoz Albert, Ardon (1929)  
 Millius Margarethe, Genève (1936)  
 Minder Joëlle, Lausanne (1941)  
 Petitmermet Josiane, Crissier (1950)  
 Petrini Marino, Corcelles NE (1955)  
 Rizzi Gianfranco, Bellinzona (1941)  
 Rochat Anita, Boveresse (1921)  
 Rytter Fritz, Frutigen (1932)  
 Schatzmann Hans, Bad Zurzach (1923)  
 Scherrer Astrid Margot, Pratteln (1955)  
 Schmid-Schmid Letizia, Vals (1925)  
 Schönenberger Walter, Horgen (1930)  
 Seiler Markus, Fislisbach (1954)  
 Terrier Jacques, Montignez (1929)

Thalman Michel, Genève (1934)  
 Turtschi Hans, Neuhausen am Rheinfall (1927)  
 Umberg Johann Josef, Vilters (1934)  
 von Känel Walter, Winterthur (1924)

## Place du marché

*Des maintenant, la rubrique «Place du marché» se trouve uniquement sur Intranet sous Place du marché > Privé > Petites annonces.*



©François Wavre

## Nous nous engageons pour la durabilité.

«Avec ma pompe à chaleur air-eau, j'apporte une petite contribution personnelle à la réduction des émissions de CO<sub>2</sub>. En outre, j'économise de l'espace car je n'ai pas besoin d'un local séparé pour la citerne.»

**Werner Blatter, membre de la direction CarPostal**

*La Poste optimise ses installations techniques et peut donc réduire en permanence la consommation énergétique de ses bâtiments. Le renoncement aux combustibles fossiles est aussi accéléré: par exemple, la Poste chauffe le centre courrier de Härkingen avec des pompes à chaleur. La chaleur dégagée par l'équipement de réfrigération est en outre utilisée.*

