

la Poste

11 / 2014

Pour nos collaborateurs
poste.ch/journal-online

P.P.
3030 Berne

Marcel Tanner
**L'homme
au moral
d'acier**

Page 23

LA POSTE 
Dynamique jaune.

Satisfaction des clients – prestations bien notées Page 10

CarPostal France – dix ans de présence en France Page 20



Vous faites la différence!

Cela fait des années que la satisfaction de la clientèle à l'égard de la Poste est très élevée. Et cette année ne fait pas exception, avec 80 points sur 100. Ce résultat pourrait presque sembler répétitif et prévisible, pourtant il a de quoi susciter la jalousie de nombreuses entreprises. Surtout si l'on considère que chaque citoyen est un client. Nous avons demandé à cinq d'entre eux, commerciaux et privés, ce qu'ils pensent de la Poste. Il en ressort qu'ils apprécient particulièrement la qualité des services et le conseil personnalisé (lire en page 10). La directrice générale, Susanne Ruoff, nous invite cependant à ne pas s'endormir sur nos lauriers, parce qu'il y a toujours un potentiel d'amélioration. Afin de gérer les relations avec sa clientèle de manière encore plus structurée et de fournir ainsi une contribution importante à son succès, la Poste a créé le *Customer Relationship Management* (voir l'interview en page 13). Si la qualité de nos services est importante, elle n'est toutefois rien sans le contact humain. C'est vous, chère collègue, cher collègue, qui faites la différence. Chaque jour, vous ne vous limitez pas à effectuer vos tâches, mais donnez toujours un peu plus. Vous faites preuve d'un engagement considérable dans votre rapport quotidien avec les clients, dans le contact avec eux et dans les prestations de service et de support.

Et vous ne vous engagez pas uniquement sur le plan professionnel. C'est ce que prouve Regula Eyring, collaboratrice de PostMail et donneuse de cellules souches du sang, qui sont souvent le seul espoir des personnes atteintes de leucémie (lire en page 7). Ou le facteur Adrian Roggensinger (voir l'édition d'octobre 2013) qui, le 23 octobre 2013, a sauvé d'une mort certaine une octogénaire tombée sur les rails à un passage à niveau. Pour cet acte de bravoure, le jeune homme a été récompensé par le Prix Courage décerné par le journal *Beobachter*. Félicitations!

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Claudia Iraoui'.

*Claudia Iraoui,
rédactrice*



10 Clients satisfaits

En attribuant 80 points sur 100 à la Poste, la clientèle confirme son appréciation des prestations. Quelle est la recette du succès? Pourquoi ne faut-il pas se reposer sur ses lauriers?



20 Dole comme point de départ

CarPostal célèbre les dix ans de son arrivée en France. Reportage à Dole où tout a commencé.

Actualités

6 *Se former, se perfectionner*

La réussite de l'entreprise nécessite des collaborateurs bien formés. A la Poste, une large gamme de propositions contribue à leur perfectionnement.

7 *Sauver des vies*

En Suisse, quelque 1000 adultes et enfants contractent la leucémie chaque année et ont besoin de cellules souches du sang. Les collaborateurs peuvent maintenant s'inscrire comme donneurs.

9 *Contes, lumignons et biscuits*

Les nouveaux timbres Pro Juventute présentent des rites familiaux. Robert Schmuki, directeur de Pro Juventute Suisse, explique pourquoi ils sont importants.

Dialogue

14 *Prudence et prévention*

Les trois quarts des accidents de vélo se produisent dans les zones urbaines et lors de courts trajets. Esther Walter explique comment les éviter.

Les gens

23 *Volonté d'acier*

Marcel Tanner, informaticien chez Post-Finance a réalisé son rêve en franchissant la ligne d'arrivée de l'Ironman d'Hawaï. Portrait.

En bref



Le Prix Courage décerné à un postier

Le collaborateur de la Poste Adrian Roggensinger s'est vu remettre le Prix Courage 2014 du magazine *Der Beobachter*, une distinction dotée de 15 000 francs. Le jeune homme de 22 ans a sauvé de justesse la vie d'une octogénaire avant le passage du train à Freienbach SZ. Son déambulateur était resté coincé dans les rails.

Laboratoire de la mobilité

Le canton du Valais, la ville de Sion, l'EPFL, la HES Valais et la Poste se sont associés et entendent développer ensemble des solutions de mobilité innovantes pour l'avenir. L'organisation virtuelle répond au nom de «Laboratoire de la mobilité».

EspacePost

Le nom du siège principal de la Poste à Berne, encore en construction, est maintenant connu: le bâtiment sis dans le quartier du Wankdorf s'appellera EspacePost. L'idée de Carlo Fedele (Communication) a convaincu le jury. Il a gagné un bon de *MySwitzerland* d'une valeur de 1000 francs.

Lettre au Père Noël

Chaque année, durant la période de l'Avent, des milliers d'enfants écrivent au Père Noël. Heureusement, celui-ci peut compter sur l'aide d'une équipe de postiers bien rodée pour répondre à ces lettres. Chaque enfant reçoit ainsi quelques lignes, accompagnées d'un petit cadeau et d'un conte de Noël. Mais n'oubliez pas, chers enfants, d'indiquer votre adresse!



Flux 2014 pour Scuol

La gare multimodale de Scuol a remporté le prix «FLUX – Le nœud de communication d'or» 2014. Le chef-lieu de la Basse-Engadine poursuit résolument son objectif de rendre les transports publics attractifs et d'optimiser la chaîne des différents modes de transport. Le prix FLUX a été remis par CarPostal Suisse SA, l'Union des transports publics (UTP) et l'Association transports et environnement (ATE).

Davantage d'électricité solaire à Härkingen

La Poste a mis en service deux nouvelles installations photovoltaïques sur les toits des centres courrier et colis de Härkingen. Avec une surface modulaire totale de près de 10 000 m², les installations font toutes deux partie des plus importantes du Plateau suisse. Elles produisent de l'électricité pour près de 380 ménages moyens.



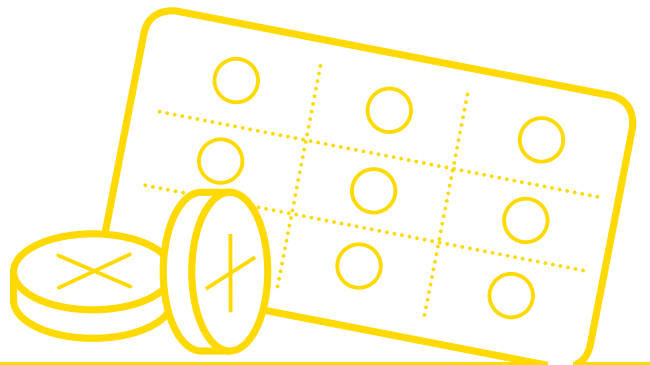
Faire ses achats avec application

Twint SA (filiale de PostFinance) va tester la première application de paiement et d'achat intégrée de Suisse au printemps 2015 (mise sur le marché au deuxième semestre). Elle permettra de payer directement dans les magasins, aux automates, sur Internet, etc. avec un Smartphone, de surveiller ses dépenses et de recevoir des offres commerciales. Twint ne requiert aucune carte de crédit ou de débit et fonctionne indépendamment des prestataires de télécommunication.



4,9 millions

Quelque 4,9 millions de personnes habitant à moins de 50 km des centrales de Beznau 1, Beznau 2, Gösgen, Leibstadt et Mühleberg reçoivent ces jours des comprimés d'iode, distribués par les facteurs. Cet important mandat se déroule jusqu'à début décembre.



«Si les collaborateurs ne remarquent rien, c'est que nous avons fait du bon travail»

De décembre à début janvier, plusieurs logiciels du portail RH et SAP seront inaccessibles dans l'Intranet ou accessibles de façon restreinte uniquement. Andreas Rüfenacht, responsable de la commission du projet «Redesign Persy 2015» et Gerald Eder, responsable RH IT et projets, expliquent pourquoi Persy, le système actuel d'information du personnel, doit être changé.

Texte: Verena Jolk / Photo: Monika Flückiger



Gerald Eder, responsable RH IT et projets, et Andreas Rüfenacht, responsable Projets Personnel et Centre de services.

Pourquoi le système RH doit-il être changé?

Andreas Rüfenacht: Persy a maintenant 15 ans, et bien qu'il fonctionne encore bien, nous devons tout de même le remplacer. Avec le nouveau système, nous pourrions simplifier la maintenance et en baisser les coûts, réduire au maximum le risque d'erreur, raccourcir les temps de réaction et d'adaptation et garantir un archivage sécurisé des données. Nous nous préparons aussi à l'intégration de la nouvelle CCT, même si les négociations sont encore en cours.

Gerald Eder: Le système a été développé en 1999 pour des structures simples. La Poste s'est entre-temps complexifiée. C'est comme si nous avions une chaussure de marche, mais qu'elle n'était pas adaptée à la randonnée de montagne qui nous attend. Avec le nouveau système, nous pourrions appliquer les adaptations internes en souplesse. L'utilisation et l'apparence du système ne changent pas.

De quoi faut-il tenir compte et à qui les collaborateurs peuvent-ils s'adresser en cas de questions?

G.E.: Je demande à tous les collaborateurs de traiter impérativement et le plus tôt possible leurs workflows encore en suspens du système RH. Des e-mails de rappel sont actuellement envoyés aux utilisateurs concernés. Si les workflows ne sont pas traités, ils devront être redémarrés en janvier.

A.R.: Les collaborateurs peuvent s'adresser à leur supérieur, qui peuvent à leur tour s'adresser aux conseillers RH. Le Centre de services Personnel peut également apporter son aide. Important: Les processus cruciaux sont garantis dans tous les cas, p. ex. les nouveaux engagements. Le futur colla-

borateur recevra une confirmation d'embauche, mais le contrat de travail et l'enregistrement Persy ne seront traités qu'en janvier.

G.E.: L'affichage de la gestion du temps est certes désactivé, mais le pointage fonctionne et toutes les données sont enregistrées. Bien entendu, pas besoin de noter les temps de travail à la main! La saisie du temps de travail avec une carte d'identité provisoire sera toutefois impossible du 15 décembre 2014 au 5 janvier 2015.

Avez-vous un plan B au cas où tout ne fonctionnerait pas comme prévu en janvier?

G.E.: Nous tiendrons une dernière réunion pour la décision finale début décembre. Des tests très variés ont été réalisés et nous avons consacré beaucoup de temps au lancement. Tout semble indiquer que nous pourrions introduire le nouveau système comme prévu.

A.R.: Je ressens un engagement énorme. J'aimerais remercier chaleureusement l'équipe de projet, mais aussi le Centre de services Personnel et tous les autres collaborateurs des unités qui étaient impliqués! Si, en janvier, les collaborateurs de la Poste ne remarquent rien et utilisent leurs applications habituelles, alors nous aurons fait du bon travail. ■



www.post.ch/redesignpersy
redesignpersy@post.ch

Modules de formation et de perfectionnement «maison»

L'offre de formation et de perfectionnement proposée aux collaborateurs de la Poste est très vaste. La Direction du groupe a commandé un premier état des lieux du «paysage de la formation à la Poste».

Texte: Olivier Aebischer / Photo: Monika Flückiger



Konrad Rietmann

De l'avis de Konrad Rietman, responsable du projet Paysage de la formation à la Poste, la formation et le perfectionnement de la Poste sont d'un niveau élevé et répondent aux attentes stratégiques et opérationnelles.

Plus de 1300 modules de formation et de perfectionnement

Ces derniers mois, il a traité ce thème en profondeur avec des collègues de différentes unités et mené de nombreuses interviews à l'intérieur de la Poste comme dans d'autres grandes entreprises. «La Poste propose plus de 1300 modules de formation et de perfectionnement dans toutes les régions de Suisse: ce sont des formations présentielles, mais aussi des contenus transmis par voie électronique comme des *eLearnings* et des *cybertests*. Si l'on creuse un peu plus loin, on s'aperçoit qu'en 2013 environ 80 500 offres de formation électroniques ont été suivies et que les formations présentielles l'ont été par presque

30 000 collaborateurs au cours de l'année passée», précise Konrad Rietmann.

Des investissements qui en valent la peine

«La Poste a raison d'être généreuse dans le domaine de la formation et du perfectionnement externes suivis à l'initiative des collaborateurs. En effet, des collaborateurs bien formés contribuent au succès d'une entreprise et restent souvent fidèles à l'employeur qui leur a permis ce perfectionnement», ajoute Konrad Rietmann.

Tirer le meilleur du potentiel de synergies

Sur mandat de la Direction du groupe, il a dressé l'état des lieux des activités de formation de la Poste. C'était la condition requise pour l'ancrage du thème de la formation dans la stratégie du personnel et pour l'organisation future de la formation et du perfectionnement. «Le potentiel de synergies entre les unités peut être encore mieux exploité», affirme Konrad Rietmann. Il recom-

mande de recenser les activités de formation et de perfectionnement de façon plus homogène encore que par le passé: «Cela simplifiera énormément la transparence et la gestion générale du thème de la formation et du perfectionnement. C'est un point que la Poste peut encore améliorer, comparée à d'autres entreprises.» ■

Chef de projet et pilote

Konrad Rietmann travaille à la Poste depuis huit ans et occupait jusqu'il y a quelques mois le poste de responsable Développement du personnel et de l'organisation à PostLogistics. Pendant ce temps, cet ancien apprenti employé de commerce a entre autres terminé sa thèse de doctorat en Business et Management. En dehors de son activité professionnelle à la Poste, Konrad Rietmann est pilote confirmé et passionné.

Sauver des vies

Un don de cellules souches du sang est souvent l'unique chance de guérison pour les personnes atteintes d'une leucémie. La Poste apporte actuellement son soutien à l'organisation Transfusion CRS Suisse dans sa recherche de nouveaux donneurs.

Texte: Simone Hubacher



«En donnant des cellules souches du sang, nous offrons de l'espoir, mais il n'y a pas assez de donneurs. C'est pourquoi je me suis enregistrée comme donneuse – et aussi parce qu'une fois j'en aurai peut-être aussi besoin.»

Regula Eyring, PM,
donneuse de cellules souches enregistrée

Un millier d'enfants et d'adultes sont frappés chaque année en Suisse par la leucémie ou une autre maladie potentiellement mortelle du système hématopoïétique. Beaucoup d'entre eux peuvent être guéris grâce à une transplantation de cellules souches du sang. Mais seulement 20 à 30% des patients trouvent un donneur compatible au sein de leur famille. C'est là que SBSC (Swiss Blood Stem Cells), un secteur de Transfusion CRS Suisse, entre en jeu: l'organisation est non seulement chargée de gérer le Registre suisse des donneurs de cellules souches du sang, mais aussi de recruter ces donneurs et de transmettre leurs données pour des patients de Suisse et de l'étranger. «Cette extension du registre des donneurs vise à venir en aide encore à un plus grand nombre de patients», précise Dagmar Anderes, directrice Marketing & communication de Transfusion CRS Suisse.

Publipostage et campagne de don de sang

La Poste apporte désormais aussi sa contribution: au cours des prochains jours, SBSC enverra un courrier à près de 20 000 collaborateurs de la Poste qui ont, à leur entrée en fonctions, indiqué qu'ils souhaitaient recevoir de la publicité de partenaires en cochant la case prévue à cet effet. Par ailleurs, dans le cadre de la campagne annuelle de don de sang qui aura lieu le 9 décembre au siège de la Poste à Berne, les collaborateurs pourront directement s'enregistrer comme donneurs de cellules souches du sang et procéder au test de salive avec un coton-tige, à des fins de groupage tissulaire. Les collaborateurs absents ce jour-là peuvent s'enregistrer en ligne. «La Poste s'engage intensément pour la durabilité ou la responsabilité sociale. Aussi n'avons-nous pas hésité une seconde quand Transfusion CRS Suisse nous a présenté sa demande», explique Markus Zuberbühler, responsable Gestion de la santé dans l'unité Personnel. ■

Devenir actif maintenant

Enregistrez-vous en ligne comme donneur de cellules souches du sang. Rien de plus simple et rapide: www.sbsc.ch/enregistrement. Grâce à un don en espèces, vous nous aidez aussi à sauver des vies. Lors de l'enregistrement d'un nouveau profil, la détermination du type tissulaire et les examens médicaux sont complexes et onéreux. Des ressources financières sont donc nécessaires à l'extension visée du registre. www.sbsc.ch/donfinancier. Compte: 30-26015-0, mention «Sauver des vies»

Postidea



L'idée du mois

Ce mois-ci, la meilleure idée a été envoyée par Julia Stähli (PV). Un mois durant, elle conduira la Smart Postidea.

La mise en ligne de nouvelles campagnes de vente ou la mise en place de systèmes peuvent susciter des incertitudes ou des questions qui conduisent les collaborateurs des offices de poste à appeler le support vente. Jusqu'à présent, il en résultait toujours des files d'attente; le service d'assistance était surchargé pendant plusieurs heures et difficile à joindre. L'idée qui consiste à préparer dans

ces cas particuliers un message sur lequel sont enregistrées les informations principales met fin aux longs temps d'attente et permet au support vente d'être plus disponible.



Voir le film online:
poste.ch/journal-online



E-Post Office va plus loin

E-Post Office est doté de fonctions supplémentaires qui simplifient la vie. Les fichiers privés peuvent être téléchargés, puis gérés aisément.

Texte: Lukas Tschopp



E-Post-Office: la boîte aux lettres intelligente sur Internet.

E-Post Office est un service électronique de la Poste qui permet aux destinataires de choisir librement comment ils souhaitent recevoir leur courrier. Par un simple clic, ils décident s'ils veulent recevoir leurs lettres sur papier dans leur boîte aux lettres, sous forme de documents électroniques par e-mail ou au format PDF dans leur boîte de réception E-Post Office. A partir de maintenant, la boîte aux lettres intelligente sur Internet propose des services supplémentaires ingénieux. Il est désormais possible de télécharger des documents électroniques privés, de les classer et de les consulter où que l'on soit. La Poste enregistre les données sur ses serveurs en Suisse. Cinq gigaoctets de mémoire sont mis gratuitement à disposition. Avec les nouvelles applications pour iPhone, iPad et smartphones Android, on peut en plus ouvrir son courrier là où on le souhaite.

Les entreprises qui envoient leur courrier via E-Post

Office profitent désormais de la «solution d'impression». Après avoir téléchargé une seule fois E-Post Office sur le pilote d'impression de l'entreprise, les sociétés transmettent par voie électronique leurs envois à la Poste qui se charge de les expédier soit sur papier soit par e-mail. ■

S'inscrire maintenant

Vous souhaitez faire partie des toutes premières personnes qui décident elles-mêmes comment recevoir leur courrier? Il vous suffit de vous inscrire et de suivre le développement d'E-Post Office. L'année prochaine, il est entre autres prévu d'intégrer une fonction permettant de régler des factures entrantes.



poste.ch/epostoffice

329.-
~~399.-~~

Carte cadeau Figurine 3D
Mini Me 20 cm
Art. 685017

Vos objets préférés. Fabriqués maison.

Donnez libre cours à votre créativité avec l'offre d'impression 3D de la Poste.

Avec la Poste, c'est possible: avec **les imprimantes 3D**, vous pouvez donner forme à vos idées vous-même. Et si vous souhaitez réaliser une **figurine unique en son genre à partir d'un body-scan** ou un **bijou personnalisé** – nous l'imprimons en 3D pour vous. Tous les détails sur postshop.ch/impression3d

3D-Print: le futur, couche après couche

LA POSTE 
Dynamique jaune.



«Les enfants aiment les rites familiaux»

Robert Schmuki, directeur de Pro Juventute Suisse, explique pourquoi les habitudes familiales sont importantes et pourquoi elles apportent un sentiment de sécurité aux enfants.

Texte: Sandra Gonseth / Photo: Dominic Büttner



Robert Schmuki, directeur de Pro Juventute Suisse.

Les rituels peuvent-ils renforcer les liens familiaux?

Oui, car ils sont cruciaux pour les enfants. Ils les aident à s'orienter, leur apportent un cadre et un sentiment de sécurité. Les enfants aiment les rites familiaux. Grâce à la coutume qui consiste, par exemple, à découper tous ensemble des lanternes pour le cortège, les enfants se sentent proches de leur famille.

Quels rituels familiaux perdurent?

Les enfants apprécient d'autant plus les actions communes et les fêtes quand elles sont récurrentes et se déroulent toujours de la même manière. Alors, ils savent ce qui les attend, ils s'en réjouissent et s'en souviennent souvent toute leur vie! A la naissance de leur premier enfant, les parents

peuvent se poser la question des rituels qu'ils souhaitent conserver dans leur vie familiale, pour renforcer le sentiment d'appartenance et nourrir l'imaginaire des enfants. Ces coutumes peuvent aussi être tout à fait personnelles. Les trois moments familiaux des sujets des timbres Pro Juventute sont de parfaits exemples.

A quoi est destinée la surtaxe de ces timbres?

Le produit des ventes de timbres de cette année bénéficiera directement aux programmes de Pro Juventute. D'une part, nous souhaitons nous assurer de pouvoir mettre en place des offres de vacances pour les enfants dans tout le pays l'an prochain. D'autre part, cela nous permet aussi de faire avancer la protection des enfants, que ce soit par rapport aux dangers d'Internet ou directement via le numéro d'urgence 147. Chaque jour, notre équipe répond à 400 enfants et jeunes par téléphone, SMS, chat, e-mail et sur le Web.

Qu'est-ce qui préoccupe les jeunes?

Parfois, ce sont des problèmes simples. Mais, malheureusement, les cas graves voire des jeunes aux pensées suicidaires ne sont pas rares. Dans ces cas, nous pouvons agir grâce au soutien apporté directement et en toute simplicité par chacun grâce à ces timbres. ■

Les nouveaux timbres Pro Juventute

Cette série sur deux ans reprend des rituels familiaux comme raconter des histoires, faire des biscuits ou le cortège de lanternes-raves. Ces timbres spéciaux avec surtaxe ont été réalisés par l'illustrateur et dessinateur de bandes dessinées bâlois Nicolas d'Aujourd'hui et sont disponibles dans tous les offices de poste



Commande aussi sur:
poste.ch/epostoffice



«Je prends le car postal numéro 106 tous les jours et j'en suis ravie. Les conducteurs sont gentils, je me sens en sécurité et de grands progrès ont été faits au niveau de la propreté. J'apprécierais cependant que les correspondances avec d'autres moyens de transport soient annoncées.»

Verena Welten,
cliente privée, Kirchlindach

«Le conseil fourni par DMS et par la Vente prévoit bien la mise en œuvre des mesures. Au niveau de la satisfaction des demandes des clients, la Poste pourrait encore s'améliorer. Par exemple, il n'est pas possible d'intégrer des crayons dans un mailing d'acquisition sans être obligé de payer des frais de port supplémentaires.»

Katja Schaffner,
Greenpeace Fundraising, Zurich

«Notre boutique en ligne utilise la solution de paiement de PostFinance. Important pour moi: un interlocuteur unique, la transparence des coûts et des processus simples. Pour les paiements internationaux, je souhaiterais des prestations supplémentaires.»

Kevin Willy,
COO Nile Clothing, Berne



«La ponctualité de la Poste est une chose d'envie. Contrairement à de nombreux Suisses, la Poste m'appartient. Il est important de continuer à offrir une attention particulière à la tradition et aux g...»

Giorgio Fonio,
client privé, Pedrinete



«J'apprécie la disponibilité et le professionnalisme de mes interlocuteurs attirés, le respect des délais et le soin apporté à la marchandise. Je souhaite plus de souplesse dans la prise en charge des colis en fin d'après-midi et dans la gestions des adresses.»

Carlos Letelier,
responsable logistique A. Marchon SA,
Granges-Paccot

«La Poste est quelque chose que j'apprécie. Comme probablement beaucoup d'autres, je pense que la Poste change, mais il faut continuer à accorder de l'importance particulière à la qualité des services.»



Satisfaction des clients

La Poste attache une grande importance à la satisfaction de ses clients. Afin de faire ressortir les points forts et les points d'amélioration, un sondage auprès de plusieurs milliers de clients est effectué chaque année.

Texte: Jacqueline Schwander / Photos: Béatrice Devènes, Matteo Fieni, Alessandra Leimer, Charly Rappo, Rolf Siegenthaler

L'enquête menée cette année auprès de 37 000 clients commerciaux et privés a révélé des résultats stables: avec 80 points sur 100, l'indice de satisfaction de la clientèle vis-à-vis du groupe maintient le record atteint l'année dernière. Il démontre ainsi que les clients de la Poste sont satisfaits dans leur très grande majorité. L'unité du groupe Réseau postal et vente a de nouveau obtenu un score particulièrement positif auprès des clients privés, qui lui ont octroyé 86 points. La qualité de la distribution de la Poste remporte quant à elle 91 points dans un sondage distinct.

Les clients aiment la nouveauté

Près de 14 000 clients privés et 10 000 clients commerciaux ont évalué les prestations de la Poste lors du sondage. L'indice de satisfaction de la clientèle vis-à-vis du groupe (80 points sur 100) montre que nos clients accueillent favorablement l'amélioration continue des produits et des prestations. A partir de 80 points, la note est considérée comme un indice de satisfaction très élevé. Les clients apprécient particulièrement la qualité des prestations et le conseil personnalisé.

Une foulée d'avance pour PV

Les clients privés placent les différentes unités du groupe au même niveau élevé que l'année dernière. C'est à nouveau l'unité Réseau postal et vente qui a décroché la meilleure appréciation (86 points). De son côté, CarPostal a progressé tant auprès des pendulaires (76 points) que des voyageurs de loisirs (84 points).

Les clients commerciaux représentent un segment crucial pour la Poste puisqu'ils génèrent la majeure partie du chiffre d'affaires du groupe. Ils continuent à accorder des notes élevées – de 77 à 82 points – aux différents sous-domaines. Par rapport à l'année précédente, les clients commerciaux ont un peu mieux évalué Swiss Post Solutions et l'envoi de lettres en Suisse de PostMail en leur accordant respectivement 82 et 79 points. Les notations de PostMail International (77 points), de

«Le maintien du niveau de qualité de nos prestations est une tâche permanente»

Susanne Ruoff, directrice générale du groupe Poste, s'exprime sur la satisfaction des clients.

Le niveau de satisfaction des clients vous réjouit-il?

Nous avons atteint 80 points sur 100, ce qui est un taux excellent et stable. Les solides résultats semestriels ainsi que les bonnes valeurs du sondage du personnel et de cette enquête de satisfaction de la clientèle le confirment. Mes attentes sont donc comblées. Toutefois, nous ne devons pas nous reposer sur nos lauriers.



Les facteurs ont été plébiscités par les clients privés dans le cadre d'une enquête distincte ...

Oui, il s'agit de l'indice de satisfaction des destinataires, qui a atteint 91 points sur 100, un résultat exceptionnellement élevé. Je remercie vivement les collaborateurs!

Au vu des résultats élevés de ces dernières années, une amélioration est-elle encore possible?

Sans doute, car il ne faut jamais penser que les résultats obtenus vont de soi. Les marchés évoluent, au même titre que nos clients. Nous devons donc maintenir le niveau de qualité élevé de nos prestations, et l'engagement de nos collaborateurs envers les clients.

Quels sont les défis en regard des résultats?

Je vois un potentiel d'amélioration dans la résolution des problèmes. Ils doivent être traités rapidement et correctement. Et nous devons toujours nous demander si une adaptation des processus internes est nécessaire pour le bien des clients. Ensuite, nous devons nous préoccuper de notre culture du feed-back. Elle exige une grande confiance entre les cadres et les collaborateurs. Les feed-backs du personnel doivent être intégrés à l'organisation, pour leur donner une suite. J'attends donc de chaque collaborateur de réfléchir chaque jour à ce qu'il pourrait faire encore mieux, de manière encore plus simple pour nos clients. C'est la voie à suivre pour maintenir la satisfaction de la clientèle à un haut niveau à l'avenir. ■

 Voir aussi le message vidéo de Susanne Ruoff



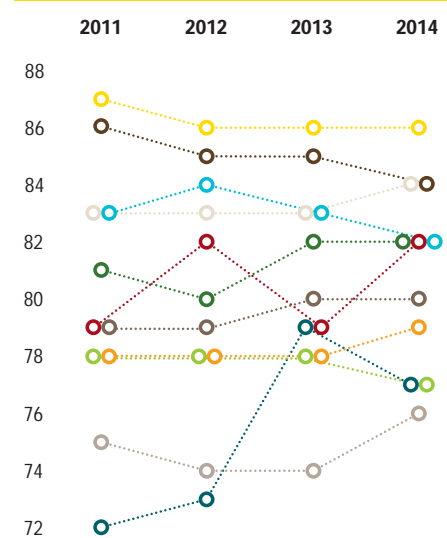
(suite de la page 11)

PostFinance (82 points) et de PostLogistics (77 points) restent quant à elles à un niveau élevé malgré un léger recul auprès des clients commerciaux.

Tous nos compliments au personnel de distribution

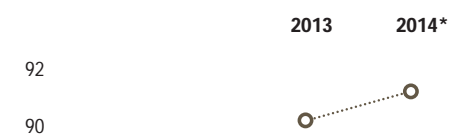
Cette année encore, le personnel de distribution mérite tous les éloges. Dans un sondage mené séparément auprès d'environ 12 800 destinataires privés dans toute la Suisse, la qualité de la distribution de la Poste obtient une note excellente de 91 points, un score supérieur à 90 points pour la huitième année consécutive. Les clients apprécient en particulier la compétence et l'empressement du personnel de distribution, dont l'amabilité, avec 95 points, décroche la note la plus haute. ■

Satisfaction de la clientèle



- Groupe Poste
- PostMail, clients commerciaux
- PostLogistics, clients commerciaux
- PostFinance, clients commerciaux
- Swiss Post Solutions, clients commerciaux Suisse
- Swiss Post International, clients commerciaux Suisse
- Réseau postal et vente, clients commerciaux
- Réseau postal et vente, clients privés
- PostFinance, clients privés
- CarPostal, pendulaires
- CarPostal, voyageurs de loisirs

Index de satisfaction des destinataires



* Ces valeurs ne sont pas directement comparables dans la mesure où le questionnaire a été modifié.

- Qualité générale de la distribution

«C'est une collaboration très constructive»

Avec le nouvelle gestion de la relation client (CRM), inscrite dans la stratégie 2014-2017, la Poste veut développer les relations clients encore plus systématiquement et apporter une contribution essentielle à la réussite de l'entreprise. Oliver Egger, responsable CRM, études de marché et service clients PostMail, présente ce projet.

Texte: Simone Hubacher / Photo: Yoshiko Kusano



En quoi consiste le CRM?

Il s'agit essentiellement de comprendre notre clientèle dans sa globalité. A la Poste, avec des clients très différents et tous les collaborateurs qui sont en relation avec les clients, c'est beaucoup plus difficile que pour une PME par exemple. Avec le CRM, nous voulons optimiser les contacts de vente, du marketing et du service clients. Il doit nous permettre d'identifier les potentiels de développement et de rentabiliser le travail.

Est-ce la raison pour laquelle vous avez développé la stratégie CRM 2014-17 de la Poste?

Comme l'équipe CRM de PostMail conçoit le CRM pour Poste CH SA, il était important dès le départ d'élaborer les objectifs et les points forts de la stratégie en collaboration avec les unités. Nous avons pour cela mis sur pied un comité de pilotage global avec lequel nous collaborons de manière très constructive. Jusqu'ici, la Poste n'avait pas de stratégie CRM. Je suis fier du résultat.

Quel en est le contenu?

Nous avons défini plusieurs champs d'action. Le premier point est en même temps le plus central. Les données de base de nos clients sont actuellement traitées dans de nombreux systèmes différents et de diverses manières. Cela entraîne des recoupements fastidieux et nous ne sommes jamais sûrs de pouvoir identifier les clients de manière réel-

lement unique. Nous définissons en ce moment les conditions techniques qui permettraient à la Poste d'attribuer à l'avenir un numéro de client centralisé. Il s'agit d'un projet d'envergure. Deuxièmement, nous souhaitons tirer des informations exploitables des nombreuses données dont nous disposons. C'est ce qu'on appelle la veille de la clientèle (*customer intelligence*).

«L'objectif est d'identifier les potentiels des clients et de couvrir les besoins de manière plus globale.»

Pouvez-vous nous donner des exemples?

L'objectif est d'identifier les potentiels des clients, de couvrir les besoins de manière plus globale et de rentabiliser les relations clients. Si un client reçoit souvent des envois avisés et que les colis et lettres ne peuvent pas être distribués directement, nous voulons pouvoir lui proposer proactivement des alternatives à la livraison à domicile qui lui conviennent. Cela permet à tout le monde de gagner du temps.

Quels sont les autres avantages?

Nous développerons aussi la gestion des campagnes de la Poste. La coordination globale des campagnes de marketing direct en particulier doit être simplifiée à l'avenir et le canal physique combiné au canal électronique. Il faut aussi soutenir le processus de vente. Les vendeurs souhaitent des solutions automatisées qui simplifient leurs conseils et les déchargent lors de la préparation des entretiens.

Que percevront les collaborateurs du CRM?

Cela dépend beaucoup de leur fonction. Les vendeurs disposeront prochainement d'une nouvelle banque de données «ventes». Une fois le CRM en place, les gestionnaires de produits sauront mieux comment développer leur produit pour qu'il corresponde davantage encore au souhait du client. Le marketing, la gestion des campagnes et le service clients en profiteront aussi, car nous pourrions aborder les clients de manière beaucoup plus personnalisée qu'avant. ■

«Un casque n'est pas une assurance-vie»

Esther Walter, collaboratrice scientifique Recherche au Bureau suisse de prévention des accidents (bpa), souligne à quel point il est important de porter un casque de vélo, même pour les trajets courts.

Texte: Sandra Gonseth / Photo: Yoshiko Kusano



Esther Walter.

72% des sondés ne sortent jamais sans leur casque. Mais cela veut donc dire que près d'un tiers n'en porte pas. A-t-on tendance à sous-estimer les dommages indirects?

Le taux moyen de port du casque par les cyclistes est en Suisse de 43%. On dira alors que 72% est un bon résultat. C'est justement dans le cadre des trajets courts que le risque d'accident est pris à la légère. Or, porter un casque est primordial dans ces situations aussi, puisque trois quarts des graves accidents de vélo se produisent à l'intérieur des localités et donc le plus souvent sur des trajets courts pour se rendre à la gare ou faire des achats.

Qu'est-ce qu'un casque peut et ne peut pas prévenir?

L'effet protecteur est une question de probabilité: lors d'un choc, un casque de vélo réduit la probabilité de blessures à la tête d'environ 40%. En d'autres termes, si parmi les personnes qui ne portent pas de casque dix cyclistes se blessent à la tête, seules six personnes parmi les cyclistes sont victimes de ce genre de traumatisme. Un casque n'est par conséquent pas une assurance-vie, mais un dispositif de protection dont le port peut, le cas échéant, être décisif.

Le port du casque ne risque-t-il pas de donner un faux sentiment de sécurité?

Il est impossible de prévoir l'imprévisible. C'est la raison pour laquelle prudence et anticipation sont de mise sur la route et ce même avec un casque! En outre, un casque ne remplit sa fonction que s'il est porté correctement. 10% des cyclistes ne serrent pas les lanières comme il faut ou le portent sur l'arrière de la tête – le casque ne peut alors pas déployer son effet protecteur. Chez les enfants, ce chiffre atteint même 20%.

A ski, la situation est différente. Comment se fait-il que le casque ait réussi à s'imposer auprès d'une large majorité?

La question du confort détermine le plus souvent le port ou non du casque. Et, à ce niveau, le casque de ski a l'avantage sur le casque de vélo. Lorsque l'on fait du ski, le bonnet ravage de toute façon la coiffure – alors, autant porter un casque. En plus il tient bien chaud. A vélo, c'est différent: sentir le vent dans les cheveux est une sensation agréable. Par ailleurs, beaucoup renoncent au casque pour les courts trajets, car ils ne savent pas quoi en faire arrivés à destination.

«Prudence et anticipation sont de mise sur la route, même avec un casque!»

D'après les dernières statistiques du bpa, le taux de port du casque par les cyclistes, notamment chez les enfants, est en recul. Quelle en est la raison?

Beaucoup de ces «enfants» se sentent comme des adolescents – bien qu'ils n'aient que dix ans. Cela pourrait notamment expliquer qu'en ne portant pas de casque, ils se démarquent des adultes. Ils se rebellent et refusent cette protection. En outre, les enfants sont exposés de plus en plus tôt à la pression sociale exercée par leurs pairs. Si le casque est considéré comme «pas cool», on ne le porte plus déjà dès dix ans, sans attendre d'avoir quatorze ans.

La saison d'hiver approche à grands pas avec la nuit qui tombe plus vite et les routes mouillées et enneigées. Est-il encore plus important de porter un casque à cette saison?

Un casque est toujours de rigueur, car on ne sait jamais quand on va être exposé à un danger. On aurait tort de penser qu'un casque est nécessaire uniquement sur des chaussées mouillées et recouvertes de neige. Dans l'obscurité, il est en plus capital de tout faire pour être visible: une lumière et des matériaux réfléchissants peuvent également sauver des vies, comme le casque. ■

Port du cas obligatoire pour les facteurs?

En principe, les facteurs de la Poste sont tenus de porter un casque. Mais souvent ils font leur tournée dans les quartiers sans casque. A vrai dire, ils n'enfreignent aucune règle: dans un quartier, lorsque les facteurs vont de boîte en boîte et ne dépassent pas la vitesse de 25 km/h, ils ne doivent pas obligatoirement porter de casque. Par contre, le port est obligatoire pour le trajet aller depuis la centrale de distribution au quartier et pour le trajet retour.

Résultat du sondage du mois d'octobre

Portez-vous un casque dans votre activité professionnelle ou privée? (moto, vélo, ski, etc...)



Oui: 72%

Non: 28%

Ruedi Menzi, PM

Depuis que j'ai vu, il y a 30 ans, une de mes connaissances être sévèrement blessée lors d'un accident de vélo, je porte toujours un casque lorsque je vais en vélo. Cela même si je ne roule que 2-3 kilomètres (...). Au travail, dans la zone de distribution avec le scooter, le casque est à portée de main, mais pas sur la tête. Sauf en hiver, quand il neige et qu'il fait froid, car il tient aussi chaud.

Jean-Pierre Coudray, PV

Il est primordial de se protéger la tête dans des activités sportives extrêmes. Aussi à ski, à vélo, etc... Le casque peut sauver des vies...

«Un casque est un must absolu.»

Stefan Amstutz, IT

Je fais des études en parallèle et j'ai déjà pu suivre des cours portant sur les lésions cérébrales à la suite d'accidents. C'est pourquoi je sais que même les plus petites blessures peuvent avoir d'importantes répercussions sur la vie (incapacité de travail, difficultés à gérer le quotidien, etc.). Et cela même lorsqu'il ne s'agit

pas d'une chute horrible comme celle de Michael Schumacher. Voilà pourquoi il est pour moi primordial de porter un casque.

Markus Blum, P

C'est clair et net qu'il vaut toujours mieux porter un casque, même si celui-ci ne peut pas toujours empêcher le pire (voir aussi l'exemple de Michael Schumacher). En outre, le casque fait office en été de protection contre le soleil, tandis qu'en hiver il protège contre le froid. Sans oublier qu'un casque peut aussi être très stylé/décoratif.

Andreas Ambühl, PM

Je vais tous les jours au travail à vélo. Pour moi, le casque est un must absolu, notamment depuis que j'ai vu un cycliste ne portant pas de casque heurter le bord du trottoir avec la tête. Cet accident m'a vacciné pour longtemps. Casque de ski: oui, cela va de soi. Mais de ne plus être obligé de porter un casque à l'armée, pour être honnête, cela m'est plutôt égal.

Gérald Gredinger, PF

Je fais encore partie de la vieille génération de snowboarders et je ne porte donc qu'un gros bonnet de laine. Je préfère skier sans casque, mais avec une attitude réfléchie, en connaissant mes capacités

et en faisant attention aux autres. Le casque apporte à certains skieurs un faux sentiment de sécurité, ce qui les rend dangereux pour eux et les autres, car ils ne sont plus conscients de leurs limites.

Theres Schmelzer, PV

Le casque de vélo m'a une fois évité de me blesser à la tête. Mais, je trouve le casque de ski superflu; je le porte tout de même pour faire comme tout le monde.

Wenzel Zuber, ITM

Je porte un casque aussi bien sur le chemin du travail que dans la vie privée, et ce même pour les courts trajets. Si ce n'est déjà que pour montrer le bon exemple aux enfants. Cet été, j'ai fait une chute en VTT. En tombant la tête la première, mon casque s'est cassé en deux morceaux. Je suis certain que si je n'avais pas porté de casque lors de cet accident, je ne serais aujourd'hui pas assis ici.

Damian Christof Häner, PF

Depuis que je me rends au travail à vélo, le casque est mon complice de tous les jours. Si j'ai le malheur de l'oublier une fois, il me manque quelque chose sur la tête. Je me sens plus en sécurité quand je porte un casque, précisément en ville et pendant la saison sombre de l'année.

Marianne Heusser, PV

Je n'ai encore jamais porté de casque de cycliste. Avec les accidents de nos jours, il serait même plus que nécessaire de porter des protections pour le dos, les genoux et la poitrine.

«Le casque apporte à certains skieurs un faux sentiment de sécurité.»

Beatrice Aussieker, PM

Porter un casque coule de source. J'en ai un quand je suis à vélo ou que je fais du ski. Bien entendu, il ne protège pas toujours à 100%, mais minimise la probabilité des accidents graves. Il faut bien prendre conscience que le cerveau commande une foule d'actions, bien au-delà de mon travail quotidien à la Poste. Cela va jusqu'à la respiration et les mouvements. Souvent, nous ignorons l'ampleur des conséquences.

Question du mois

«Louez-vous votre sapin de Noël et le laissez-vous livrer à votre domicile par la Poste?»
(www.ecosapin.ch)



Exprimez votre opinion online:
www.post.ch/journaldupersonnel

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

Nos vives félicitations!

Les 13 bouteilles de vin du vigneron **Matthias Bodenmann de Salgesch (édition 10/2014)** ont été gagnées par:

Rémy Bürki, Courroux
Gianni Croci, Stabio
Raymond Currat, Lausanne
François Devaux, Münsingen
H. Häusermann, Egliswil
Markus Jenzer, St-Gall
Christine Massy Noti, Veyras
Annemarie Morf, Nottwil
Rolf Schatzmann, Langnau
Jacobina Tschenett, Müstair
Beatrice Vessaz, Villeneuve
Kurt Zuber, Grenchen
Daniela Zwygart, Ittigen

Agenda

Septembre 2014 – février 2015

Championnat de hockey sur glace, ligue nationale divers stades
www.ticketcorner.ch

Novembre 2014 – mars 2015

PostFinance Trophy, tournoi de hockey, écoliers divers stades
www.postfinance-trophy.ch

15.11.2014 – 6.12.2014

DAS ZELT, Chapiteau PostFinance, Lucerne
www.daszelt.ch

16.11.2014

Orchestre symphonique suisse des jeunes, Muttenz
www.sjsso.ch

25. – 30.11.2014

Salon des métiers et de la formation, Lausanne
www.metiersformation.ch
✓ Entrée libre

29.11.2014

Basler Stadtlauf
www.baslerstadtlauf.ch

11.12.2014

Congrès des étudiants, Zurich
www.absolventenkongress.ch
✓ Etudiants, alumni et *Young Professionals*
Entrée libre

13. – 31.12.2014

DAS ZELT, Chapiteau PostFinance, Berne
www.daszelt.ch

14.12.2014

Zürcher Silvesterlauf
www.silvesterlauf.ch
(pour concours par équipe: www.postactivity.ch)

19. – 20.12.2014

Arosa Challenge, tournoi de hockey des 4 nations Patinoire couverte d'Arosa
www.ticketcorner.ch

7. – 16.1.2015

DAS ZELT, Chapiteau PostFinance, Zoug
www.daszelt.ch

12.1.2015

Engagement bénévole 2xNoël
www.2xnoel.ch

23.1.2015 – 7.2.2015

DAS ZELT, Chapiteau PostFinance, La Lenk
www.daszelt.ch

30. – 31.1.2015

PostActivity Winter, journée sportive pour collaborateurs, Fiesch VS
www.postactivity.ch
✓ Inscription jusqu'au 21.12.2014 sur postactivity.ch

6. – 15.2.2015

MUBA, Bâle
www.muba.ch

14. – 15.2.2015

Tournoi Poste de curling, Zollbrück BE
www.postactivity.ch
✓ Inscription jusqu'au 10.1.2015 sur postactivity.ch

28.2.2015

Bremgarter Reusslauf
www.reusslauf.ch
✓ Inscription via Intranet ou talon ci-contre

**Inédit:
Team Trophy**



**PostActivity
Winter**

Sports d'hiver pour le personnel de la Poste

Le Valais vous attend, toi et ton équipe!

Vendredi et samedi **30 et 31 janvier 2015** à Fiesch VS

- Sport et plaisir à l'Aletsch Arena dans le Haut-Valais
- Plus de 18 activités encadrées pour débutants et avancés: ski de fond, télémark, raquettes, cocktails, plongée, cours de cuisine, zumba, 14 km de piste de luge et bien plus encore
- Pour la première fois avec une course par équipe de 4 (Team Trophy)
- Soirée fondue conviviale

**Pour le personnel,
CHF 120.– seulement!**

Y compris

- toutes les activités (loc. matériel en partie en sus)
- fondue à l'alpage
- hébergement à Fiesch
- forfait de ski

Prends congé et prépare-toi à passer deux jours inoubliables! Le nombre de participants est limité. Plus vite tu t'inscriras et plus le choix des activités sera grand. Inscris-toi et forme ton équipe dès maintenant!
Inscription et infos: postactivity.ch, date limite d'inscription le **21 décembre 2014**.

Course gratuite pour le personnel



Bremgarten Reusslauf

du 28 février 2015

Délai d'inscription: 10 janvier 2015

Running 11 km Temps est.:

Running 6,6 km Temps est.:

Nordic-walking/walking 11 km

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.



Instagram

Instagram est de plus en plus populaire à La Poste. Ce mois, nous avons jeté un coup d'œil dans le quotidien de plusieurs équipes et collaborateurs (voir #swisspost). Ci-après, quelques extraits:

1. Team Marketing RH

Préparation des *give-aways* pour le salon des étudiants de Bâle et pour le *Women's Contact-Day*. #swisspost #étudiants #marketingrh

2. David Mäder, PostLogistics

Dynamique jaune, aussi à l'international! Ici, tout tourne autour du monde entier: envois exprès et colis internationaux chez PostLogistics. Dans l'inventaire: notre «map-pemonde»! Elle nous éclaire par temps couvert! #mondial #connecté #swisspost #global #MondayBlues #ManicMonday #JAUNErencontre-ORANGE #selfie #swisspost

3. Jonathan Abplanalp, apprenti, Asendia UK

Apprenti à l'étranger: un semestre chez Asendia UK. #swisspost #asendia #apprenti

Impressum

Editeur

La Poste Suisse SA, Communication,
Viktoriastrasse 21, 3030 Berne

E-mail: redaction@poste.ch

www.poste.ch/journal-online

Rédaction

Annick Chevillot, rédactrice en chef

Lea Freiburghaus

Sandra Gonseth

Simone Hubacher

Claudia Iraoui

Marie-Aldine Béguin

Sara Baraldi

Traductions et corrections

Service linguistique Poste, Diana Guido

Layout

Bränders Group, Zurich

Annonces

Annoncen-Agentur Biel

E-mail: anzeigen@gassmann.ch

Tél. 032 344 83 44

Impression

Mittelland Zeitungsdruck, Aarau

Photo de couverture

Monika Flückiger

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

Tél. 058 338 20 61

Prix de l'abonnement: CHF 24.- par an

Adresses utiles

Service social

E-mail: servicesocial@poste.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



RECYCLÉ
Papier fait à partir
de matériaux recyclés
FSC® C005019

Qui cherche trouve

Relier les propriétaires d'objets perdus et ceux qui les trouvent: telle est l'idée des trois collaborateurs d'Asendia, Pascal Brehm, Philippe Jann et Andrea Tschanz.

Texte: Lea Freiburghaus / Photo: Yoshiko Kusano

Vous connaissez cette situation? Vous vous promenez tranquillement un dimanche sur votre parcours habituel. Vous découvrez tout à coup un objet brillant au milieu des feuilles mortes. Vous vous baissez, piqué par la curiosité et constatez que quelqu'un a perdu sa Rolex! Que faire? La prendre pour la déposer au bureau des objets trouvés le plus proche? La conserver et rechercher son propriétaire? La ramasser et la déposer en évidence? Ou simplement la laisser là où elle est?

Révolution du bureau des objets trouvés

On estime qu'environ 7 millions d'objets sont perdus chaque jour dans le monde. La plupart sont trouvés par quelqu'un peu de temps après. Le problème est le suivant: la personne qui trouve l'objet et son propriétaire ne savent rien l'un de l'autre. Aussi, d'innombrables articles ne sont pas récupérés et restent pour toujours dans des bureaux des objets trouvés, des aéroports, restaurants, stades ou magasins. Pour améliorer cette situation insatisfaisante, Pascal Brehm a eu l'idée suivante en mai 2012: une plateforme Internet sur laquelle les personnes qui trouvent des objets peuvent communiquer leur découverte et les propriétaires déposer un avis de perte. «Cela ne peut que fonctionner», a jugé son collègue de travail et partenaire d'entraînement Philippe Jann, lorsque Pascal Brehm lui a parlé de son projet. Le projet «LostyFound» était lancé. Depuis, les idées ont fusé, le binôme est devenu un trio, une société anonyme a été créée, une plateforme Internet mise en ligne et une application pour iPhone et Android développée.

Ensemble, la vie est plus simple

En testant l'application ou en jetant un œil à la page Internet de «LostyFound», on remarque tout de suite qu'ils ont pensé à tout. Différentes fonctionnalités permettent à la fois aux personnes privées et aux clients commerciaux (bureaux des objets trouvés, gares, hôtels, etc.) d'atteindre rapidement et facilement leur objectif. Pour se démarquer des offres comparables, la plateforme est plurilingue et concerne non seulement la recherche d'objets, mais aussi d'animaux ou de personnes, et ce dans le monde entier. «Ce qui fait la spécificité de «LostyFound», c'est l'approche en réseau», ajoute Philippe Jann. «Si je perds ma clé USB entre Hong Kong et Berne, tous les utilisateurs «LostyFound»

entre l'Asie et la Suisse savent en quelques secondes que je la cherche, explique Pascal Brehm, et autant de personnes gardent les yeux ouverts.» Le nombre d'utilisateurs est encore restreint, car selon Andrea Tschanz, de nombreuses personnes ne vont s'inscrire que lorsqu'elles seront directement concernées. L'objectif actuel consiste donc à faire connaître la marque. Les trois associés essaient actuelle-

«Si je perds ma clé USB, tous les utilisateurs «LostyFound» entre l'Asie et la Suisse savent en quelques secondes que je la cherche.»

ment d'attirer l'attention sur leur entreprise avec des actions lors de festivals ou dans la rue, avec du sponsoring, un flyer à l'attention des clients commerciaux ou en discutant directement avec des personnes intéressées. La boutique «LostyFound» vend aussi des articles comme des porte-clés ou des autocollants, qui permettent non seulement de faciliter la restitution des objets de valeur perdus, mais aussi d'augmenter la notoriété de la marque. Une collaboration avec la Poste contribuerait aussi à mieux la faire connaître. La première étape dans ce sens est prévue pour cette année.

La foi en la bonté des hommes

Et si la personne ne veut pas restituer l'objet trouvé? «Nous ne pouvons pas changer les gens, affirme Philippe Jann, mais ceux qui veulent rendre service doivent au moins avoir le moyen de le faire.» Par conséquent, si vous voyez briller un objet lors de votre prochaine sortie du dimanche, n'hésitez pas: ramassez-le, prenez-le en photo et postez-la sur «LostyFound». Son propriétaire vous en sera reconnaissant! ■





Andrea Tschanz, Philippe Jann et Pascal Brehm, fondateurs de «LostyFound».

Pour Jérôme Deseure, directeur CarPostal Dole, (ici devant le siège social), ces dix années ont filé sans qu'il s'en aperçoive.



Dole, point de départ

Cette année, CarPostal fête ses 10 ans de présence en France. Reportage à Dole, auprès de CarPostal France, où tout a commencé.

Texte: Claudia Iraoui / Photos: François Wavre

Le bus numéro 1 pour *Tavaux Collège* roule sur les routes mouillées comme un bateau sur la mer. Les passagers y trouvent un abri contre l'implacable pluie de novembre, probablement inconscients de leur chance: en effet, au volant se trouve Jérémie Decombre, arrivé troisième au concours bisannuel *Bus d'or* qui couronne les meilleurs conducteurs d'autobus de France. «Je vise la première place pour la prochaine édition! Mais mon vrai rêve est de venir travailler en Suisse, toujours pour CarPostal», explique ce conducteur de 34 ans, qui travaille depuis cinq ans pour CarPostal France sur le réseau Transport du Grand Dole. Par la fenêtre embuée, on

entrevient des ouvriers transis qui font la grève devant une usine, puis des rangées de maisons qui s'alternent avec des champs. Parallèlement au terminus, le brouhaha des collégiens en pause annonce la fin du service de Jérémie.

La plupart des passagers sont des étudiants

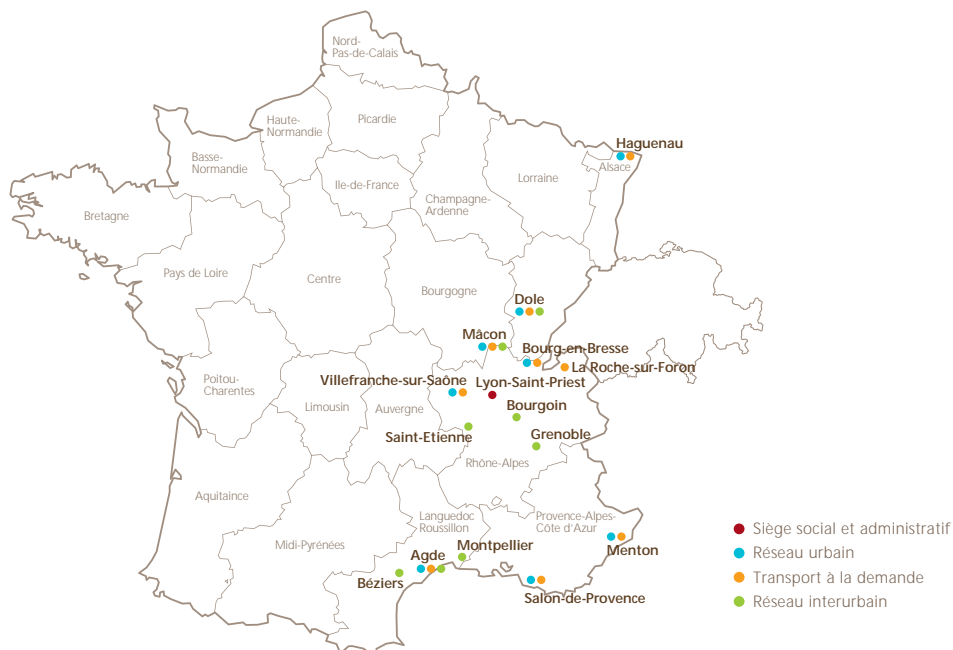
Rachel Rouss termine également son service; cette collaboratrice qui assure depuis deux ans et demi le transport scolaire et touristique vient de rapporter le bus scolaire au dépôt de CarPostal Dole. «Parfois, les collégiens font tout leur possible pour provoquer, mais je n'entre pas dans le jeu! En fait, les collégiens et les clients mal élevés

sont le seul aspect négatif de mon travail», relève cette conductrice débordante d'énergie.

Historiquement, en France la population utilise moins le réseau de transports publics qu'en Suisse. «Nous transportons plus d'un million de personnes par année et les élèves représentent la moitié de nos passagers. En plus des 14 courses scolaires, CarPostal Dole gère six lignes urbaines, trois bus à la demande et une navette gratuite dans le centre historique de Dole», explique Jérôme Deseure, directeur de CarPostal Dole. Et le tout, pour un abonnement annuel à 30 euros. Impossible? Pas en France, où les transports publics sont fortement subventionnés par les



Jérémie Decembre.



Fin 2014, CarPostal France gère les réseaux de transports publics de 8 agglomérations, ainsi que les services de transport interurbain de voyageurs dans cinq régions situées entre l'Alsace et la côte méditerranéenne.



Rachel Rouss au volant d'un bus scolaire.



CarPostal ne peut utiliser sa couleur jaune traditionnelle en France, parce qu'elle est associée à la Poste française.

collectivités. Toutefois, l'aspect économique n'est pas le seul défi: «Nous voulons offrir un réseau de transports publics avec des tarifs intégrés, des horaires cadencés tout en faisant la promotion de plates-formes de correspondance», précise Jérôme Deseure. La route prise semble être la bonne: «Le renouvellement de la confiance des différentes agglomérations ainsi que le développement de nouvelles implantations ne sont pas dus au hasard: la swissness, synonyme de ponctualité, de qualité de service et de solutions sur mesure, ainsi que la proximité et l'attention au développement durable sont les vraies marques de fabrique de CarPostal France lorsque nous

traitions avec les Autorités Organisatrices», relève Nathalie Courant, directrice générale de CarPostal France depuis 2009.

Taille critique atteinte

C'est justement à Dole, ville natale de Louis Pasteur, que l'aventure française de CarPostal a commencé en 2004. Dix ans plus tard, la filiale française de CarPostal compte un millier de collaborateurs et génère un chiffre d'affaires de 65 millions d'euros. «Aujourd'hui, notre présence a atteint une taille critique et la stabilité économique», explique Beat Mueller, responsable Marché international du groupe CarPostal.

«Il y a dix ans en Suisse, on pensait que le marché des transports publics allait être complètement libéralisé. CarPostal s'est alors tourné vers l'étranger afin de se diversifier, car nous ne pouvions plus gagner de parts de marché en Suisse. La France offre beaucoup de potentiel au niveau des transports publics. Cette activité au-delà de la frontière nous a permis de développer de nouvelles technologies et d'expérimenter le marché libre.» ■





La conseillère fédérale Doris Leuthard et l'organisatrice Carole Rentsch (au centre de la photo) avec les apprentis de la Poste.

Journée des infrastructures en présence de la conseillère fédérale Doris Leuthard

Fin octobre, la Poste a organisé une rencontre sur le thème du «Mobility Pricing».

Texte: Beat Büchler

Près de 250 personnes issues des milieux économique, scientifique, politique et administratif ont participé à la journée des infrastructures organisée le 24 octobre, à l'Université de St-Gall, par le Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication (DETEC) et l'EPFL. A l'invitation de la conseillère fédérale Doris Leuthard et de Matthias Finger, professeur à l'EPFL, elles ont engagé une réflexion sur les infrastructures de transport, en s'intéressant plus particulièrement aux chances et aux risques liés à une tarification basée sur le principe de causalité.

Une utilisation mieux répartie des infrastructures

Selon les points de vue, le *Mobility Pricing* est une bonne solution aux problèmes croissants de transport ou simplement une façon pour les pouvoirs publics d'accroître les moyens de financement des infrastructures de transport. Selon Doris Leuthard, le *Mobility Pricing* a pour but de lisser les pointes de trafic et de favoriser une utilisation mieux répartie des infrastructures existantes. Dans le courant du premier trimestre 2015, le DETEC doit présenter un rapport sur les scénarios envisageables pour l'introduction du *Mobility Pricing*. Rudolf Dieterle, directeur de l'Office fédéral des routes (OFROU), et Peter Füglistaler, directeur de l'Office fédéral des transports (OFT), ont exposé des pistes de réflexion actuelles et indiqué quelles seraient les redevances existantes supprimées en contrepartie.

Créer des incitations

En tant que prestataire de services de transport des voyageurs et des marchandises, la Poste serait concernée au premier chef par un nouveau système de paiement. C'est pourquoi elle

prend une part active aux débats: «La Poste est fondamentalement favorable au principe du *Mobility Pricing*», a déclaré Dieter Bambauer, responsable PostLogistics, dans son exposé, en précisant qu'il fallait toutefois l'assortir d'incitations à utiliser des moyens de transports durables: «Les véhicules à propulsion électrique ou hybride pourraient bénéficier d'un tarif réduit ou un encouragement devrait être prévu pour ceux qui recourent à un mode de transport associant route et rail.»

On ne sait pas encore si et comment un système de *Mobility Pricing* sera mis en place en Suisse, mais les discussions à ce sujet vont s'intensifier en 2015. «Nous ne sommes qu'au début d'une démarche qui portera peut-être ses fruits dans 20 ou 30 ans», a souligné Doris Leuthard. ■

Déroulement parfait grâce aux apprentis de la Poste

C'est Carole Rentsch, doctorante à l'EPFL et collaboratrice de Dieter Bambauer, qui s'est chargée de l'organisation de cette troisième journée des infrastructures. Elle a pu compter sur le solide soutien des apprentis de la Poste à Berne et à St-Gall: ils ont expédié les invitations, préparé les documents d'accompagnement, aidé à l'accueil des invités sur place et contribué au bon déroulement de la manifestation. Les supports photographiques et audiovisuels ont également été élaborés par les apprentis médiamaticiens de la Poste.



<http://mir.epfl.ch>



«Les derniers 17 kilomètres m'ont éreinté, mais je voulais absolument aller jusqu'au bout!»

Marcel Tanner, de retour en Suisse avec la tête pleine de merveilleux souvenirs d'Hawaï.

«Je l'ai fait!»

Informaticien chez PostFinance, Marcel Tanner a réalisé son rêve: il a participé à l'Ironman d'Hawaï avec les meilleurs triathlètes du monde.

Texte: Simone Hubacher / Photo: Monika Flückiger

Le 11 octobre dernier, alors même que le nouvel e-finance était mis en ligne par PostFinance, l'un de ses développeurs relevait un autre défi: Marcel Tanner, d'Ostermundigen, se lançait pour la première fois, à 46 ans, dans le Triathlon Ironman d'Hawaï et en venait à bout. Il a lutté et souffert mais il a atteint le but en 11 heures, 24 minutes et 56 secondes. «Je l'ai fait! Pas vraiment dans le temps que je m'étais fixé, mais qu'importe...», a-t-il commenté sur Facebook, où il a reçu peu après les premiers messages de félicitation européens.

Un dur challenge

Ses yeux brillent encore aujourd'hui quand il évoque cette parenthèse exceptionnelle dans son existence. «J'ai vécu des moments difficiles: lors du parcours en mer, une autre athlète m'a heurté de son pied, au visage. Je saignais mais je ne me suis pas arrêté», se souvient-il. Aux 3,8 km à la nage ont succédé les 180,2 km à vélo. «Il se trouve que, ce jour-là précisément, nous avons dû affronter un fort vent contraire sur Big Island...». Puis il

a fallu s'attaquer à la dernière épreuve, un marathon de 42,2 km. «Les derniers 17 kilomètres m'ont éreinté, mais je voulais absolument aller jusqu'au bout!» A l'arrivée, il était attendu par ses deux chéries, sa femme Helena et sa fille Mahara (11 ans). Après avoir reçu la médaille «incroyablement lourde» et s'être livré aux accolades et embrassades de rigueur, il a pu savourer une crème glacée, puis des frites.

Camp d'entraînement

Parti avant sa famille, Marcel Tanner s'était envolé vers l'ouest pour se soumettre à une préparation en béton. En Californie, à Maui, puis sur Big Island, il a suivi un entraînement intensif. «Par rapport aux endroits où je m'exerce habituellement, le cadre était agréablement dépaysant!», précise-t-il. En Suisse, il connaît très bien le parcours Ostermundigen-Zofingen (lieu de travail), qu'il effectue souvent à vélo, voire en partie au pas de course. En juin, il a également fait le plein d'air pur en montagne. Sponsor pour les maillots,

la Clinique Bernoise de Crans-Montana l'a convié à passer une semaine sur le haut plateau.

Le triathlon est la passion de Marcel Tanner depuis plusieurs années. Sur le sol suisse, il a déjà participé trois fois au gigathlon dans la catégorie «single». En 2013, il a décidé de se qualifier pour Hawaï – et il y est arrivé du premier coup: il est arrivé cinquième dans sa classe d'âge à l'Ironman Wales (qu'il avait spécialement choisi en raison d'une topographie particulièrement à son goût). Il existe 30 courses de qualification pour Hawaï à travers le monde. Celle qui a lieu en Suisse se déroule à Zurich, en juillet de chaque année. Marcel Tanner ne sait pas encore quel sera son prochain défi sportif: «Pour l'heure, je dois d'abord soigner les blessures que j'ai ramenées de Hawaï!», s'exclame-t-il en souriant. ■



Plus de photos:
poste.ch/journal-online

La Poste des VIP

Christa Rigozzi

Ancienne miss Suisse, présentatrice et mannequin

Quand avez-vous envoyé votre dernière lettre?

Ce matin.

Connaissez-vous le nom de votre facteur?

Bien sûr! Nous nous connaissons personnellement. Quand nous nous croisons, nous discutons et il me renseigne entre autres sur la distribution des colis.

A quelle fréquence vous rendez-vous dans un office de poste?

Environ une fois par semaine. La Poste m'est très utile dans mon travail.

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

Par voie électronique.

Quel est votre produit postal préféré?

Les timbres et les colis.

Le plus beau trajet en car postal?

Les courses d'école lorsque j'étais enfant.

Jaune, comme...

... le soleil, la chaleur, l'optimisme et le *smiley*. ■



Illustration:
Massimo Milano

**Le Père Noël vous attend à la Poste.**

Ce timbre-poste et bien d'autres se prêtent à toutes les occasions. Vous les trouverez sur postshop.ch

LA POSTE 
Dynamique jaune.

DirectDay 2014

La 15^e édition du DirectDay a eu lieu le 18 novembre. Placée sous le signe de la bonne humeur, elle a été un réel succès, avec un Peter Schneider, humoriste à la TV alémanique, en grande forme.

Texte: Manuel Fuchs / Photo: Adrian Moser



Peter Schneider a été chaleureusement applaudi.

Si le DirectDay n'existait pas, il faudrait l'inventer! Le plus grand rendez-vous des clients commerciaux de la Poste réussit chaque année à étonner son public. Une fois de plus, de célèbres intervenants étaient au programme. Nul ne s'étonnera que l'événement ait affiché complet longtemps à l'avance! Il a offert aux quelque 1200 participants une journée aussi divertissante qu'intéressante.

Le pouvoir des mots

Ralf T. Kreutzer, professeur de marketing, Matthias Pöhm, professeur de rhétorique, Lutz Jäncke, neuropsychologue, et le légendaire entraîneur de football Giovanni Trapattoni ont pris la parole lors de cette journée dont le thème était

«Le pouvoir des mots!». Les interventions de Peter Schneider, qui a donné une lecture humoristique de leurs exposés, ont été fort remarquées. Fidèle à lui-même, Stephan Klapproth a animé la manifestation en l'égayant de son humour subtil.

Développer un savoir et un réseau

Le DirectDay offre aux participants la possibilité de développer leur réseau et d'acquérir des connaissances en marketing direct, en communication et en management. Il a eu lieu pour la deuxième fois au Kursaal de Berne. ■



Impressions du jour, sous:
post.ch/directday

Plongée dans le monde du travail

Aline et Marco font partie des quelque 2000 enfants qui ont visité la Poste le 13 novembre, dans le cadre de la journée nationale «Futur en tous genres». Au cours de cette journée, les enfants des 5^e à 7^e années ont eu la possibilité d'accompagner leurs parents ou leurs proches au travail et de découvrir l'ample palette de métiers qui existent à la Poste. Ils peuvent ainsi envisager de nouvelles perspectives pour leur futur professionnel. ■



Aline a découvert les activités de Nicole Cipri de PostFinance.



Marco a intégralement collaboré avec le Team 4 de la RDC Kriens.

Fidélité à la Poste**45**_{ans}**PostMail**

Eiholzer Alois, Baar
Steiner Martin, Pfäffikon ZH
Zumtaugwald Martin, Randa

Réseau postal et vente

Zumtaugwald Martin, Randa

PostFinance

Köstinger Yvonne, Bulle
Rösch Martin, Bern

40_{ans}**Immobilier Management et Services**

Bär Elsbeth, Bern

Personnel

Christen Brigitte, Ostermundigen

PostMail

Andermatt Paul, Zürich-Mülligen
Dazzi Ivano, Faido
Hauser Werner, Frauenfeld
Häusler Ernst, Bülach
Hinni Martin, Wohlen b. Bern
Jules Eric, Genève
Keiser Alois, Rothenburg
Kuratli Herbert, St. Gallen
Lopez José Alfonso, Genève
Lüscher René, Härkingen
Mathys Hans Peter, Bern
Pierroz Joël, Martigny

PostLogistics

Friedrich Walter, Schaffhausen

Réseau postal et vente

Ablitzer Michel, Chevenez
Baeriswyl Gabriel, Fribourg
Jaunin Sylvie, Echallens
Niffeler Franz, Emmenbrücke
Segessemann Elisabetha, Füllinsdorf
Vanderwall Verena, Flühli

PostFinance

Schachtschneider-Winkler Sonja,
St. Gallen

Bon anniversaire**95**_{ans}

Faillettaz André, Epalinges (31.12.)

90_{ans}

Aerni Christian, Lausen (27.12.)
Eggen Alwine, Abländschen (25.12.)
Gertsch Jean, Biel/Bienne (31.12.)
Gottardi Prima, Castione (01.12.)
Haefeli Gustav, Balsthal (03.12.)
Hohl Ernst, Goldach (07.12.)
Knaus Walter, Goldach (16.12.)
Liniger Hilda, Lippoldswilen (20.12.)
Pachoud Marcel, Montet (Broye) (07.12.)
Paganini Elvezio, St. Moritz (23.12.)
Rütsche Paul, Zürich (07.12.)
Studer Walter, Rechterswil (17.12.)
Widmer Oskar, St. Gallen (11.12.)

85_{ans}

Baroni Roger, Molinazzo di Monteggio (01.12.)
Baumann Willy, Mittelhäusern (16.12.)
Binder Hans, Biel/Bienne (30.12.)
Cadalbert Silvester, Ilanz (30.12.)
Caneva Carla, Barbengo (17.12.)
Comte Hugo, Yverdon-les-Bains (10.12.)
Cruchon Robert, Lausanne (30.12.)
Eichelberger Ernst, Bolligen (29.12.)
Ferrari Jacqueline, Le Mont-sur-Lausanne (29.12.)
Gasser Hilda, Zürich (28.12.)
Gertsch Noël, Habkern (24.12.)
Gilomen Raymond, Moutier (22.12.)
Hollinger Martha, Zürich (27.12.)
Jegi Hans, Basel (16.12.)
Ludi André, Genève (21.12.)
Messer Jakob, Bern (30.12.)
Perruchoud Maria, Sion (13.12.)
Reiser Josef, Zürich (24.12.)
Roth Alfred, Niederbipp (15.12.)
Rümo Jean-Pierre, Le Sépey (23.12.)
Steiner Ernst, Schänis (20.12.)
Tschanz Armin, Muttenz (19.12.)
Umiker Hans, Zürich (15.12.)
Vassalli Alma, Riva San Vitale (26.12.)
Vogt Marie-Louise, Siebnen (08.12.)
Walcher Willy, Bellinzona (11.12.)
Weber Otto, Zürich (21.12.)
Wettstein Kurt, Zürich (09.12.)
Zaugg Fidèle, Orpund (25.12.)

80_{ans}

Abegg Anton, Unterägeri (29.12.)
Aebischer Ernst, Guggisberg (09.12.)
André Norbert, Lausanne (03.12.)
Barbezat Laurette, La Chaux-de-Fonds (14.12.)
Bischofberger Walter, Rehetobel (08.12.)
Bodenmann Hans, Zürich (10.12.)
Bugmann Gertrud, Döttingen (27.12.)
Burri Ernest, Bière (03.12.)
Burri Kurt, Biel/Bienne (31.12.)
Dayka Maria, Liebefeld (10.12.)
Dreyer Hans, Lyss (06.12.)
Eggler Walter, Brienz (07.12.)
Elsener Johann, Horgen (20.12.)
Fischer Hans, Zürich (17.12.)
Gadient Johann, Zürich (06.12.)
Gianfrancesco Modestino, Genève (11.12.)
Glogger Nina, Schwerzenbach (27.12.)
Gschwend Karl, Berneck (07.12.)
Haller Elisabeth J., Reinach AG (22.12.)
Häring Margrith, Giebenach (30.12.)
Heeb Werner, St. Gallen (09.12.)
Heller Klaus, Gretzenbach (24.12.)
Jung Alexander, Villars-sur-Glâne (11.12.)
Kalaitzidis Nikolaos, Thalwil (10.12.)
Koch Johann, Wetzikon ZH (21.12.)
Looser Karl, Bronschhofen (23.12.)
Lüdi Theres, Kriens (29.12.)
Menzi Walter, Basel (09.12.)
Murisier Henri, Le Châble (15.12.)
Paccaud Léo, Bernex (20.12.)
Porchet Max, Prilly (12.12.)
Rickenbacher Dominik, Luzern (04.12.)
Riedewald Gertrud, Vernier (24.12.)
Scaglia Rinaldo, Losone (25.12.)
Stahl Emilie, Ossingen (11.12.)
Valentini Joseph, St-Séverin (17.12.)
Zimmermann Rosina, Vättis (23.12.)
Zwahlen Gottfried, Matten b. Interlaken (21.12.)

75_{ans}

Ackermann Robert, Mels (07.12.)
Andres Rudolf, Biglen (12.12.)
Bardet-Congé Jeannine, Genève (07.12.)
Bättig-Bösch Martha, Altstätten (30.12.)

Broch-Ducret Robert, Genève (12.12.)
Capsoni Carlo, Aesch (14.12.)
Dahinden-Steiner Rita, Adliswil (01.12.)
Fantino Luigi, Münchenbuchsee (08.12.)
Frank-Juhász Robert, Ennetbürgen (31.12.)
Gianini Stampanoni Ida, Sala Capriasca (27.12.)
Gremaud Arthur, La Roche (18.12.)
Grossenbacher Walter, Heimisbach (27.12.)
Henchoz Charles, Genève (20.12.)
Hirt Marcel, Genève (25.12.)
Jolion Alfred, Bôle (25.12.)
Kämpf-Lüscher Rosmarie, Aarberg (29.12.)
Kirzenberger Franz, Ibach (15.12.)
Knellwolf Karl, Appenzell (31.12.)
Kohler-Lipp Annalisa, Chur (27.12.)
Küffer Denise, Charmey (Gruyère) (22.12.)
Künzi Josefa, Uetendorf (29.12.)
Kunz-Novak Erwin, Gossau SG (01.12.)
Métral-Rigolet Gilbert, Lausanne (24.12.)
Meyer Adolf, Willisau (18.12.)
Moser Anton, Ebnat-Kappel (08.12.)
Müller Marianne, Ermensee (16.12.)
Nagel Maria, Espagne (24.12.)
Panchaud Monique, Lausanne (25.12.)
Pellandini Floriano, Cugnasco (30.12.)
Polli Teresa, Tesserete (27.12.)
Raschle Paul, Bazenhaid (31.12.)
Roth Hans-Günter, Allemagne (03.12.)
Roulet Maria, Fontaines-sur-Grandson (19.12.)
Sabatino Franchina, Birsfelden (03.12.)
Salzgeber Christoph, Raron (17.12.)
Schärer Heinz, Vordemwald (21.12.)
Schätti Walter, Zürich (29.12.)
Schuesser Walter, Esslingen (26.12.)
Schindler-Rohr Wilhelm, Magadino (26.12.)
Schlegel Christian, St. Gallen (26.12.)
Schmid Robert, Esslingen (04.12.)
Simonin Gérard, Chavornay (12.12.)
Traber-Gufler Walburga, Uttwil (10.12.)
Wegmann Walter, Zürich (07.12.)
Weibel Alfred, Kirchberg BE (28.12.)
Willimann-Wanner Anton, Eich (12.12.)

Retraite

Immobilier Management et Services

Feuz Peter, Bern
Niederer Bernhard, Zürich

Personnel

Häsler Paul, Bern

PostMail

Baumgartner Elisabeth, Bern
Beer Peter, Rikon im Tösstal
Bruhin Heidi, Siebnen
Bühler Ernst, Tramelan
Cadoux Guy, Genève
Chhing Chaov, Zürich-Mülligen
Collaud Albert, Avenches
Dörig Hans, Baden
Duc-Nicolet Joëlle, Mézières VD
Felix Georg, Chur
Gonthier Olivier, Bernex
Graf Max, Zürich
Graf Richard, Effretikon

Grosjean Jean-Pierre, Gland
Heiniger Johann, Zürich
Kappeler Paul, Zürich
Kehrli Hermann, Interlaken
Liggenstorfer Beatrice, Arbon
Lopez José Alfonso, Genève
Lovatti Edo, Mendrisio
Mathez Raymond, Bernex
Maurer Esther, Zürich-Mülligen
Michel Paul, Ostermundigen
Murmans Andreas, Wiler (Lötschen)
Nobs Jeannette, Wallisellen
Oswald Giacumina, Scuol
Pfister Gertrud, Wädenswil
Provini Eveline, Lugano
Ruch Fritz, Weier im Emmental
Schneider Hans, Hölstein
Stach Mario, Ostermundigen
Staub Dora, Detligen
Steiner Ulrich, Zürich-Mülligen
Vega Coronel Flora, Zürich-Mülligen

PostLogistics

Aregger Walter, Baar
Bettschen-Schmidt Gertrud, Bern
Bossard Fredi, Biel/Bienne
Käppeli Kurt, Rothenburg
Lörtscher Franz, Härkingen
Lüthy Bruno, Villmergen
Nydegger Erich, Härkingen
Pittet Martial, Genève
Roche Alfred, Dailens

Réseau postal et vente

Aebi Liselotte, Niederscherli
Blaser Anne-Lise, Apples
Breitenmoser Anton, Wolfhalden
Breitenmoser Hanna, Wolfhalden
Bühler Dora, St-Imier
Coulet Jacqueline, Boudry
Etter Andreas, Bern
Griessen Monique, Le Brassus
Grütter Ruth, Fahrwangen
Hubacher Christine, Bern

Hug Alfred, Niederglatt
Kocher Ruth, Dulliken
Krähenbühl Therese, Bern
Maag Jürg, Thun
Milesi Miriam, Arogno
Muller Anita, Signy Centre
Riedi Adelina, Disentis/Mustér
Starnini Ellis, Gordola
Wicki Rosa Luzia, Auw
Zurbrügg Elisabeth, Amsoldingen

PostFinance

Götte Andreas, Bern

CarPostal

Schönbächler Peter, Uznach

Swiss Post Solutions

Orlando Silvana, Glattbrugg
Rutishauser Heinz, Zürich

Nos regrettés

Personnel actif

PostMail

Brühlhart Daniel, Lutry, né en 1950
Kristiansen Natacha, Morges, née en 1959
Pernhardt Ursula, Wohlen AG, geb. 1952
Schildknecht Pierre, Martigny, né en 1955
Sebesta Myrta, St. Gallen, geb. 1952
Oester Jacqueline, Zürich-Mülligen, geb. 1966

Réseau postal et vente

Stucki Marlène, Ittigen, geb. 1977

Retraités

Altorfer Heinrich, Opfikon (1924)
Amhof Hans, Bellikon (1935)
Anex Lucien, Gryon (1921)
Bayard Léon, La Tour-de-Peilz (1920)
Bolzli Hans, Hasle b. Burgdorf (1923)
Bonometti Lisette, Basel (1933)
Brügger Johann, Biglen (1928)
Cossy Jean-Daniel, Vevey (1935)
Devaud Albert, Genève (1923)
Dubach-Oberli Elise, Liebefeld (1940)
Eggel Michel, Sierre (1946)
Gavazzi Franz, Luzern (1932)
Gehr Paul, Rorschach (1928)
Gutzwiller Ernst, Therwil (1917)
Hänni Oskar, Ostermundigen (1935)

Halter Johann, Braunau (1923)
Hasler Martin, Liebefeld (1945)
Hossmann Christian, Tamins (1929)
Huber Hans, Zürich (1920)
Jaton-Mathez Jacqueline, Roche VD (1940)
Kamm Konrad, Schmerikon (1942)
Kiener Hansrudolf, Müntschemier (1948)
Kilcher Rudolf, Sangernboden (1933)
Lang Walter, Kirchleerau (1929)
Lötscher Robert, Gland (1919)
Menn Rudolf, Andeer (1924)
Müllhaupt Albert, Bern (1926)
Nicolet Marcel, Coffrane (1923)
Olgiati Piergiorgio, Iseo (1929)
Pleschberger Adeline, Bex (1941)
Rey Lucette, Genève (1929)

Rindisbacher Johann, Münsingen (1938)
Schär Friedrich, Huttwil (1928)
Schellenberg Hans, Niederweningen (1930)
Schönmann Ernst, Niederbipp (1938)
Sgier Ursicin, Zürich (1951)
Vock Werner, Basel (1928)
von Arx Eugen, Basel (1928)
Weber Max, Wetzikon ZH (1924)
Weizenegger Hugo, Bischofszell (1926)
Wermelinger Rudolf, Lostorf (1929)
Zuppinger Walter, Wängi (1932)
Zürcher Hans, Genève (1943)



© François Wavre

Nous nous engageons pour la durabilité.

«Conseiller communal, je m'engage pour l'efficacité énergétique et l'utilisation des énergies renouvelables à Herbligen. Un assainissement thermique et un chauffage à pellets au collège ont permis de réduire la consommation énergétique. Une commune, même petite, peut ainsi devenir un modèle en termes de durabilité.»

Marcel Hug, responsable Réseau, IT Poste

La stratégie de développement durable de la Poste axée sur la protection du climat vise l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables. Dans le cadre de la stratégie énergétique 2050 de la Confédération, la Poste montre l'exemple dans ce domaine et met en œuvre différentes mesures en collaboration avec la Confédération et des entreprises liées à la Confédération.

