

la Poste

8 / 2015

Pour nos collaborateurs

www.poste.ch/journal-online

P.P.
3030 Berne



Rafael Graf alias EffE

La Poste, ça rappe bien!

Page 20

LA POSTE 

Dynamique jaune.

Dossier – Comment la Poste s’adapte aux nouveaux besoins des clients.

Page 10

Incubateur – PostVenture pousse à l’innovation. Et si vous participiez?

Page 16



Fidéliser les clients? Tout un art!

Lorsque Daniel Good fait le voyage de Salzbourg, ce n'est pas pour admirer les attractions touristiques de cette jolie ville autrichienne, mais pour rendre visite à son client UNITO. Et parler objectifs quantitatifs. Ces derniers sont plutôt ambitieux. PostMail doit acquérir plus de 30 000 clients pour deux maisons de vente par correspondance. C'est la première fois que la Poste assume aussi une partie du risque économique encouru par un client commercial dans le cadre d'une solution client.

La numérisation accrue impose au marché de s'adapter sans cesse, c'est un fait: les clients réclament de plus en plus souvent des solutions individuelles. Dans notre dossier (à partir de la page 10), vous découvrirez les répercussions de cette évolution sur la collaboration. Les spécialistes soulignent surtout l'importance des petits détails pour fidéliser les clients. La technologie compte évidemment. Mais lors de la signature d'un contrat, la plupart du temps, ce sont justement ces petites différences qui sont des atouts déterminants.

Et des atouts, la Poste en a plus d'un. Saviez-vous qu'à ce jour, elle est le seul prestataire de Suisse à proposer à la clientèle commerciale des solutions sur mesure pour l'ensemble du flux de marchandises?

Sandra Gonseth

Sandra Gonseth, rédactrice



Personnel

25 *Passionnée de moteurs*

Marianne Wenger a été la première conductrice CarPostal du canton de Berne. Elle parle de sa passion.



Portrait

20 *Du rap et des colis*

Rafael Graf s'est inspiré de son travail chez PL pour son album «Pöstler».



Reportage

22 *Ecoliers à bord*

Nicolas Ferrero a plus d'un tour dans son sac pour que les enfants se tiennent bien en bus scolaire.

Actualités

5 *Sondage du personnel*

Les résultats du sondage du personnel sont stables. Stefanie Randl, responsable Stratégie RH, explique l'intérêt de renouveler l'exercice chaque année.

6 *Relève informatique*

Les besoins en spécialistes ICT confirmés ne cessent d'augmenter. La Poste a ouvert un campus spécialement à cet effet.

9 *Swiss made*

Urs Paul Ramseier, historien automobile, nous dit tout sur les nouveaux timbres-poste spéciaux et les quatre voitures anciennes suisses qui les ornent.

Dossier

10 *Envie d'escarpins?*

Les clients continuent de réclamer des solutions individuelles. Six unités de la Poste évoquent leurs stratégies.

Dialogue

16 *En quête d'innovation*

PostVenture15 cherche les meilleures idées commerciales. Les collaborateurs et externes intéressés peuvent soumettre leurs idées depuis le 24 août.

Les gens

24 *VIP*

La Poste vue par Kariem Hussein, champion d'Europe du 400 mètres haies.



Votre avis!

Ce numéro du journal du personnel vous a-t-il plu? Communiquez-nous vos impressions! Scannez ce QR Code ou suivez le lien ci-dessous!

*poste.ch/
feedback-journal-du-personnel*



En bref



1 Succès français de CarPostal

CarPostal France a remporté un appel d'offres public à Sète dans la région du Languedoc-Roussillon. L'entreprise a également été retenue dans le cadre de l'appel d'offres public pour le réseau interurbain du Grésivaudan entre Grenoble et Chambéry dans le nord-est du département de l'Isère. Ces succès viennent confirmer la forte tendance à la croissance de l'entre-prise de transport en France.

2 Visiorama: dernières dates

Lors des manifestations Visiorama, Susanne Ruoff, directrice générale, et les membres de la direction expliquent le cap de la Poste, avec les opportunités et les défis qui l'attendent. Dernières étapes de la tournée de présentation: Coire (28.08.), Saint-Gall (28.08.), Bellinzone (03.09.), Zurich (23.09.), Soleure (23.09.) et Berne (28.09.). Inscription comme d'habitude dans LMS.



www.post.ch/vision

3 SecurePost à l'UBS

SecurePost SA reprend le traitement des billets de banque d'UBS Suisse à partir du 1er septembre 2015 et devient ainsi la principale société de traitement des billets de banque de Suisse. Afin de pouvoir absorber le volume de commandes en maintenant un niveau de qualité élevé, SecurePost engagera 37 collaborateurs d'UBS du site de Zurich-Altstetten, ainsi que trois collaborateurs à Genève. Des locaux et des machines supplémentaires seront également nécessaires, car le centre de traitement des fonds de SecurePost à Oensingen atteint d'ores et déjà les limites de ses capacités.

4 Adaptations des prix en 2016

Le 1^{er} janvier 2016, la Poste adaptera certaines offres et certains prix pour les clients privés et commerciaux. Les envois isolés à destination de l'étranger par Grande lettre et Maxi-lettre/MiniPac International seront jusqu'à 2 fr. moins chers qu'actuellement. Les prix des lettres standard à destination de l'étranger augmenteront de 10 ct. en raison de l'accroissement des coûts dans les pays de destination. La plupart des offres et des prix de la Poste, dont les prix des lettres du courrier A et B en Suisse ainsi que les prix des colis pour la Suisse resteront inchangés l'année prochaine.

5 Bon résultat pour la Poste

La Poste boucle le premier semestre 2015 sur un bénéfice consolidé de 391 millions de francs, soit une augmentation de 21 millions. Le résultat d'exploitation (EBIT) atteint 504 millions, soit 32 millions de francs de plus que l'année précédente. Les bons résultats obtenus sur les marchés financiers, en particulier sur le marché des placements, et une gestion rigoureuse des coûts ont compensé la baisse des opérations d'Intérêts. Le résultat financier du premier semestre 2015 comprend des effets exceptionnels d'un montant total net de 14 millions au niveau du bénéfice consolidé.

6 Lignes de CarPostal en vidéo

Découvrez les lignes de CarPostal les plus pittoresques de Suisse! Pour ce numéro, le «magazine» de la Poste pour la clientèle privée a produit une vidéo qui vous emmènera à la découverte de la région de Locarno en compagnie d'un guide d'exception: le conducteur Andrea Terribilini. A l'honneur de la prochaine étape en novembre: la Suisse centrale.



Le chiffre du mois

5 %

C'est le taux minimum d'apprentis par rapport au nombre d'employés que s'est fixé la Poste. Il s'agit d'un objectif stratégique. En 2014, 5,5% des employés étaient des apprentis. L'entreprise va augmenter le nombre de places de formation dans les domaines de la logistique et de l'informatique. La Poste propose chaque année des places d'apprentissage dans 15 métiers à 800 jeunes. ■



«Besoin de réponses sincères»

Le sondage du personnel a été effectué pour la septième année consécutive au printemps dernier. Les résultats au niveau du groupe restent stables. Entretien avec Stefanie Randl, responsable Stratégie RH.

Interview: Claudia Iraoui



Stefanie Randl, responsable Stratégie RH.

Le résultat du sondage du personnel reste stable. Quelle est l'utilité de cet exercice annuel?

Cet exercice a toute sa raison d'être. Nous voulons prendre le pouls des collaborateurs. Le sondage du personnel constitue pour la Poste un instrument stratégique qui lui permet de poursuivre son développement en tant qu'employeur. Nous voulons savoir comment vont les collaborateurs et à quels niveaux la Poste peut encore s'améliorer d'après eux. Nous avons besoin de réponses sincères.

PV et SPS s'en sortent moins bien que d'autres unités. Pourquoi?

Les collaborateurs ont remis des évaluations nuancées. Au sein de PV, les collaborateurs jugent leur situation professionnelle de manière plus positive que l'année précédente et se situent ainsi au-dessus de la valeur moyenne du groupe. En revanche, l'orientation vers les besoins des clients est évaluée de façon plus critique. Pour y remédier, PV a lancé plusieurs projets pilote cette année. La majorité des collaborateurs de SPS, près de 85%, exercent leur activité à l'étranger. Leur identification à la Poste

en tant qu'employeur n'est donc pas aussi forte que celle des collaborateurs qui, souvent, travaillent depuis de nombreuses années dans les champs d'activités traditionnels de la Poste. Depuis le début de l'année, SPS a mis l'accent sur la communication de sa stratégie. Les supérieurs de PV et SPS analyseront les résultats avec leur collaborateurs ces prochaines semaines et prendront les mesures nécessaires, le cas échéant. Comme au sein de toutes les autres unités.

Simplicité et système: l'accent est mis sur l'orientation client. 79 points, est-ce suffisant?

Il s'agit d'une bonne note, mais elle doit être améliorée. C'est en tout cas l'avis des collaborateurs qui ont un regard critique sur l'image et les offres de la Poste – comme l'an dernier. Donner la priorité aux clients est aussi un élément essentiel de notre nouvelle vision.

Comment améliorer la compétitivité?

Par rapport à l'année passée, la compétitivité de l'unité a augmenté d'un point. Mais il est vrai qu'il reste de la marge vers le haut. Grâce à la nouvelle vision et aux nouvelles

chartes, la stratégie de la Poste tout comme le développement du groupe seront à l'avenir encore plus concrets.

Est-ce que l'efficacité des mesures prises à l'issue du sondage du personnel sera mesurée?

Le sondage du personnel sert aussi à évaluer l'impact des mesures mises en œuvre l'an dernier. Les résultats nous permettent d'obtenir de précieux retours, à savoir si nous sommes sur la bonne voie et les points que nous devons continuer à améliorer. En privilégiant cette forme de dialogue, nous impliquons activement les collaborateurs dans le développement de la Poste. ■



La vidéo sur le sondage du personnel 2015
www.post.ch/journaldupersonnel



Résultats du sondage du personnel 2015

Indice par unité	Groupe		PostMail		Post-Logistics		PostFinance		CarPostal		Réseau postal et vente		SPS	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014
Engagement	82	82	84	84	82	82	87	86	86	86	78	78	77	78
– Identification	81	81	83	83	82	81	85	85	83	84	76	76	74	74
– Fluctuation du personnel	80	80	82	82	80	80	86	84	85	85	75	74	74	75
– Volonté de performance	86	86	88	88	86	86	89	89	89	89	83	83	84	85
Situation professionnelle	76	75	78	77	74	73	77	76	74	73	77	76	71	71
Compétitivité de l'unité*	73	72	74	74	71	71	74	73	71	71	70	70	71	71
Orientation client	79	79	79	79	79	79	80	80	78	77	75	75	81	81
Satisfaction du personnel	75	75	77	77	73	73	78	76	76	76	74	73	67	67

*La compétitivité de l'unité comprend les facteurs Stratégie, Management, Innovation/Communication, Collaboration et Développement.

Nouveau campus pour as de l'informatique

La Poste a ouvert un campus ICT à Berne afin de renforcer sa formation en informatique.

Texte: Lea Freiburghaus

Les besoins en spécialistes ICT confirmés ne cessent d'augmenter. Avec près de 1700 collaborateurs dans le secteur informatique, la Poste figure parmi les principaux employeurs du pays dans ce domaine. Afin d'assurer la relève, la Poste veut augmenter de 50% le nombre de places d'apprentissage dans les métiers ICT au cours des prochaines années. Elle a désormais ouvert un campus ICT à la Engehalde à Berne spécialement à cet effet. Près de 50 futurs informaticiens, médiamaticiens et employés de commerce travaillent et étudient ensemble depuis début août dans les nouveaux locaux. Parmi les 37 apprentis en informatique qui suivent leur formation de base à la Engehalde, certains viennent d'un nouveau PowerTeam mixte formé par PostFinance. Ils exécutent de manière responsable des ordres productifs de PostFinance et d'autres unités. ■

Examens de fin d'apprentissage 2015

Cet été, 700 apprentis dans 15 métiers différents ont achevé leur formation avec succès à la Poste. 13% d'entre eux ont obtenu une note globale de 5,3 ou plus à l'examen de fin d'apprentissage. Quatre personnes ayant achevé leur apprentissage sur cinq ont été embauchées à la Poste. La Poste commence dès maintenant à recruter 830 apprentis qui débiteront leur apprentissage en 2016. Sur www.poste.ch/apprentissage, les intéressés trouveront des informations détaillées et des films sur les professions de la Poste, des astuces pour la candidature et bien davantage encore. Plus d'informations via postjob@poste.ch ou par téléphone au 0848 85 8000.

Publicité

Mobile électrique PONI

sans permis, sûr et confortable sur quatre roues



brochures / essai gratuit
Lukas Jenni GmbH • Im Gstein • CH-8424 Embrach
Tél. 044 876 04 07 • www.lukas-jenni.ch



Envoyer brochure gratuite à:

nom/prénom: _____

rue: _____

code postal/lieu: _____

téléphone: _____

PO

PostFinance: bien gérer son argent

Texte: Renate Schoch



Avec «MoneyFit», PostFinance étend son offre de formation afin de permettre aux enfants et aux adolescents d'acquérir les connaissances nécessaires pour qu'ils gèrent leur argent efficacement et en toute autonomie. PostFinance choisit ainsi une approche interactive pour expliquer aux enfants et aux jeunes de 9 à 20 ans comment garder le contrôle de leurs finances. ■



moneyfit.postfinance.ch

Campagne de séduction chez PL

Peu importe qui ouvre la porte, apporter un colis signifie apporter de la joie. Avec sa campagne de recrutement en ligne, PostLogistics sort des sentiers battus pour compléter ses effectifs.

Texte: Katja Klein



Bonjour facteur! Même le chien se réjouit.

Du jeune enfant au senior en passant par la rockeuse, les êtres humains comme leurs compagnons à quatre pattes, tout le monde se réjouit quand le facteur sonne et apporte un colis. Avec un clip vidéo illustrant l'idée «Livrer des colis, c'est apporter de la joie», PostLogistics lance une campagne de recrutement inhabituelle pour compléter ses effectifs. Nos facteurs font de l'excellent travail. Le volume de colis qu'ils doivent livrer augmente d'année en année. Nous voulons renforcer nos équipes. ■



www.apporter-la-joie.ch

Réception de vos envois manqués: plus de flexibilité

Sur demande, la Poste dépose les colis à la porte d'entrée ou dans la boîte annexe.

Texte: Manuela Hamadi

Vous avez manqué un envoi et reçu une invitation à venir le retirer? Avec le code porté sur celle-ci, vous définissez en ligne ou sur la Post-App comment et quand recevoir votre envoi: vous pouvez choisir entre la prolongation du délai de retrait, une deuxième présentation, une procuration unique ou la réexpédition. Désormais, vous pouvez aussi faire déposer votre colis dans la boîte annexe ou devant la porte d'entrée. Si une deuxième présentation tôt le matin ou pendant la journée ne vous convient pas, vous avez la possibilité de recevoir le colis en soirée (17–20 heures). Même en cas de réexpédition à une autre adresse, la distribution le soir est désormais possible. En outre, vous pouvez demander la dis-

tribution d'un courrier recommandé le samedi. Et si vous le souhaitez, la Poste livre aussi votre colis à l'étage souhaité. Les nouveaux services d'information sont également utiles: environ 30 minutes avant la distribution du colis, vous pouvez en être averti par téléphone. Vous avez aussi la possibilité de demander un enregistrement dans le calendrier pour la deuxième présentation ou la réexpédition. La Poste vous rappelle l'échéance du délai de retrait par SMS ou par e-mail. ■



www.poste.ch/invitation-a-retirer

Sur les pas de Susanne Ruoff



Photo Effectred Julien Daulte

Susanne Ruoff

directricegenerale@post.ch



pww.post.ch/vision

L'émotion sans clics ni «J'aime»

«Ce mois d'août, comme chaque année, la Poste était partenaire du Festival du film de Locarno (photo: Susanne Ruoff et Adriano P. Vassalli, vice-président du Conseil d'administration de la Poste). Le cinéma à l'ère du DVD, de YouTube et de Netflix? C'est l'atmosphère incomparable sur la Piazza Grande qui fait toute la différence par rapport au home cinéma. Les débats avec nos invités avant et après le film étaient passionnants. Ce cadre magnifique est l'occasion de rencontrer des décideurs et d'échanger avec eux. Ce sont des émotions qui marquent. Tous les invités ont été transportés avec professionnalisme dans les cars postaux les plus modernes, ces beaux véhicules jaunes démontrant ainsi une fois de plus notre capacité de rendement. C'est réel et non virtuel. Du concret! Le cinéma se nourrit d'émotions, comme les lettres et les cartes postales. Cela n'empêche pas les e-mails, les publications Facebook et les vidéos YouTube d'avoir également du succès – mais nous émeuvent-ils autant et aussi longtemps?» ■

Publicité

Profitez d'une remise de 30% sur votre abonnement mobile.

Offre Sunrise exclusive pour le personnel de la Poste. Vous trouverez toutes les informations nécessaires sur intranet pww.post.ch/sunrisepersonnel

Maintenant disponible dans votre office de poste!

LA POSTE



Bien vu. **Sunrise**

«Ces voitures sont le dernier bastion analogique»

Urs Paul Ramseier, président de Swiss Car Register, évoque les nouveaux timbres-poste spéciaux «Automobiles suisses» et l'histoire des constructeurs automobiles de Suisse, aujourd'hui disparus.

Interview: Lea Freiburghaus



Au début de l'industrie du transport motorisé, la Suisse était un pays de constructeurs automobiles. Que sont devenues ces quelques 90 entreprises suisses?

Elles ont toutes disparu. La plupart étaient des petites exploitations qui ne proposaient pas plus de deux ou trois modèles. La demande était trop faible, l'opposition de la population trop importante, la production trop onéreuse et la concurrence étrangère trop forte: le succès économique escompté ne s'est pas concrétisé.

Que voit-on sur les nouveaux timbres-poste spéciaux de la Poste?

Quatre voitures qui ont toutes été produites entièrement en Suisse.

Pourquoi immortaliser ces modèles?

La (2) Martini est le symbole de la fin de la construction automobile suisse. La (3) Pic-Pic était la «Rolls-Royce» des marques automobiles suisses. La (4) Tribelhorn était une pionnière des véhicules à propulsion électrique et la (1) Fischer une voiture particulièrement innovante du point de vue technique.

Est-ce qu'on construit encore des voitures en Suisse aujourd'hui?

Non, du moins pas en série. Mais la Suisse reste un fournisseur important, notamment pour l'industrie automobile allemande. Des Suisses comme Frank Rinderknecht (Rinspeed) surprennent l'industrie depuis plus de 30 ans avec des concept cars, des voitures expérimentales qu'ils ont développées et produites eux-mêmes, et qui inspirent les voitures de demain. Le Salon international de l'automobile de Genève, où l'industrie automobile mondiale se retrouve chaque année depuis 1905, est un vestige du passé de pionnier de la construction automobile suisse.

D'où vient cette fascination pour les automobiles anciennes?

Les voitures anciennes sont le dernier bastion analogique dans un monde de plus en plus numérique. Elles éveillent chez moi des souvenirs de jeunesse. Elles font appel à tous mes sens quand je les conduis. Et elles ont le design unique, typique de leur époque. ■

De magnifiques prix à gagner!

Envoyez un e-mail d'ici le 15 septembre à l'adresse «stamps@poste.ch» avec votre nom, votre adresse et la mention «Concours automobile». Les prix ne seront pas versés en espèces.

Du 1^{er} au 5^e prix: livre «Automobiles suisses» d'une valeur de 24 fr.

Du 6^e au 10^e prix: feuille de timbres d'une valeur de 16 fr.

Du 11^e au 20^e prix: feuille de timbres d'une valeur de 13.60 fr.

Du 21^e au 30^e prix: enveloppe du jour d'émission d'une valeur de 6.05 fr.



www.swisscarregister.ch

Innovateur

Des spécialistes de la Poste à la recherche de jeunes entrepreneurs talentueux

Durant les Pitching Days, des start-ups présentent leur idée commerciale à la Poste. Cela permet de juger rapidement si une collaboration est envisageable.

Diana Hausammann est la responsable Innovation chez PostLogistics. Elle a organisé le Pitching Day en juin. Pour la Poste, c'est la formule idéale pour faire connaissance avec les start-ups: les plus prometteuses d'entre elles sont invitées. Elles présentent en dix minutes leur idée commerciale et les possibilités de collaboration, puis elles répondent aux questions des participants pendant quinze minutes. «Nous avons convoqué trois start-ups que nous trouvons intéressantes. Ainsi, nos spécialistes internes ont pu juger

de manière rapide et efficace si une collaboration avec la Poste en valait la peine», explique Diana Hausammann. «L'opération a porté ses fruits: nous allons lancer dans le domaine de l'économie circulaire et de la logistique de retour avec une start-up un projet client.» ■



Voir le film en ligne:
poste.ch/journaldupersonnel



Shopping

De plus en plus de clients veulent des solutions se répercute-t-elle sur la collaboration? Les rép

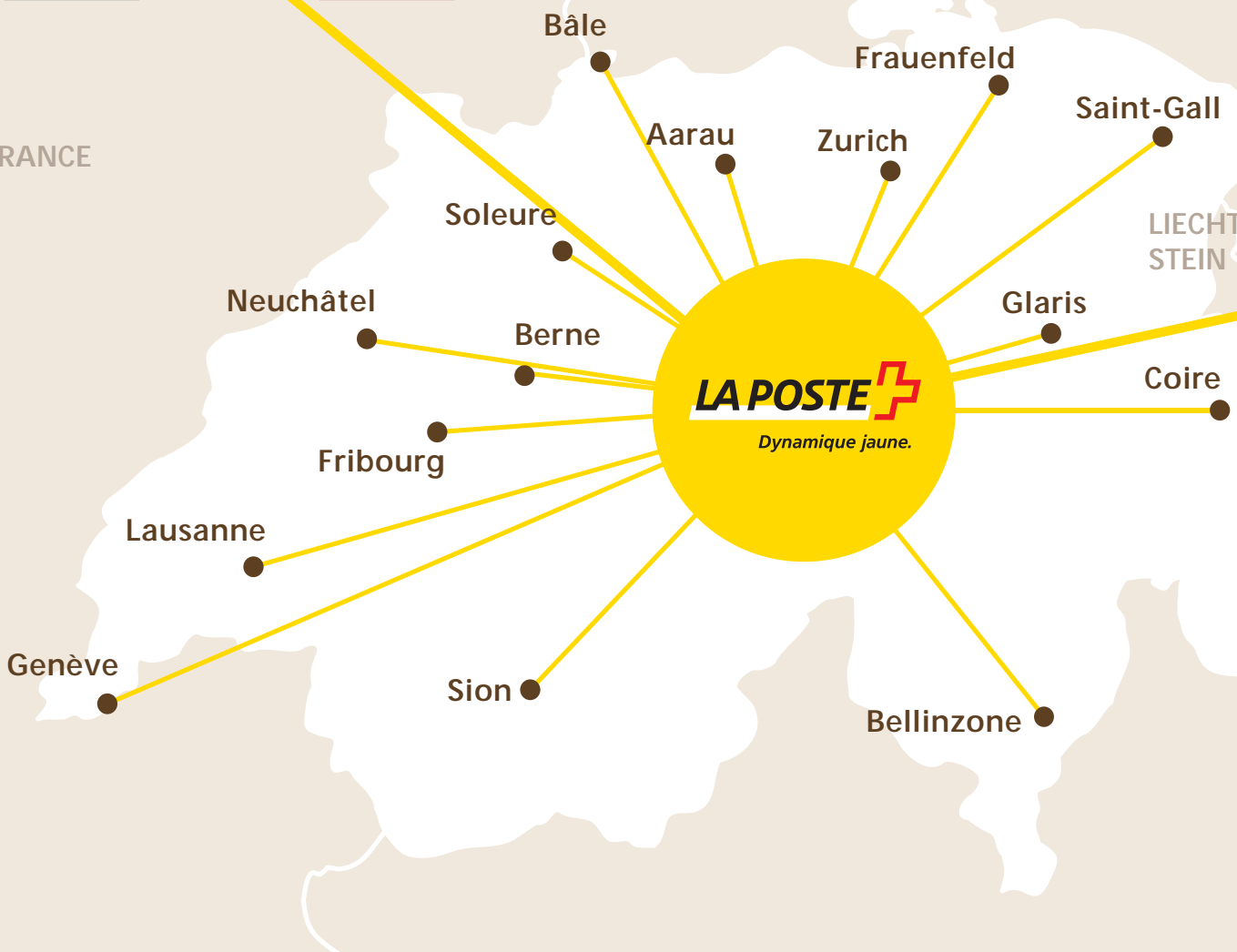
Textes: Sandra Gonseth / Photos: Béatrice Devènes



Paris

FRANCE

ALLEMAGNE



LIECHTENSTEIN

à Paris?

individuelles. Comment cette tendance
 onses de six unités de la Poste.



Salzbourg

AUTRICHE

ITALIE

Il suffit d'un clic pour commander une paire de stilettes à Paris et se les faire livrer à domicile par PostLogistics. Sans oublier le papier de soie rose dans lequel les escarpins sont soigneusement emballés et qui exhale des effluves de Chanel n° 5. Ces commodités sont possibles parce que l'exploitant de la boutique en ligne de chaussures Sarenza a confié l'intégralité de son commerce en ligne à la Poste (voir page 13).

Six axes de développement

Le style de vie numérique suscite de nouvelles exigences chez les clients. Le marché de la logistique continue de croître notamment grâce au boom de l'e-commerce, et son attractivité contribue à intensifier la concurrence à l'échelle internationale. Qu'il s'agisse d'e-commerce, de marketing direct, d'online banking, de poste électronique, de gestion des documents sur support papier ou numérique ou de solutions de mobilité, la Poste s'adapte à l'évolution des besoins de la clientèle en suivant ces six axes de développement.

Impacts sur la collaboration

Dans quelle mesure ce nouveau comportement de la clientèle se ressent-il au niveau de la collaboration de la Poste avec ses clients? «Nous devons identifier les tendances suffisamment tôt et encore mieux comprendre les besoins des clients pour pouvoir développer des solutions adaptées et spécifiques au marché», explique Alexandre Sonigo, conseiller clientèle pour Sarenza.

Il est donc indispensable de se faire une idée sur place. C'est la meilleure manière de se familiariser avec la mentalité et les différences culturelles. «Nous essayons ensuite de rendre simple ce qui au départ était compliqué.» Le fait que la Poste soit le seul prestataire à disposer actuellement d'une solution complète pour l'ensemble du flux de marchandises n'est que l'un de ses nombreux atouts.

Une nouvelle dynamique

Même les besoins de clients de longue date de la Poste ont changé. A l'instar de la société Angela Bruderer AG, active dans la vente par correspondance (35 ans de collaboration cette année). Il y a deux ans, le CEO Jochen Thomann évoquait dans ces pages les innovations déployées par la Poste. Aujourd'hui, il confirme: «Il semblerait que la Poste suive une nouvelle dynamique, parce que le potentiel du marché lié à l'essor du commerce en ligne a été identifié, ou à cause de l'intensification de la concurrence.»

Ainsi, le nouveau modèle de prix appliqué aux catalogues a permis à l'entreprise de devenir plus flexible. «Aujourd'hui, c'est la gamme qui détermine avant tout le nombre de pages des catalogues et non plus le poids limite imposé», explique Jochen Thomann. Il est du coup possible de promouvoir une catégorie de produits qui autrefois passait à la trappe. ■

«Développer les prestations en impliquant les clients»



Martina Müggler, responsable Développement de la mobilité chez CarPostal.

Sur quel genre de solutions CarPostal mise-t-elle? Plutôt standardisées ou personnalisées?
Réaliser des solutions sur mesure pour les voyageurs dans un moyen de transport en commun est difficile. Cette tendance se dessine néanmoins

depuis longtemps et nous essayons d'y répondre avec des prestations personnalisables, comme un login personnel sur les canaux en ligne de CarPostal. Pour nos clients commerciaux, en revanche, il est absolument indispen-

sable de mettre en place des solutions personnalisées.

Y a-t-il des incompatibilités entre les demandes des clients?

Les intérêts et les besoins divergent parfois beaucoup selon le segment de clientèle. L'intérêt d'un commanditaire de ligne de bus, ce sont des coûts aussi réduits que possible, alors que le voyageur recherche un niveau de service et de qualité le plus élevé possible.

Comment aboutir à une solution optimale?

Nous nous efforçons d'identifier les tendances intéressantes à un stade précoce en observant constamment le marché. Quand c'est judicieux, nous impliquons les clients dans le développement des prestations. Nous utilisons aussi le laboratoire de la mobilité à Sion pour développer des innovations avec nos partenaires et les tester en environnement réel. ■

CarPostal innove

DynPaper: l'utilisation d'écrans à la place des horaires traditionnels aux arrêts de bus permet d'afficher les informations en temps réel sur l'utilisation des bus.

PubliRide: en complément aux transports publics et/ou pour décharger le trafic dans les agglomérations, CarPostal propose une plateforme servant d'intermédiaire au covoiturage.



www.publiride.ch
www.mobilitylab.ch

«Nous prenons notre rôle de facilitateur au sérieux»



Patrick Ugolini, responsable de secteur d'offices de poste Lyss.

Quelle importance accordent les clients à Réseau postal et vente?
Nous jouons et jouerons toujours un rôle important dans le contact direct avec la clientèle. Nous prenons notre rôle de facilitateur très au sérieux. Chez nous, le client

doit pouvoir «déposer» ses demandes selon ses besoins. A nous de toujours essayer de trouver la solution optimale.

Quels sont les facteurs déterminants pour fidéliser la clientèle?

La qualité de nos prestations est cruciale, indéniablement. Le client est d'ailleurs prêt à y contribuer en y mettant le prix. Mais la proximité amène à y contribuer plus. J'entends par là le contact personnel établi non seulement par le gestionnaire clientèle, mais aussi par nos collaborateurs au guichet et le personnel de distribution. Ils sont tous notre carte de visite.

Qu'attend le client d'aujourd'hui?

Il est important de pouvoir répondre de manière flexible à leurs exigences. Les prestations et possibilités offertes ont évolué de façon positive au cours des dernières années. Le client compte sur un traitement rapide de ses demandes. Et il est souvent impressionné par la rapidité de notre réaction ainsi que par la simplicité des solutions que nous lui proposons. ■

Réseau postal et vente mise sur l'innovation

Lettre de voiture en ligne: le service en ligne «Etablissement de lettres de voiture» permet de remplir depuis chez soi les documents requis pour les envois jusqu'à 30 kilos de manière simple, conviviale et rapide.

Timbre-poste SMS: les lettres en courrier A peuvent être affranchies partout et en toute simplicité avec le téléphone mobile.



www.poste.ch/lettre-de-voiture
www.poste.ch/timbre-poste-sms

«Se demander sans cesse comment nous démarquer»



Cyril Schneider, responsable de projet pour les projets clients à PostLogistics Daillens.

Le négociant de chaussures en ligne Sarenza a confié l'e-commerce de A à Z à la Poste. Cyril Schneider, responsable de projet pour les projets clients, explique ce qui compte quand il est question de solutions clients individuelles.

Pourquoi une entreprise devrait-elle collaborer avec PostLogistics?

Parce que nos solutions globales sont précisément adaptées aux besoins des clients. Nous assurons par exemple l'ensemble de la logistique pour Sarenza, de l'importation au traitement des retours (voir ci-dessous). Cela génère une valeur ajoutée importante pour le client: son quotidien professionnel est simplifié. Les solutions clients spécifiques permettent à PostLogistics d'obtenir un taux de fidélisation de clients satisfaisant et d'engendrer de nouvelles sources de recettes.

A l'avenir, va-t-on s'éloigner des offres standardisées?

La vente de prestations standard demeure importante, mais de plus en plus de clients exigent des solutions individuelles. L'équipe Projets branches et clients où je travaille est chargée du développement stratégique

des branches de PostLogistics. C'est pourquoi nous lançons constamment de nouvelles offres basées sur les besoins des clients. Le plus important c'est de les comprendre. Le marché de nos clients commerciaux est en constante évolution et la logistique doit être adaptée sans arrêt.

Quels sont les points délicats?

Les différentes cultures d'entreprise représentent un défi permanent. Il faut aussi faire preuve de flexibilité dans un contexte de rude concurrence sur le marché de la logistique. Nous devons sans cesse nous demander comment nous pouvons nous démarquer.

Alors, avez-vous une recette miracle?

Ce qu'il faut, ce sont des solutions logistiques individuelles et complexes. Le fait que nos collaborateurs parlent plusieurs langues est un avantage indéniable pour fidéliser nos clients. Nous avons ainsi la possibilité de communiquer avec nos clients d'entreprises internationales dans leur langue nationale. Une visite sur place nous permet de comprendre encore mieux leurs exigences et leurs processus. ■

PostLogistics fait venir les stiletto de Paris



Quand Alexandre Sonigo est à Paris, ce n'est pas pour admirer la tour Eiffel: il est à l'entreprise d'e-commerce Sarenza, spécialisée dans la vente en ligne de chaussures et accessoires, la plus grande de ce type en France. «Les journées de dix heures sont monnaie courante à Paris», explique Alexandre Sonigo, conseiller à la clientèle chez PostLogistics à Genève. Son portefeuille est composé de nombreux clients étrangers: «Une particularité de notre site, c'est le contact étroit avec l'étranger», confirme-t-il.

Solution logistique complète

Pour Sarenza, PostLogistics a développé une solution de service complet. PostLogistics assure

l'ensemble de la logistique, depuis l'importation de la marchandise à sa distribution en Suisse, traitement des retours compris. «C'est une combinaison de différentes solutions qui forment un paquet complet», explique Alexandre Sonigo. Le dédouanement et le remboursement de la TVA pour les retours en font aussi partie.

Bien négocié

Dans ce genre de commerce, il faut toujours prendre en compte les différences culturelles. Grâce à une grande habileté à négocier, on a pu faire en sorte que les douanes suisses reconnaissent le centre colis de Daillens aussi bien comme expéditeur que comme destinataire. Avantage: à présent,

la marchandise peut être dédouanée au centre colis plutôt qu'à la frontière. «Jusqu'à présent, le marché international de l'e-commerce s'est peu intéressé à la Suisse», explique le conseiller à la clientèle. Pour Alexandre Sonigo, les raisons sont évidentes: des formalités douanières compliquées et une certaine retenue en raison du plurilinguisme suisse. Malgré cela, il y a toujours plus d'intervenants qui cherchent à développer leurs activités en Suisse. «Notre mission est donc de leur proposer des solutions simples, complètes et efficaces.»



www.sarenza.ch

«Souvent, les petits détails sont déterminants»



Damian Baer, directeur de Swiss Post Solutions SA.

Les attentes des clients peuvent-elles être satisfaites par la technologie de pointe?

Pas seulement. Nous recherchons des solutions globales intelligentes qui incluent et analysent leurs besoins et les processus d'entre-

prises, tout en les intégrant de manière optimale dans les projets de numérisation. Les clients nous confient donc leurs processus et les informations contextuelles s'y référant.

Comment SPS gagne-t-elle cette confiance?

SPS propose uniquement des solutions sur mesure. En effet, même si les processus, pour des assurances ou des banques se ressemblent, il est important de tenir compte des réalités internes et des particularités spécifiques à l'entreprise.

Cela permet-il de rester compétitif?

Oui, car lors de l'adjudication d'un marché, ce sont souvent les petits détails qui sont déterminants. Nous ne nous contentons pas de développer des concepts sur mesure, nous montrons aussi au client comment devenir plus rapide et plus efficace. ■

SPS innove

SPS reprend sur les sept principaux sites du Credit Suisse (CS) le traitement du courrier entrant, interne et sortant. La nouvelle solution est axée autour du tri automatique sur les installations du centre courrier de Mülligen. Le concept a été mis au point par Post-Mail et Swiss Post Solutions pour le CS et introduit pour la première fois. Un processus d'optimisation constant garantit la qualité. Le CS a ainsi pu réduire considérablement les coûts liés à son mailroom.



www.swisspostsolutions.com

«Nos clients sont de plus en plus férus de technologie»



Alessandro Di Leta, responsable Marketing Moyennes entreprises.

Quelle importance PostFinance accorde-t-elle aux solutions clients sur mesure?

Notre objectif est de faciliter autant que possible la gestion de l'argent pour nos clients. Nous cherchons donc de nouvelles solutions conviviales qui répondent à un besoin et

puissent être mises à la disposition de beaucoup de clients.

Quelle influence cela a-t-il sur la collaboration avec les clients?

Comme nous proposons davantage de solutions le long de la chaîne de création de valeur, nous devons

acquérir un savoir-faire qui jusqu'ici n'était pas indispensable pour des activités financières classiques. Par ailleurs, nos clients sont de plus en plus férus de technologie. Les nouvelles technologies et l'accès simplifié sont nécessaires aussi pour les opérations bancaires.

Dans quelle mesure les relations avec les clients évoluent-elles?

En tant que prestataire de services financiers, nous sommes au cœur de la conversion numérique. Les relations avec nos clients se complexifient. Les innovations impliquent aussi des changements au niveau des interlocuteurs – en particulier pour les clients commerciaux. Un bon exemple: le produit ProfitApp, un programme de fidélité numérique, qui fait que nous sommes davantage en contact avec le service marketing des entreprises. ■

PF joue la carte de l'innovation

PostFinance SmartBusiness offre aux petites entreprises la possibilité de gérer leurs débiteurs en ligne, de l'établissement de l'offre au contrôle des postes débiteurs en suspens, en passant par la facturation. Cela réduit considérablement la charge de travail manuel investie dans les tâches administratives. Les entrepreneurs peuvent ainsi se concentrer sur leur cœur de métier.



www.smartbusiness.postfinance.ch

**Quel est ton
niveau de
dynamique
jaune ?**

7 questions pour une réponse

1

Quel est ton point commun avec les novices et les vieux renards ?

- La peau dure
- La curiosité
- Le même siège

4

Quel est ton point commun avec les intégrateurs SAP-PI/PRO et les gestionnaires EAI/EDI ?

- La maîtrise du jargon
- Le sens de l'abréviation
- La même plateforme

6

Quel est ton point commun avec les as de l'automation et les rois de la technique ?

- La maîtrise des cartes
- Un cœur qui tombe à pic
- La liberté d'action

**Envie d'en
savoir
plus ?**

Connecte-toi.

ma-dynamique-jaune.ch

«Les clients apprécient d'avoir les mêmes interlocuteurs»



Daniel Good, consultant senior chez Direct Marketing Services (DMS).

Prospecter pour le compte des maisons de vente par correspondance? Daniel Good, consultant senior chez Direct Marketing Services (DMS), explique pourquoi PostMail explore de nouvelles voies avec cette solution client innovante.

Quelles solutions clients vous demande-t-on?

Comme nous assumons de plus en plus souvent des étapes complètes de processus commerciaux, le client peut se concentrer sur ses propres compétences clés. Dans le cadre de notre offre de marketing direct complète, nous travaillons pour de petits clients, par exemple en gérant la conception, la création, la production des moyens publicitaires et nous nous chargeons aussi à la fin de l'envoi. Ainsi, nous sommes au service de toute la chaîne de création de valeur en matière de marketing direct. Avec la solution client LUZ (voir ci-dessous), nous allons encore plus loin et assumons une partie du risque économique encouru par le client commercial.

Cela suppose une solide compréhension du marché...

Tout à fait! Et ce d'autant plus que nous couvrons les besoins des fournisseurs et des clients. A cela s'ajoutent l'environnement de marché exigeant dû au choc du franc et le fait que certains prestataires, comme Zalando, appréciés des clients finaux, gagnent très rapidement d'importantes parts de marché face aux mai-

sons de vente par correspondance classiques comme Ackermann et Quelle.

Cela permet-il de rester compétitif?

Oui, car du coup, il n'est pas possible de nous comparer sur la base d'un seul produit et de son prix. Cela nous confère un avantage concurrentiel non négligeable. Des solutions sur mesure permettent aussi à PostMail de collaborer avec le client à un niveau plus élevé en termes de stratégie. Cela renforce considérablement la fidélisation de la clientèle et il devient plus hasardeux de changer de prestataire.

Quels sont les facteurs déterminants pour fidéliser la clientèle?

Outre la compréhension du marché, je citerais la qualité. Si nous parvenons à aider le client à atteindre ses objectifs tout en conservant notre position de leader côté qualité, nous sommes quasiment imbattables. Un autre élément important est la continuité, en particulier en ce qui concerne la gestion clientèle. Les clients apprécient d'avoir les mêmes interlocuteurs de longue date chez les prestataires. ■



Réductions pour les collaborateurs de la Poste chez Ackermann et Quelle. Voir le flyer encarté, sur intranet ou sur la Place du marché.

PostMail vend des chemisiers maintenant?



Salzbourg

PostMail innove avec le projet LUZ. «Dans ce cadre, nous endossons en plus une responsabilité économique, en acquérant de nouveaux clients pour les maisons de vente par correspondance Quelle et Ackermann», explique Daniel Good, responsable du projet.

Changer de perspective

Et voici comment cela fonctionne: la société de vente à distance UNITO sise à Salzbourg distribue la marchandise pour le compte de Quelle et d'Ackermann. La Poste se charge d'acquérir de nouveaux clients pour UNITO. UNITO accorde quant à elle un budget déterminé

à la Poste pour des mesures publicitaires, visant à acquérir un nombre prédéfini de nouveaux clients, avec lequel PostMail réalise avant tout des actions PromoPost, des publipostages adressés, des annonces ou des affiches. «Concrètement, nous sommes responsables de la production et de l'impression des envois publicitaires, nous louons les adresses nécessaires et distribuons les envois», résume Daniel Good.

Simple comme bonjour

A cet effet, le conseiller à la clientèle s'est rendu plusieurs fois à Salzbourg pour définir les mesu-

res et fixer des objectifs quantitatifs de concert avec UNITO. Pour Quelle et Ackermann, la Poste doit acquérir 30 000 à 35 000 clients réalisant un chiffre d'affaires déterminé. Un objectif réaliste? «En raison de l'environnement de marché difficile, nous devons désormais aller encore plus loin afin de combler les retards du premier semestre.» Daniel Good reste toutefois optimiste: «Cette solution client se démarque par sa simplicité pour le client, le processus complet étant géré en arrière-plan par nos soins, à tous les niveaux.»

«Tout le monde peut participer à Post

La majorité des collaborateurs n'a jamais entendu parler du programme PostVenture qui vise à trouver de nouvelles

Interview: Claudia Iraoui / Photo: Severin Nowacki

Résultat du sondage du mois de juillet

Connaissez-vous PostVenture?
poste.ch/postventure



PostVenture

15%

Oui

85%

Non



Valerie Riedo, trainee à l'unité Développement et innovation.

85% des collaborateurs qui ont participé à notre sondage ne connaissent pas PostVenture. Pouvez-vous nous expliquer en quoi cela consiste?

PostVenture est un programme visant à stimuler l'innovation à l'échelle du groupe et qui permet à la Poste de rechercher de nouvelles idées commerciales. Elle a été organisée pour la première fois en 2012. La recherche se concentre sur des idées commerciales dans les six axes stratégiques de la Poste: E-commerce, E-Post, marketing direct, solutions de mobilité, gestion des documents et mobile/e-banking.

Comment les idées sont-elles recueillies?

Depuis le 24 août, les collaborateurs ont six semaines pour présenter leurs idées commerciales au

sein de la Poste dans le cadre de PostVenture15 – une description de 300 mots suffit. Les idées peuvent aussi être envoyées par e-mail à l'adresse postventure@poste.ch. Un jury désigne les 30 meilleures idées internes qui pourront ensuite être mises en œuvre avec des experts lors d'un atelier intensif (bootcamp). Notre objectif est de réitérer le succès de PostVenture12 et d'obtenir plus de 100 propositions. Pour les participants externes, nous travaillons avec notre partenaire venturelab de l'Institut des jeunes entrepreneurs. Ainsi, nous bénéficions d'un accès à leurs idées. Nous sélectionnons les meilleures devant un jury – composé d'experts internes et externes – qui détermine ensuite lesquelles accèdent à la phase suivante: l'élaboration.

Venture15»

idées commerciales pour la Poste. Valerie Riedo, trainee à l'unité Développement et innovation, explique PostVenture15.



Pourquoi cette procédure?

Nous ne voulons pas nous adresser qu'aux professionnels, mais à toutes les personnes qui ont une bonne idée et qui s'engagent déjà pour sa mise en œuvre. Aucune connaissance particulière du développement commercial n'est nécessaire pour la participation. La procédure progressive permet de développer graduellement les idées commerciales avec des experts.

Pourquoi la Poste voit-elle un potentiel pareil chez les collaborateurs?

Ils constituent une réelle mine d'or

de connaissances. Il est donc important de leur proposer une plateforme sur laquelle ils peuvent déposer facilement des idées innovantes et qui les aide à les développer.

La plateforme Postidea ne suffit-elle pas?

PostVenture15 est une mesure particulière à grande échelle et limitée dans le temps qui vise à trouver beaucoup de bonnes idées commerciales. Son orientation est plus visionnaire et cible des changements à long terme, d'où les six

axes stratégiques sur lesquels elle se concentre. Postidea, de son côté, offre aux collaborateurs la possibilité de soumettre à tout moment des idées relevant ou non de leur domaine d'activité.

Pourquoi devrait-on participer?

PostVenture15 est une excellente occasion de faire bouger les choses. Les participants peuvent développer leurs compétences en collaborant avec des experts. Ils participent à différentes manifestations pendant leur temps de travail et obtiennent un soutien financier pour leur idée, une formation continue et un certificat de l'EPF de Zurich. Les cadres dirigeants leur accordent une certaine attention. Sans oublier le voyage de formation à gagner.

Quel est le profil du candidat idéal?

Tous les collaborateurs qui ont une bonne idée commerciale peuvent participer. C'est vraiment facile, même pour ceux qui n'ont pas d'accès à Internet. Il leur suffit de présenter l'idée en 300 mots. Une méthode simple – dénommée CO-STAR – aide à structurer

l'idée: les champs décrivant le client, l'opportunité commerciale et la solution* sont obligatoires, les trois autres optionnels. Si cette brève description convainc le jury, on peut compter sur le soutien des experts. Mais il faut bien sûr aussi une bonne dose d'engagement personnel. ■

* Customer (Client) – Opportunity (Opportunité) – Solution (Solution) – Team – Advantage (Avantage) – Results (Résultats)

CO-STAR Creator fait peau neuve

Depuis fin juillet, CO-STAR Creator, également utilisé pour PostVenture, se présente sous un nouveau design convivial et comprend des fonctions supplémentaires. CO-STAR Creator est un outil en ligne permettant de structurer les idées commerciales. Il vous aide à développer vos idées selon la méthode CO-STAR par le biais de dessins animés illustratifs, de précieux conseils et d'exemples pratiques facilement compréhensibles.
post.innotools.com

PostVenture, édition 2015

Les collaborateurs de la Poste peuvent soumettre leur idée **dès maintenant jusqu'au 27 septembre 2015**. Les idées ayant passé la première sélection avec succès obtiendront du soutien et seront développées de manière ciblée, puis mises en œuvre pour créer les premiers prototypes. Le gagnant du concours interne sera récompensé à l'occasion d'un événement en décembre. Au cours de la deuxième phase, les participants internes et externes pourront parfaire les idées les plus prometteuses grâce au savoir-faire de la Poste. Pour les participants, la phase 2 s'achèvera par la présentation de leur proposition devant un jury qui décidera de la suite de la procédure.

Intranet: www.post.ch/postventure

Contact: postventure@poste.ch

La question du mois

Elections fédérales: votez-vous dans l'urne ou par courrier?



Exprimez votre opinion en ligne:
www.post.ch/journaldupersonnel

ou par écrit: La Poste Suisse SA, Rédaction
«La Poste» (K11), Wankdorfallee 4, 3030 Berne

Le selfie de l'apprentie



«Pendant ma troisième et dernière année chez PostFinance, je découvre le conseil à la clientèle. A la filiale de Köniz, je profite de l'expérience de mes collègues et j'apprécie l'ambiance de travail agréable. Nous travaillons aussi main dans la main avec l'office de poste qui se trouve dans le même bâtiment.»

Angela Kunz (18 ans),
apprentie employée de commerce Branche Banque 3^e année

Courses gratuites pour le personnel

Morat-Fribourg du 4 octobre 2015

Délai d'inscription: 27 août 2015

- | | | |
|--|---------|-------------|
| <input type="checkbox"/> Running | 17,7 km | Temps est.: |
| <input type="checkbox"/> Running | 8,68 km | Temps est.: |
| <input type="checkbox"/> Nordic Walking/Walking | 11 km | |
| <input type="checkbox"/> Nordic Walking /Walking | 6,9 km | |

Hallwilerseelauf du 10 octobre 2015

Délai d'inscription: 30 août 2015

- | | | |
|--|---------|-------------|
| <input type="checkbox"/> Semi-marathon | 21,1 km | Temps est.: |
| <input type="checkbox"/> 10 kilomètres | | Temps est.: |
| <input type="checkbox"/> Petite course | 6,9 km | |
| <input type="checkbox"/> Course découverte | 21,1 km | |
| <input type="checkbox"/> Nordic Walking | 21,1 km | |
| <input type="checkbox"/> Nordic Walking | 11 km | |
| <input type="checkbox"/> Nordic Walking | 6,9 km | |

Taille (XS, S, M, L, XL, XXL):

Glerner Stadtlauflauf du 24 octobre 2015

Délai d'inscription: 9 septembre 2015

- | | | |
|---|-------|-------------|
| <input type="checkbox"/> Running (femmes) | 4720m | Temps est.: |
| <input type="checkbox"/> Running (hommes) | 7865m | Temps est.: |

Lausanne Marathon du 25 octobre 2015

Délai d'inscription: 9 septembre 2015

- | | | |
|--|-------|-------------|
| <input type="checkbox"/> Running marathon | | Temps est.: |
| <input type="checkbox"/> Running semi-marathon | | Temps est.: |
| <input type="checkbox"/> Running | 10 km | |
| <input type="checkbox"/> Nordic Walking | 10 km | |
| <input type="checkbox"/> Walking | 10 km | |

Swiss City Marathon du 25 octobre 2015

Délai d'inscription: 9 septembre 2015

- | | | |
|--|---------|-------------|
| <input type="checkbox"/> Running marathon | | Temps est.: |
| <input type="checkbox"/> Running semi-marathon | | Temps est.: |
| <input type="checkbox"/> Running | 5 miles | Temps est.: |

La Poste se soucie beaucoup de la santé de ses collaborateurs. Grâce aux coupons se trouvant dans le journal du personnel, vous pouvez continuer à vous inscrire gratuitement aux manifestations.

Nom: _____

Prénom: _____

N° personnel: _____

Année: _____

E-mail: _____

Rue, N°: _____

Lieu: _____

Date: _____

Signature: _____

Coupon à renvoyer à:

La Poste Suisse SA,
Course à pied K22,
Wankdorfallee 4, 3030 Berne

Précision:

Inscription aussi sur Intranet:
Place du marché > Billets
et manifestations.

Attention: Pour des raisons administratives, nous ne pouvons pas rembourser les frais d'inscription déjà versés. Qui s'inscrit s'engage à participer. Toute inscription donne lieu au versement des frais de participation qui ne sont pas remboursés en cas de forfait. Les documents nécessaires vous seront remis par les organisateurs.

Agenda

28.8.–1.9.2015

OBA, Saint-Gall
www.oba-sg.ch

29.8.–13.9.2015

DAS ZELT - Chapiteau
PostFinance, Interlaken
www.daszelt.ch

4–8.9.2015

Foire de la formation, Berne
www.bam.ch
✓ Entrée gratuite jusqu'à
16 ans, adultes 10 francs

8 et 17.9.2015

Visite du centre courrier
Zürich-Mülligen
Inscription via LMS

8–13.9.2015

Exposition professionnelle
d'Argovie, Wettingen
www.ab15.ch

10–12.9.2015

Salon des métiers
Schaffhouse
www.berufsmesse-sh.ch

11 et 12.9.2015

Marathon de la Jungfrau
www.jungfrau-marathon.ch

12–21.9.2015

Comptoir Suisse,
Lausanne
www.comptoir.ch

15 et 25.9.2015

Visite du centre courrier
Härkingen
Inscription via LMS

17–19.9.2015

Salon des métiers TG,
Weinfelden
www.berufsmesse-thurgau.ch

18–24.9.2015

DAS ZELT - Chapiteau
PostFinance, Wettingen
www.daszelt.ch

19.9.2015

Greifenseelauf
www.greifenseelauf.ch

24.9.2015

Réseaux MOVE &
MOSAICO & RAINBOW
Musée Olympique, Lausanne
Inscription via LMS

25.9–4.10.2015

Züspa, Zürich
www.zuespa.ch

1.10–7.10.2015

DAS ZELT - Chapiteau
PostFinance, Langenthal
www.daszelt.ch

4.10.2015

Morat-Fribourg
www.morat-fribourg.ch
Inscription intranet/coupon

10.10.2015

Hallwilerseelauf
www.hallwilerseelauf.ch
Inscription intranet/coupon

17.10.2015

Tournoi de squash
Keirsatz BE
Inscription d'ici le 6.10.2015
sur www.postactivity.ch

22.10 et 12.11.2015

Workshop Développement
durable
Inscription via LMS

24.10.2015

Tournée d'automne de
l'orchestre symphonique
suisse des jeunes, Berne
www.sjsjo.ch

24.10.2015

Glerner Stadtlauflauf
www.glerner-stadtlauflauf.ch
Inscription intranet/coupon

25.10.2015

Swiss City Marathon
www.swisscitymarathon.ch
Inscription intranet/coupon

25.10.2015

Lausanne Marathon
www.lausanne-marathon.com
Inscription intranet/coupon

Payer avec son téléphone

TWINT transforme le smartphone en porte-monnaie. L'app' est téléchargeable dès maintenant.

Texte: Sarah Nünlist



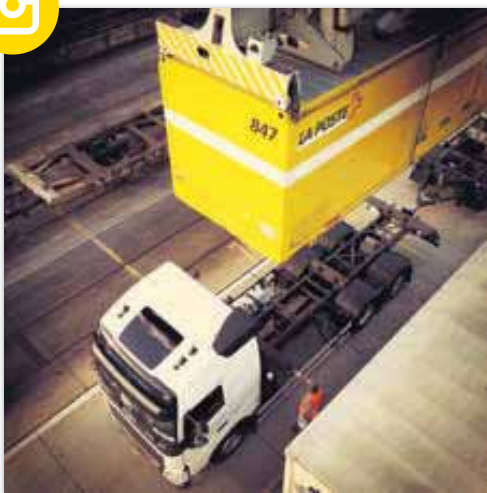
TWINT a démarré. L'app' de paiement et d'achats de la filiale de PostFinance peut être téléchargée depuis début août. TWINT permet de payer des achats sans espèces par smartphone. Actuellement, cette forme de paiement est possible dans des magasins sélectionnés à Zurich et Berne; six autres villes et les premières boutiques en ligne viendront s'y ajouter dans les semaines à venir. En octobre, le grand lancement aura lieu dans toute la Suisse.

Fonctionnement

1. Installer l'app' TWINT sur l'iPhone ou le smartphone Android.
2. Charger du crédit. Cela peut s'effectuer de différentes façons. Une carte de crédit n'est pas nécessaire.
3. Payer à la caisse. Pour cela, il faut ouvrir l'app' et tenir le smartphone sur le beacon (voir photo ci-contre) TWINT. ■



Plus d'informations sur www.twint.ch
ou sur la vidéo d'explication via QR code.



49 «J'aime»
Prenez un œil exercé, une poignée d'adresses, une pincée de précision, une portion de confiance en soi, et le chargement du camion est terminé.
#swisspost
#combi
#route
#rail

Instagram

Au mois d'août, Gabi et son équipe de la logistique de site nous ont emmenés accompagner l'équipe du soir du centre colis de Härkingen.



Souhaiteriez-vous aussi montrer votre travail sur Instagram? Ecrivez à l'adresse socialmedia@poste.ch



Chanter #tütatoo et gagner

Tu-ta-too. Tous les enfants connaissent l'avertisseur à trois notes du car postal. Mais quelle est votre version de cette mélodie? Chantez-la ou mettez-la en musique et postez votre vidéo sur Instagram avec le hashtag #tütatoo. Il y a une course spéciale d'une journée en car postal pour vous et vos amis à gagner. Conditions de participation via QR code.



Post-App: localiser en réalité augmentée

Une nouvelle fonction de la Post-App permet désormais de trouver très facilement l'office de poste ou la boîte aux lettres la plus proche ainsi que tous les autres sites de la Poste, d'un seul coup d'œil sur l'appareil photo du téléphone mobile. Il suffit de sélectionner le symbole de l'appareil photo et de tourner le smartphone dans toutes les directions: les sites s'affichent grâce à la réalité augmentée. Pratique pour tous ceux qui ne sont pas des champions de la lecture de carte.



Facebook

facebook.com/swisspost



Twitter

twitter.com/PostseSuisse



Instagram

instagram.com/swisspost



YouTube

youtube.com/swisspost



Autres

post.ch/socialmedia

«Chacun porte en lui son propre petit colis»

Avec son album «Pöstler» (Postier), le rappeur lucernois EffE, de son vrai nom Rafael Graf (28 ans), veut convaincre ses collègues de travail, mais aussi la Suisse entière.

Texte: Simone Hubacher / Photos: Fabian Biasio



EffE est tout fier: la pochette, il l'a conçue lui-même.

S'il chante au travail? Rafael Graf, alias EffE, rit: «Evidemment! Je chante toujours quand je suis seul au volant!» Depuis deux ans et demi, Rafael Graf est employé de PostLogistics à Rothenburg (LU) – son véhicule de livraison jaune est comme une seconde maison. Il y écoute de la musique, de préférence du rap, et s'entraîne à chanter ses propres chansons. «A chaque tournée, je me laisse inspirer par les gens, leur vie, la Suisse. Des bribes de textes, et même des chansons, sont nés de ces rencontres», explique EffE. Son album intitulé «Pöstler» sortira le 28 août; l'une des chansons s'appelle «Wine Pöstler» (Comme un postier). On y retrouve ces lignes écrites en dialecte: «Ha nie dänkt, dass i Pöstler werde» (J'aurais jamais imaginé devenir postier) et «Chasch nie wösse, wis mol chund im Läbe. Jede do treit sis eigete Päckli mit sich.» (Dans la vie, on sait jamais ce qui peut arriver. Chacun porte en lui son propre petit colis.) Des colis, il en distribue dans des villages et des quartiers très différents les uns que les autres. Il croise des personnes venant d'horizons très divers: «Ce sont justement ces rencontres qui m'inspirent de nouvelles chansons.»

Parler de ce qui est beau et de ce qui est triste

«Je parle aussi bien de choses réjouissantes que de choses tristes. C'est la vérité nue que tu rencontres derrière les portes des maisons», confie le postier. C'est super quand un couple s'installe dans une maison, que la femme tombe enceinte et que, quelques mois plus tard, elle tient son bébé dans ses bras. Mais on voit aussi des choses terribles,

Portrait

Rafael Graf,
alias EffE (28 ans), vit à Lucerne
avec sa compagne et sa fille (4 ans).
A part la musique, il aime
les bons petits plats.

«quand un couple qui se dispute ouvre la porte et que la femme a un œil au beurre noir». Ses nouvelles chansons, il a planché dessus pendant presque trois ans. «En plus, le groupe est nouveau, et avec neuf membres il est plutôt grand», explique Rafael Graf, qui partira bientôt en tournée. Leslie Philbert, une ancienne candidate de The Voice of Switzerland à la voix extraordinaire, est aussi de la partie.

Postier, papa et rappeur

Pour cet employé de PostLogistics, la journée de travail commence à 4 heures du matin à Rothenburg (LU). A partir de 5 heures, il parcourt sa région de desserte. Une fois par mois en moyenne, son itinéraire préféré le conduit à Hasliberg (BE) en passant par Lungern et par le col du Brünig. Les après-midi, ce jeune père de famille s'occupe de sa fille de 4 ans et profite des moments passés avec elle. «Je ne l'emmène pas avec moi au studio d'enregistrement, ni aux concerts. Mais elle sait que son papa aime chanter et jouer différents rôles sur scène ou pour des vidéos. Dès 18 heures, je répète au studio ou je retrouve des collègues pour régler des affaires, comme la conception de la pochette du prochain CD.»

«Pöstler» n'est pas le premier opus d'EffE. Il s'est fait connaître grâce à ses deux albums à succès réalisés avec son groupe «Uslender Production», qui lui ont valu en 2012 une place dans le top 5 des hit-parades – et son single «Du bisch Willkommen» (Tu es le bienvenu) a même été couronné meilleur clip vidéo de Suisse. ■

Acheter l'album à prix réduit

Toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs de la Poste peuvent acheter l'album «Pöstler» de Rafael par SMS à des conditions spéciales (12 fr. au lieu de 14 fr.). Il suffit d'envoyer un SMS avec le texte «igroove post» au numéro 900.



www.stargarage.ch



*«Ces rencontres,
c'est justement
ce qui m'inspire»*



Les écoliers de Palézieux-Village découvrent la brochure de CarPostal.



Haut les mains! La mise en situation de l'élève par le médiateur est très efficace – et l'humour n'est pas en reste.



Mon car postal, l'école et moi et moi...

Les enfants ont repris le chemin de l'école et certains ont retrouvé leur car postal. Reportage à Palézieux-Village et à Oron avec le médiateur scolaire de l'unité du transport scolaire.

Texte: Annick Chevillot / Photos: Sedrik Nemeth

«Le bus ne vous appartient pas. On ne le gri-bouille pas!» Nicolas Ferrero, conducteur chez CarPostal et médiateur scolaire, est volubile, drôle, taquin et surtout très respecté par les élèves, quel que soit leur âge. L'humour est sa force, tout comme sa capacité à adapter son propos en fonction de l'âge des écoliers qu'il rencontre.

Aux petits, il distille ses conseils sous forme de jeux, de mise en situations et d'interaction empreinte de douceur. Il se met littéralement à leurs pieds pour réaliser un puzzle avec eux. A mesure que les pièces s'emboîtent, une situation concrète apparaît et fait réagir les enfants: «Ça, on n'a pas le droit! Si un plus petit que moi monte dans le bus, je dois l'aider», s'exclame

une fillette, preuve que le message consistant à prendre soin de plus faible que soi est intégré.

Rire mais pas bousculer

Aux ados, il rappelle les règles avec fermeté: «La trottinette, on la plie avant d'entrer dans le bus! On dit bonjour et au revoir au chauffeur! On ne l'ignore pas!» Il gourmande les plus intrépides et les invite à participer activement à des jeux de rôles. «Tiens, prends ça. Pousse-toi! Pan!», lance Nicolas Ferrero à un groupe d'ados placés comme s'ils étaient assis dans le véhicule. Le médiateur vient de bousculer deux garçons qui, par effet domino, ont été projetés sur leurs camarades placés devant eux. Les rires fusent face au comique de la situation.



Nicolas Ferrero invite les enfants à réaliser un puzzle qui, une fois fini, dévoile des scènes pouvant se dérouler dans un car postal: une bonne base pour des échanges.



Une classe d'Oron avec Nicolas Ferrero.

«Vous voyez, on se comporte correctement dans un bus scolaire. On se parle, on rit, on chante, mais on ne se bouscule pas. Et votre sac, vous en faites quoi une fois à bord? Et la ligne rouge devant le collège, elle sert à quoi?» Les jeunes rient, lancent des boutades, provoquent le médiateur, mais ils connaissent les règles, savent aussi en jouer tout en les respectant le plus souvent. A la sortie des cours, ils attendent le bus derrière la ligne rouge et posent leur sac sur leurs genoux une fois installés et... attachés! L'ambiance est à la franche rigolade.

Prévenir plutôt que guérir

Nicolas Ferrero devient soudain très sérieux: «Si j'en attrape un avec un cutter en train de lacérer un siège, il aura affaire à moi!» Silence. Les ados sont captivés. Le médiateur a atteint son but. Il peut leur transmettre ses messages de prévention et de sécurité.

«Les cas de vandalisme et d'incivilités diminuent après le passage du médiateur dans les établissements où il y a des problèmes», se réjouit Célia Cressier, responsable unité de

transport scolaire chez CarPostal à Yverdon-les-Bains. Pour Mireille Bucher, doyenne du collège de Palézieux-Village et responsable des transports: «Les outils de médiation mis en place par CarPostal sont indispensables et adaptés à l'âge des écoliers. De plus, la visite du médiateur en classe permet d'apaiser bien des situations. Lorsque le trajet maison-école se fait dans le calme, les enfants sont plus sereins à leur arrivée en classe.»

«C'est le message que nous voulons faire passer: transporter les enfants en toute sécurité, cela dépend autant des conducteurs que des élèves transportés», confirme Célia Cressier. Les cas problématiques – atteintes physiques aux conducteurs ou coups de cutter dans un siège – sont réglés par la voie de la justice avec dépôt de plainte pénale et convocation des parents. Heureusement, ces cas sont rares. Certainement grâce aux quatre médiateurs-conducteurs (disponibles dans toute la Suisse) de l'unité de transport scolaire qui sensibilisent quelque 200 classes et quelque 5000 élèves de 4 à 16 ans chaque année. ■

Unité à développer

L'unité de transport scolaire a été créée le 1^{er} janvier 2014 en vue de développer le marché du transport scolaire. Le travail de médiation scolaire existe depuis une bonne dizaine d'années. Depuis le mois d'août 2014, cette unité profite des outils pédagogiques adaptés à l'âge des écoliers et disponibles dans les trois langues nationales. Ce service est disponible dans tout le pays. L'unité transport scolaire répond volontiers à vos demandes: mediateur@carpostal.ch



www.carpostal.ch/transport-scolaire
www.carpostal.ch/sensibus

Télécharger l'application gratuite **sensigame** pour se mettre dans la peau d'un conducteur de car postal: www.carpostal.ch/sensigame

La Poste des VIP

Kariem Hussein

Athlète



Illustration:
Jennifer Santschy

Le champion d'Europe du 400 mètres haies est au meilleur de sa forme. Il participera au Weltklasse de Zurich le 3 septembre prochain.

Quand avez-vous envoyé votre dernière carte postale?

En février, pendant le dernier camp d'entraînement en Afrique du Sud.

Connaissez-vous le nom de votre facteur?

Non, je ne le connais pas.

A quelle fréquence vous rendez-vous au guichet de la Poste?

Très rarement.

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

Par voie électronique.

Quel est votre produit postal préféré?

Le timbre-poste.

Votre plus beau trajet en car postal?

Je pense à un trajet en car dans les Grisons, dans la montagne.

Jaune, comme...

... la Poste. ■

Publicité

PostFinance et Gadget présentent:

KODALINE

LIVE 2015

SAMEDI 5 SEPTEMBRE 2015
DAS ZELT - Chapiteau PostFinance
HÖHEMATTE, INTERLAKEN

TICKETS: STARTICKET.CH / TICKETCORNER.CH

ALBUM
COMING UP
FOR AIR
OUT NOW!

PostFinance+ DAS ZELT @Chapiteau PostFinance gadget RadioBeO Y+

Impressum

Editeur

La Poste Suisse SA
Communication, Wankdorffallee 4
3030 Berne
E-mail: redaktion@post.ch
poste.ch/journal-online

Rédaction

Annick Chevillot, rédactrice en chef
Lea Freiburghaus
Sandra Gonseth
Simone Hubacher
Claudia Iraoui
Catherine Riva
Sara Baraldi

Traductions et corrections

Service linguistique Poste, Diana Guido

Layout

Branders Group AG, Zürich

Annonces

Annoncen-Agentur Biel AG
E-mail: anzeigen@gassmann.ch
Tél. 032 344 83 44

Impression

Mittelland Zeitungsdruck AG, Aarau

Photo de couverture

Fabian Biasio

Reproduction avec autorisation écrite
de la rédaction uniquement.

Abonnements/Changements d'adresse

Personnel actif: Intranet (Portail HR/
Données personnelles), auprès de votre
Centre de service Personnel (selon votre
décompte de salaire) ou via scp@post.ch

Retraités:

Par écrit à la Caisse de pension 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: 058 448 09 09,
servicesocial@post.ch
Bourse de l'emploi Poste (AMZ):
058 667 78 30
Fonds du personnel: 058 338 97 21,
www.pfp-ferienwohnungen.ch



RECYCLÉ
Papier fait à partir
de matériaux recyclés
FSC® C005019



«J'étais passionnée de moteurs»

En 1986, Marianne Wenger était la première conductrice CarPostal du canton de Berne. Elle a pris sa retraite début août.

Texte: Simone Hubacher / Photo: François Wavre

Comment êtes-vous devenue, en 1986, la première conductrice CarPostal du canton de Berne?

J'ai postulé pour cette place dans la région de Thounne parce que j'étais passionnée de moteurs – j'ai fait de la moto de 18 à 30 ans. Au téléphone, mon interlocuteur m'a d'abord demandé si j'appelais pour mon mari. Malgré tout, j'ai eu le poste, alors qu'il y avait 22 hommes qui postulaient.

Quels ont été les moments les plus mémorables de toutes vos années de service?

Il y en a quelques-uns. Au début de ma carrière, un homme a tourné les talons au moment de monter à bord, en disant qu'il ne se ferait pas conduire par une femme. Il a quand même fini par devenir un voyageur fidèle par la suite. Un jour, en apercevant une abeille qui était entrée dans le bus, un enfant m'a demandé si elle devait aussi acheter un billet. Et une autre fois,

une femme m'a demandé si elle pouvait prendre le bateau sur le Gerzensee, alors qu'aucune embarcation n'a le droit de circuler dans cette réserve naturelle, pas même un bateau gonflable.

Quel était votre trajet préféré?

Pendant plus de dix ans, j'ai relié Belp à Gerzensee et Kirchdorf en passant par le Belpberg, et Münsingen au retour. Je me suis attachée à ce beau trajet peu fréquenté. J'ai toujours aimé imprimer les premières traces de pneus dans la neige en hiver.

Vos grands projets pour votre retraite?

Je prends encore de temps en temps le volant du car postal pour des remplacements – je ne peux pas abandonner d'un coup. Et j'ai plus de temps pour mon cheval Oman et pour des loisirs comme le vélo électrique ou les voyages en train et en bus. ■

Fidélité à la Poste**45**ans**Immobilier Management et Services**

Tam Attilio, Maloja

PostMail

Arregger Franz-Josef, Hochdorf
 Brand Kurt, Turbenthal
 Bruggmann Rudolf,
 Zürich-Mülligen
 Corminboeuf Jean-Bernard, Carouge
 Gwerder Felix, Luzern
 Koch Otto, Kriens
 Kopp Klaus, Olten
 Schrackmann Alois, Giswil
 Simmen Ernst, Andermatt

PostLogistics

Bachmann Martin, Härkingen
 Koch Erwin, Basel

Réseau postal et vente

Amstutz Nikolaus, Bern
 Arnold Josef, Altdorf UR
 Gauch Rosmarie, Tafers
 Liechti Urs, Bern
 Stäuble Edith, Meilen
 Tam Attilio, Maloja

40ans**Technologies de l'information**

Riesbacher Josef, Zürich

Personnel

Cornu Daniel, Vevey
 Simon René, Ostermundigen

PostMail

Amstutz Kurt, Thun
 Barmaz Luc, Sion
 Berset Jean-Noël, Epagny
 Blanc Michel, Eclépens
 Blanchut Reynald, Conthey
 Bühlmann Bruno, Hochdorf
 Burri Walter, Sempach Station
 Corminboeuf Patrick, Cologny
 Demierre Christian, Chêne-Bourg
 Frei Markus, Rapperswil
 Hämmerli Leonhard, Zürich-Mülligen
 Hayoz Claude, Grolley
 Jaquier Martial, Meyrin
 Jaquillard André-Philippe,
 Château d'Oex
 Mayer Othmar, Adliswil
 Mohler Heinz, Bubendorf
 Mottaz Christian, Lausanne
 Neuhaus Jean-Claude, Bern
 Pellet Patrick, Bern
 Schaller Werner, Lyss
 Stocker Anton, Olten
 Volpi Moreno, Lugano
 Vuagniaux André, Eclépens

PostLogistics

Favre-Bulle Patrice, Boudry
 Grolimund Jean-Pierre, Delémont
 Mahnig Johann, Genève
 Piquerez Jean-Marie, Delémont
 Rolli Heinz, Basel

Réseau postal et vente

Aubry Jacques, Saingelégier
 Burch Peter, Bättwil-Flüh
 Eyholzer Hubert, Brig
 Luminati Giuliana, Chur
 Mäder Dominique, Bern
 Matter Anita, Zürich
 Mattmann Urs, Weggis
 Monney Rose-Marie, Fribourg
 Pachoud Pierre, Yverdon-les-Bains
 Parra Bruna, Gland
 Theler Linus, Mörel

Treichler Silvia, Richterswil
 Voutaz Gérald, Villeneuve VD

CarPostal

Nicole Jean-Pierre, Sion
 Rubin Christoph, Bern

Bon anniversaire**100**ans

Blattner-Fischer Max,
 Zofingen (13.09.)
 Gorin-Dufaux Albert,
 Lausanne (14.09.)

95ans

Frei Paul, Nuglar (21.09.)

90ans

Aellen Heinrich, Schönried (28.09.)
 Bellwald Paul, Glis (07.09.)
 Burger Henri, Carouge (06.09.)
 Diezig Caesar, Bellwald (07.09.)
 Gunz Candid, Zug (18.09.)
 Killer Walter, Endingen (11.09.)
 Marville Joseph, Lausanne (03.09.)
 Möckli Aline, Bern (25.09.)
 Regenass Raymond, Renens (27.09.)
 Reinmann Alfons, Genève (07.09.)
 Riedi Giachen,
 Disentis/Mustér (17.09.)
 Salzmann Paul, Niederscherli (06.09.)
 Schneebeli Adolf, Zürich (27.09.)
 Urech Hans, Urdorf (25.09.)
 Zogg David, Alvaneu Bad (17.09.)

85ans

Blaettler Ernst, Kehrsiten (21.09.)
 Bösch Jakob, Wattwil (15.09.)
 Bracher Heidi, St. Ursen (26.09.)
 Brönnimann Werner, Bern (08.09.)
 Camenzind Marzell,
 Oberrieden (18.09.)
 Défago Robert, Troistorrens (02.09.)
 Eicher Bruno, Bilten (17.09.)
 Fischli Johann, Grenchen (28.09.)
 Gilgen Margarethe, Rubigen (15.09.)
 Grischott Alba, Celerina (14.09.)
 Guillet Robert Cesar, Genève (08.09.)
 Heer Margrit, Zug (09.09.)
 Jeandupeux Pierre,
 Les Breuleux (03.09.)
 Küttel Gertrud, Basel (12.09.)
 Künzle Annelisa, Wangen SZ (09.09.)
 Milliet Ursula, Biel/Bienne (26.09.)
 Passini Camillo,
 S. Carlo (Poschiavo) (15.09.)
 Planzer Hans, Luzern (23.09.)
 Quadri Noemi, Origgio (26.09.)
 Raess Robert, Gümmenen (30.09.)
 Reichmuth Anton,
 Erlenbach ZH (21.09.)
 Raymond Bluette, Lausanne (05.09.)
 Richard Fredy, Bassins (03.09.)
 Riedener Kurt, St. Gallen (30.09.)
 Roth Willi, St. Gallen (04.09.)
 Rutz Lydia, Ebnat-Kappel (02.09.)
 Schwallier Rosmarie, Leuzigen (28.09.)
 Schwitzguébel Jean-Paul,
 Epalinges (08.09.)
 Seydoux Denise, Bossonnens (12.09.)
 Sollberger Martha, Zürich (03.09.)
 Staubli Gertrud, Muri AG (09.09.)
 Steiner Georg, Wattwil (13.09.)
 Sterren Hans, Eischoll (20.09.)
 Sudry Paul, Bern (02.09.)
 Theiler Alois, Luzern (10.09.)
 Trezzini Ferruccio, Grono (08.09.)
 Vuadens Jean, Clarens (03.09.)
 Weber Jolanda, Bern (14.09.)

Retraite**Immobilier Management et Services**

Lüthi Margrit, Andelfingen

Finances et achats du groupe

Brianzoli Helene, Bern

Personnel

Schneider Martin, Zürich

PostMail

Augsburger Gilbert, Lausanne
 Baumann Rita, Kriens
 Baumann Rosmarie, Hinwil
 Baumberger Evelyne, Härkingen
 Bigler Fritz, Oberdiessbach
 Bissig Jakob, Altdorf
 Bittel René, Ostermundigen
 Boll Enrico, Buchs ZH
 Cox Rosy, Fully
 De Maria Claudio, Lugano

De Matos Maria Celeste,
 Zürich-Mülligen
 Delay Reynald, Bevaix
 Fischer Pierre-André, La Neuveville
 Flury Philippe, Delémont
 Gantenbein Max, Wil SG
 Giroud René-Paul, Conthey
 Habegger Andreas, Gümligen
 Hänggeli Beat, Zürich-Mülligen
 Hennequin Mady, Tramelan
 Hofstetter Jakob, Nesslau
 Lazaar Ali, Härkingen
 Léguillon-Bell Jacqueline, Chêne-
 Bourg
 Lehmann Anton, Uetendorf
 Margan Ilonka, Härkingen
 Merz Hugo, Delémont
 Morales Geldes Maria Cristina,
 Zürich-Mülligen
 Mouron Dany, Eclépens
 Osterwalder Olga, Bubendorf

Reist Sanenka, Zürich
 Ryffé Rolf, Basel
 Sallin Maurice, Neuchâtel
 Selmoni Giacomo, Lugano
 Vogel Andreas, Stein AG
 Weibel Bruno, Chur
 Widmer Fritz, Härkingen
 Wüthrich Esther, Laupen BE

PostLogistics

Baumann Ernst, Bern
 Baumann Markus, Hinwil
 Cereghetti Peter, Basel
 Curdy Alain, Daillens
 Fässler Bernhard, Effretikon
 Martinenghi-Gurtner Eliane,
 Cadenazzo
 Peter Rudolf, Frauenfeld
 Porcile Vincenzo, Urdorf
 Reinhard Anton, Härkingen
 Spreiter Christian, Hinwil

Réseau postal et vente

Bretscher Brigitta, Felben-Wellhausen
 Bugnon Thérèse, Cugy FR
 Buri Christina, Liestal
 Charpi Jacqueline, Malleray
 Croci Piergiorgio, Mendrisio
 Fischer Roland, St. Gallen
 Gauch Rosmarie, Tafers
 Gerber Marianne, Kollbrunn
 Häfeli Sylvia, Luzern
 Kaufmann Dora, Thun
 Lecomte Lucette, La Neuveville
 Ryser Albert, Bern
 Scaffidi Erika, Bern
 Schrago Cendrine, Fribourg
 Suter Claudine, Luzern
 Widmer Regina, Felben-Wellhausen
 Wittwer Katharina, Bern

Wegmüller Armand,
Münchenbuchsee (08.09.)
Wenger Ulrich, Diesse (25.09.)
Wirth Eduard, Zürich (12.09.)

80ans

Aegerter-Zemp Jakob,
Schangnau (10.09.)
Aymon Maurice, Ayent (22.09.)
Baumberger Theodor,
Winterthur (07.09.)
Berger Maria Anna, Suhr (11.09.)
Bircher Lilly, Längenbühl (18.09.)
Bourqui Georgette, Versoix (05.09.)
Brander Paul, Sirmach (10.09.)
Brasey Michel,
Charmey (Gruyère) (09.09.)
Burkard Inge, Spiegel b. Bern (17.09.)
Cavelti Anton,
Untersiggenthal (30.09.)
Corthay René, Epalinges (07.09.)
De La Fuente Mercedes,
Espagne (24.09.)
Delalay Marie-M., St-Léonard (24.09.)
Della Badia Lucia, Nyon (11.09.)
Diethelm Hilda, Ittigen (19.09.)
Droux Bernadette, Puplinge (06.09.)
Eberhard Alex, Küssnacht ZH (25.09.)
Ecoffey Gilbert,
Corin-de-la-Crête (19.09.)
Felder Marie-Thérèse,
Bassecourt (29.09.)
Fischer Ernst,
Meisterschwanden (01.09.)
Franz-Nobs Alfred, Siselen (30.09.)
Furlanetto Suzanne, Luzern (11.09.)
Graber Rosmarie, Horgen (09.09.)
Groux Robert,
St-Légier-La Chiesaz (19.09.)
Keller Walter, Zürich (07.09.)
Kirchhoff Gunter Horst,
Kradolf (02.09.)

Kissling Lukas,
Wangen b. Olten (14.09.)
Köhli-Messerli Hansruedi,
Wiggiswil (29.09.)
Kunfermann Hans, Andeer (09.09.)
Lieberherr Jeannette,
Biel/Bienne (09.09.)
Lofink Rosmarie, Winterthur (14.09.)
Meier Hellmut, Neuenhof (29.09.)
Meregalli Felice, Viganello (08.09.)
Merkli Helmut, Wettingen (06.09.)
Messerli Hedi, Kehrsatz (13.09.)
Oppliger Christian, Zollikofen (17.09.)
Sarina Marina, Giubiasco (25.09.)
Scandella Egidio, Locarno (24.09.)
Schneider Paul, Geroldswil (17.09.)
Schoch Willi, Hundwil (08.09.)
Schönbächler Erich,
Einsiedeln (06.09.)
Senn Bernard, Le Locle (04.09.)
Spinas Alfons, Splügen (23.09.)
Troillet Raymond, Lourtier (28.09.)
Udriot Eliane, Italie (14.09.)
Venzin Marcel, Rümlang (15.09.)
Véya Jeanne, Bassecourt (23.09.)
Vogt Heinz, Schaffhausen (09.09.)
Zurita-Chavero Rafaël,
Genève (01.09.)

75ans

Bender Rachel, Pully (07.09.)
Brehm-Fässler Peter,
Beinwil am See (13.09.)
Brunner Alfons, Laupersdorf (27.09.)
Burri Markus, Reinach BL (02.09.)
Camarca Giuseppe,
Pambio-Noranco (04.09.)
Cambianica Giuliano, Contra (15.09.)
Cantelmi Paravano Fernanda,
Italie (15.09.)
Cavadini Pierantonio,
Pregassona (10.09.)
Chassot Hubert, Biel/Bienne (12.09.)
Dayer-Dayer Georges,
Héremence (18.09.)
Dosch Anton, Zürich (22.09.)
Ebner Madeleine, Sion (24.09.)
Egger Nicole Rose, Le Locle (10.09.)
Ender-Müller Rosmarie,
Eschlikon TG (19.09.)
Fassbind Marta, Rigi Kaltbad (18.09.)
Gaetanino Mario, Meyrin (15.09.)
Giger-Hug Ursula,
Niederurnen (07.09.)
Girard Paul, Lieffrens (25.09.)
Gisi Agnes, Dottikon (12.09.)
Hämmerli Lina,
Schlatt b. Winterthur (10.09.)
Jaquemet Roland, Genève (25.09.)
Kobel-Réaume Walter,
Montreux (09.09.)
Koch Sylvia, Fahrweid (05.09.)
Lemmenmeier René, Dottikon (05.09.)
Lengacher-Bader Rudolf,
Schelten (20.09.)
Lerch Hans-Rudolf, Genève (09.09.)
Lüthi Walter, Le Lieu (03.09.)
Marini Guido, Cimadera (12.09.)
Marti Enrique, Basel (14.09.)
Mastantuono-Iorillo Mafalda,
Nyon (20.09.)
Meier-Wey Josefine,
Büttikon AG (21.09.)
Moser-Gerber Käthi, Rubigen (20.09.)
Mouther Albert,
Basse-Nendaz (10.09.)
Nani Silvia, Mesocco (11.09.)
Othmer Erna, Kriens (24.09.)
Peng Arthur, Schluen (06.09.)
Richina Vittorino, Medeglia (25.09.)
Riz Heinrich,
Sta. Maria Val Müstair (13.09.)
Röthlisberger Fredy, Ittigen (25.09.)
Schuhmacher Hans,
Ostermundigen (30.09.)
Schwaar Fritz, Steffisburg (19.09.)
Schwermann Hans, Zug (24.09.)

Steiner-Lysser Oskar,
Tüscherz-Alfermée (16.09.)
Stoffel-Venez Alberta,
Saas-Grund (19.09.)
Stoll-Juen Walter,
Oberengstringen (07.09.)
Straessle Maria Louisa,
Wittenbach (15.09.)
Stuber-Jäggi Hedwig,
Lohn-Ammannsegg (20.09.)
Volken Hannelore, Glis (29.09.)
Weidmann Johann, Zürich (11.09.)
Wildhaber-Giacometti Josef,
Flums (30.09.)
Wytttenbach Hans,
Homberg b. Thun (25.09.)
Zeder Anton, Reinach BL (26.09.)
Ziegler Jeannette, Geroldswil (28.09.)
Zwimpfer Marianne, Luzern (18.09.)

Présentez-vous!

Fêtez-vous cette année vos 75, 80, 85, 90, 95 ou 100 ans? Prendrez-vous votre retraite ou célébrerez-vous un anniversaire de travail (40 ou 45 ans)? Si oui, auriez-vous envie, comme Marianne Wenger (p. 25) de donner une courte interview et de recevoir la photo-portrait en cadeau? Alors c'est vous que nous recherchons! Annoncez-vous en précisant l'événement que vous fêterez (quoi, quand) par e-mail à redaction@post.ch et/ou par lettre à:

Poste CH SA
Communication K11, Rédaction,
Wankdorffallee 4, 3030 Bern

Nos regrettés

PostFinance

Balmer Hans-Rudolf, Bern
Bertossa Maya Margrith, Bern
Böhlen Georg, Münchenstein
Calvetti Dominik, Bern

CarPostal

Hofmann Gottfried, Basel
Keller Edwin, Endingen
Tischhauser Fritz, Vaduz

SecurePost

Roveri Francesco, Balerna

Swiss Post Solutions

Leeger Irma, Glattbrugg
Schüpbach Katharina, Bern

Personnel actif

PostMail

Nuhija Marionna, Domat/Ems,
geb. 1964

PostLogistics

Walker Waldemar, Härkingen,
geb. 1958

Retraités

Aeby Jean-Michel, Villiers (1934)
Andrey Franz, Bern (1929)
Baertschi Margaretha, Selzach (1913)
Beutler Fritz, Worb (1926)
Bretscher Walter, Dorf (1946)
Brügger Rémy,
Yverdon-les-Bains (1953)
Burri Karl, Luzern (1933)
Cottet Adelaide,
Les Monts-de-Corsier (1927)
Dapor Paolo, Wetzikon ZH (1969)

Devaud Michel, Epalinges (1948)
Dürrenberger Werner, Anwil (1932)
Eichenberger Max, Brugg AG (1928)
Fazan Sylviane, Espagne (1942)
Fluehmann Maria,
Merenschwand (1929)
Fluehmann Simone, Aclens (1925)
Freimann Walter, Hünenberg (1925)
Gisiger Hugo, Grenchen (1925)
Graber Werner, Basel (1929)
Grütter Andreas, Derendingen (1946)
Häring Johann, Giebenach (1930)
Henrioud Edmond, Carouge (1925)
Hertig Jean-Marc,
Chavannes-près-Renens (1947)
Hiltbrunner Hans, Bottenwil (1942)
Huber Franz, Kriens (1946)
Imhof-Kuenzi Jacqueline,
Allschwil (1961)
Kaech Walter, Ebikon (1931)
Kleiner Emil, Biel/Bienne (1936)

Krayer Werner, Therwil (1935)
Liaudat Betty, Marin-Epagnier (1928)
Lörch Hansruedi, Reussbühl (1946)
Mehr Josef, Willisau (1948)
Moine Joseph, Bressaucourt (1940)
Moser Hanspeter, Rheinfelden (1949)
Nufer Walter, Zürich (1939)
Pally Julius, Chur (1920)
Pfister Edith, Wald ZH (1931)
Racioppi Antonio, Le Lignon (1943)
Reynaud Yves Louis, Genève (1934)
Roth Josef, Schongau (1941)
Schmidt Amandus, Ulrichen (1936)
Staepli Rudolf, Port (1925)
Stirnemann Hans Werner,
Cham (1950)
Trepp Julia, Malans GR (1925)
Viquerat Jean-Pierre, Begnins (1943)
Walther Hedwig, Frauenfeld (1935)
Wenger Erich, Itingen (1966)



Simplicité et système
La nouvelle vision de la Poste

Ma contribution pour la vision

«Les candidats sont aussi des clients de la Poste. Dans mon équipe, nous nous engageons à tenir envers eux également la promesse «Simplicité et système». Actuellement, nous optimisons le processus de mise au concours pour que les postes vacants soient annoncés sur les bons canaux de manière ciblée. Nous restructurons entièrement la candidature en ligne afin que les personnes intéressées puissent soumettre facilement leurs documents. Nous développons le recrutement en permanence. Pour les futurs collaborateurs, notre vision est ainsi déjà perceptible lors du processus de candidature.»

Judith von Moos

Responsable Recrutement, P13, Berne

www.post.ch/vision