

Nicole Boss

La boxeuse raccroche les gants

Page 20



LA POSTE 

Dynamique jaune.

Collectes – Comment la Poste s’engage pour les œuvres caritatives Page 10

Smart cities – La ville de demain sera intelligente. On vous dit pourquoi Page 16

Un

MAGAZINE PLEIN D'IDÉES DE SORTIES...

et de délicieuses recettes

pour les grands et les petits!



Coopération est sans conteste le magazine suisse qui propose les thèmes les plus variés. C'est bien simple, chacun y trouve son compte! Retrouvez-le chaque mardi dans votre boîte aux lettres: il est gratuit! Abonnez-vous sur le site www.cooperation.ch/abonnement, par mail à l'adresse gratisabo@coop.ch ou par téléphone au 061 336 71 46!



coop

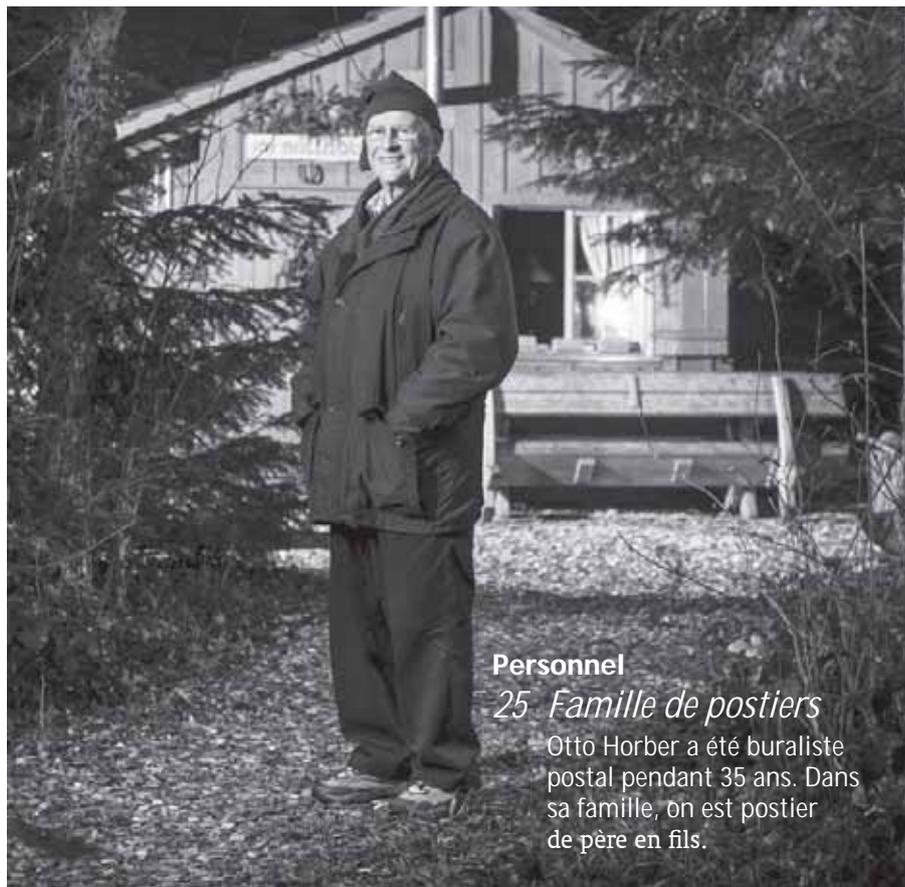
Pour moi et pour toi. coopération



Un monde meilleur

«Le monde était fatigué, épuisé», écrivait l'auteur G.K. Chesterton dans *A Christmas Carol*, en 1900. Plus d'un siècle plus tard, le monde n'a pas tellement changé. Aujourd'hui, les organisations à but non lucratif essaient de rendre notre monde meilleur. En Suisse, on en compte environ 3000 qui financent en grande partie leurs activités grâce à nos dons. Malgré la crise financière, le montant des dons versés par les Suisses est resté le même cette année. C'est ce que nous révèle Martina Ziegerer, de la Fondation de certification pour les organisations d'utilité publique collectant des dons (ZEWO), dans son interview en page 14. Pour que les collectes soient fructueuses, ces organisations doivent pouvoir informer les donateurs effectifs et potentiels de leurs projets. Le meilleur canal reste le mailing direct, mais la Poste offre aussi toute une série de services utiles (lire en page 12). Et l'entreprise donne elle-même le bon exemple en soutenant différents projets caritatifs et durables.

Claudia Iraoui, rédactrice



Personnel

25 *Famille de postiers*

Otto Horber a été buraliste postal pendant 35 ans. Dans sa famille, on est postier de père en fils.

Actualités

6 *Apprentis aux commandes*

Le premier office de distribution de Suisse géré par des apprentis est à Gränichen (AG).

9 *Métiers en vidéo*

Deux nouveaux courts-métrages de la Poste permettent de découvrir le quotidien d'un facteur colis et d'un facteur courrier.

Dialogue

16 *Smart Cities*

Edy Portmann, titulaire de la chaire Swiss Post à l'Université de Berne, évoque les nouvelles technologies.

Reportage

22 *Une armoire en voyage*

La Poste livre les meubles Interio et propose même un service de montage.



Dossier

10 *Fundraising*

Les Suisses, et les postiers, ont du cœur! Ils le prouvent chaque année à travers leurs dons. La Poste, elle aussi, propose ses services pour soutenir les organisations à but non lucratif.



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-contre.



poste.ch/feedback-journal-du-personnel

En bref



2



5



1 Exportation vers l'UE simplifiée

Depuis le 1^{er} novembre, de nouvelles dispositions légales s'appliquent pour les exportations de Suisse vers l'Allemagne. Dorénavant, chaque envoi devra être enregistré par voie électronique et être dédouané individuellement. Grâce à la solution de dédouanement électronique de Swiss Post GLS, les exportations vers l'UE via l'Allemagne pourront toujours être traitées sans charge supplémentaire, même après l'entrée en vigueur de la nouvelle législation douanière.



2 HR Awards pour la Poste

Avec sa campagne «Employer Branding», le Marketing RH du groupe a remporté le 1^{er} prix à Berlin lors des HR Excellence Awards 2015. Les collaborateurs, véritables ambassadeurs de la Poste, constituent les éléments clés de la campagne en cours «www.ma-dynamique-jaune.ch». L'unité PostMail faisait partie du trio de tête dans la catégorie «Programme de gestion des talents de groupe». La revue spécialisée «Human Resources Manager» décerne ces prix chaque année à des projets modernes et innovants.



Plus de photos:
poste.ch/journal-online

3 Modernisation de la Sihlpost

La Sihlpost a rouvert ses portes après une rénovation complète. Avec une surface de 380 m², elle représente l'un des offices de poste les plus grands et les plus modernes de Suisse. Fidèle à sa devise «Tout sous le même toit», elle propose une offre complète de prestations postales. Des célébrités alémaniques se sont impliquées personnellement lors de la réouverture du 12 décembre, en servant les clients à l'un des 16 guichets. Ils ont reversé leurs cachets à l'organisation caritative ROKPA.



www.rokpa.org

4 Journée du timbre-poste

Le dernier événement philatélique de l'année, qui s'est tenu à Bulle, a attiré de nombreux visiteurs. L'exposition (rangs II et III) présentait un grand nombre de superbes pièces d'exposition et a mis le jury à rude épreuve. Tout a été organisé à la perfection. Un grand merci à tous les participants!

5 DirectDay: un succès!

Dans le cadre du 16^e DirectDay, le plus grand événement de marketing direct de Suisse, la Poste a accueilli fin novembre 1150 invités et clients commerciaux au Kursaal de Berne. Des intervenants de haut vol comme le chirurgien cardiaque Thierry Carrel et l'invité surprise Hans-Dietrich Genscher, ancien ministre allemand des Affaires étrangères, ont mené des discussions passionnantes sur le sujet du jour: le temps.



www.poste.ch/directday

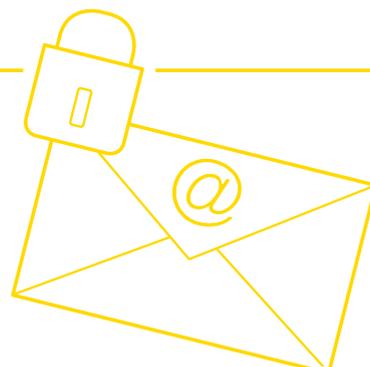
6 Fini les bonbons

La Poste réoriente son offre de produits de tiers dans les offices de poste. La gamme doit inclure de façon plus évidente des articles liés à l'activité de la Poste, en se concentrant sur des offres telles que les prestations administratives, les assurances et les produits de télécommunication. Les offres bien établies comme les livres et les articles de papeterie sont en revanche maintenues. La vente de friandises et d'en-cas va cesser.

Le chiffre du mois

1 million

... de messages IncaMail ont été envoyés entre janvier et novembre 2015. Plus de 200 000 clients commerciaux et privés utilisent le service de cryptage d'e-mails IncaMail proposé par la Poste. Particulièrement apprécié dans le monde des affaires, ce service est employé pour l'envoi sécurisé d'informations confidentielles telles que décomptes de salaire, données personnelles ou extraits de compte. www.poste.ch/incamail



Très stars, les nouvelles tenues postales

Entre avril et octobre, Réseau postal et vente a organisé un concours de tenues. Les équipes ont pu déposer des photos sur PostConnect et remporter des prix attrayants.

Texte: Muriel Baeriswyl



Photo gagnante d'octobre: office de poste Thun 1 «Même les stars d'Hollywood adorent nos nouvelles tenues!»

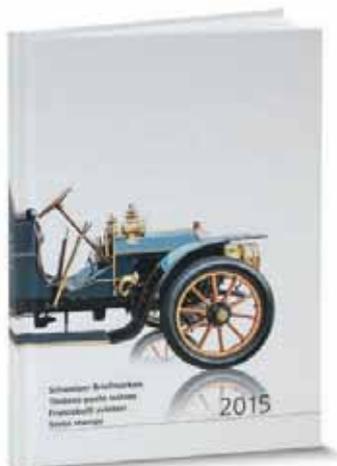
Les collaborateurs se sont déguisés en stars de cinéma, ils ont réalisé des acrobaties et pris des poses loufoques. Réseau postal et vente a organisé un concours de tenues. Sa devise: «Nous nous présentons à nos clients sous notre meilleur profil.» Les collaborateurs ont pu télécharger via PostConnect des photos d'équipe où ils se mettaient en scène avec les nouvelles tenues tout en donnant libre cours à leur créativité. La communauté PostConnect a allègrement liké les photos et élu ainsi une heureuse équipe gagnante, chaque mois entre avril et octobre. Au total, 46 équipes ont participé.

Au terme du concours, l'office de poste de Burgdorf a été désigné grand gagnant par tirage au sort, avec sa photo «Facétie dans le brouillard».

Le concours a aussi été l'occasion de promouvoir la plateforme de collaboration PostConnect auprès des collaborateurs de Réseau postal et vente. Pour participer au concours, les équipes ont ouvert un profil PostConnect et ont assidûment voté pour les meilleures photos. ■



Plus de photos:
poste.ch/journal-online



Un cadeau original

Texte: Lea Freiburghaus

Le livre annuel des timbres-poste suisses n'est pas un cadeau ordinaire. Avec ses images attrayantes et les intéressantes informations de fonds qu'on y découvre, cet ouvrage apprécié présente la totalité des 52 timbres originaux et tous les cachets du jour d'émission de l'année 2015. Il est donc parfait pour Noël, mais convient aussi comme cadeau pour des anniversaires ou

des fêtes commémoratives. Il vous reste des bons pour le personnel? Commandez maintenant le livre annuel d'une valeur de fr. 66.- au moyen du flyer joint* ou sur www.postshop.ch. ■

**En raison de problèmes techniques à l'imprimerie, le flyer concernant le Livre annuel 2015 n'a pu être inséré qu'en décembre, et non en novembre, comme prévu. Nous vous prions de nous excuser.*

Belle rencontre intergénérationnelle

Les apprentis logisticiens de la Poste ont travaillé à la maison de retraite de Roggwil (BE).

Texte: Verena Jolk / Photos: Julian Morf



«19!.....39!.....73!...» – «Quine!» L'heureuse gagnante reçoit son lot. Ce loto a été organisé par les apprentis de la Poste et leur formateur Ernst Hunziker dans la maison de retraite Spycher à Roggwil, en guise de cadeau d'adieu. Quinze apprentis logisticiens AFP des centres colis et courrier de Härkingen, ainsi que des centres logistiques de traitement du courrier de Bâle et de Kriens, y ont travaillé pendant six semaines, dans le cadre d'un stage social. Ils ont nettoyé les chambres, aidé à la cuisine et au jardin, et aussi joué et bricolé avec les résidents. Lors de leur dernier jour, quatre apprentis logisticiens ont encore eu une mission importante. Ils préparent le repas de midi. «J'aime ce travail», déclare Tiago Ferreira, en train de dresser la salade sur les assiettes.

«Et faites un beau sourire, le travail doit être un plaisir», crie hilare le chef de cuisine Hugo Abächerli. «Ils s'en sortent bien pour leur première fois dans une grande cuisine!» La directrice, Karin Moser, est agréablement surprise de la bonne intégration des jeunes. Elle attend déjà avec impatience le stage social de l'an prochain. Car Ernst Hunziker et ses apprentis reviendront. Les apprentis de la Poste effectuent un stage social pendant leur formation afin de se familiariser avec les questions sociales et environnementales. ■



www.poste.ch/apprentissage

Office de distribution de Gränichen: besoin de renfort

Ce mois-ci marque le début du processus de recrutement d'apprentis souhaitant intégrer l'équipe junior Distribution de Gränichen dès l'été 2016.

Texte: Simone Hubacher

A Gränichen (AG), les apprentis sont les chefs. Quatre futurs logisticiens ainsi qu'une équipe bien rodée (cinq collaborateurs à temps plein, trois à temps partiel et deux apprentis réguliers) dirigent ensemble le premier office de distribution de Suisse géré par des apprentis. Ils sont eux-mêmes responsables de leur tournée de distribution, se glissent dans le rôle du teamleader, participent à ce titre aux réunions de direction de la région de distribution courrier et bien plus encore. Le projet a débuté à l'été 2014 et c'est un

succès. «Si je devais, je repostulerais à Gränichen parce que c'est un défi et j'apprends énormément dans ce rôle», témoigne Hendrik Sussmann, présent depuis le début du projet et devenu maintenant l'un des chefs alors qu'il est en 3^e année d'apprentissage.

Au cours des prochains jours va débuter le processus de recrutement des apprentis qui souhaitent faire quelque chose d'autre après leur première année régulière d'apprentissage et profiter d'effectuer leurs deuxième et troisième années

dans l'équipe junior Distribution à Gränichen. Une chance unique. La lettre de motivation doit parvenir aux responsables régionaux de formation professionnelle au plus tard le 26 février 2016. ■



www.poste.ch/apprentissage

Vous ne raterez plus votre correspondance

Grâce au changement d'horaire des trains, les cars postaux de la région de Zurich circulent de nouveau à l'heure.

Texte: Sandra Gonseth

Le plus important changement d'horaire ferroviaire intervenu depuis dix ans s'est accompagné de toutes sortes de nouveautés dans la région de Zurich. Plusieurs nouvelles lignes de RER ont été mises en place dans le cadre de la ligne diamétrale (la gare de Zurich n'est désormais plus une gare en cul-de-sac). Pour beaucoup de gares, cela entraîne des modifications au niveau des horaires de départ pour les trains et les lignes CarPostal. «Nous avons dû adapter notre réseau de bus pour pouvoir garantir à nouveau les correspondances», explique Alexander Häne, responsable de l'offre CarPostal dans la région de Zurich. Ainsi,

les concepts de lignes et d'horaires, qui dataient parfois de 25 ans, ont fait l'objet d'une refonte complète. CarPostal a embauché 56 nouveaux conducteurs afin de pouvoir assurer la nouvelle offre. Par ailleurs, huit nouveaux bus articulés et deux nouveaux véhicules hybrides ont été mis en service.

Explosion du trafic

Au cours des dernières années, de grandes parties du réseau de lignes de la région de Zurich ont souffert de l'explosion du trafic et de la difficulté croissante à respecter les horaires. «Les usagers craignaient régulière-

ment de rater leurs correspondances, confie Alexander Häne. Cela représentait également un stress énorme pour nos conducteurs.» Avec l'introduction d'une «règle de cinq minutes», les nouveaux horaires incluent une marge qui permet aux conducteurs d'attendre un train en retard de cinq minutes tout en respectant la correspondance suivante. ■



Lisez l'entretien avec Alexander Häne, responsable de l'offre CarPostal Région Zurich, sur www.poste.ch/journal-online

Flexibilité et satisfaction

La Poste est partenaire du réseau Work Smart qui défend des modèles de travail flexibles. PostLogistics donne l'exemple.

Texte: Lea Freiburghaus

En juin 2015, la Poste et d'autres entreprises partenaires de Work Smart ont signé une charte pour une organisation du travail flexible et mobile. L'entreprise s'engage ainsi à favoriser de nouveaux modèles de travail.

L'initiative Work Smart

L'initiative est tombée à pic pour Demetrius Rinderknecht, responsable Services marketing à PostLogistics. Lorsqu'il a pris les rênes de PL11 à la mi-2014, les disparités étaient très importantes au sein de PL1. «Alors que le service extérieur travaillait depuis des années déjà de manière flexible et mobile, le personnel du service intérieur ne connaissait quasiment qu'un seul lieu de travail, le bureau», nous explique-t-il. Par souci d'harmonisation et en vue d'offrir les mêmes possibilités à tous au sein de PL1, il a élaboré un système de modèles flexibles avec l'aval de l'équipe de direction de PL1. Chaque équipe a alors défini ses règles du jeu, avant qu'un atelier avec des partenaires externes ne permette de lever les derniers doutes et réticences.

Premier bilan positif

Six mois après la mise en œuvre de ces nouvelles règles au sein de PL1, quelle est la situation? «Les retours sont très positifs», témoigne Demetrius Rinderknecht. La crainte de ne quasiment plus voir les collaborateurs s'est avérée infondée. Ces derniers font du télétravail, sont sur un autre site de la Poste ou à une autre place de travail pendant une journée et demie par semaine en moyenne. On ne constate pas non plus de baisse de la qualité, au contraire: «A mes yeux, Work Smart n'a que des avantages», souligne Demetrius Rinderknecht. Le travail flexible permet moins de temps morts, plus de temps productif et, finalement, plus de temps libre.»

Pour avoir du succès, la flexibilité du travail doit s'accompagner d'un changement de mentalité chez les collaborateurs, mais aussi et surtout chez les responsables. «Une plus grande concertation est nécessaire et le principe de la gestion sur appel ne fonctionne plus très bien», précise Demetrius Rinderknecht. Il entend par là qu'il faut plus

de dates fixes et d'objectifs bien formulés. De plus, les attentes des supérieurs à l'égard de leurs collaborateurs doivent être claires. Autrement dit: «Nous n'attendons pas de réponses à des e-mails après 19 heures et veillons à ce que notre conduite soit en adéquation avec ces attentes.» ■

Work Smart à la Poste

Work Smart est appliqué de diverses manières à la Poste, conformément à notre devise «Quoi que je fasse – le poste de travail convient». Il s'agit d'adapter son poste de travail et ses horaires en fonction des tâches et des besoins, que l'on soit employé dans un centre de tri ou que l'on planche sur des tâches stratégiques au bureau. En savoir plus sur l'initiative Work Smart: www.work-smart-initiative.ch/fr ou www.poste.ch/journal-online (numéro de mai 2015).

Sur les pas de Susanne Ruoff

Le point de vue des autres



Photo: Béatrice Devènes

«Ces jours sont pour nous les plus exigeants de l'année. Le moteur de la Poste tourne à plein régime. Nous venons à bout de quantités record de lettres et de colis. Même pendant ces périodes de frénésie, je prends le temps de rencontrer les collaborateurs et les cadres, car c'est le seul moyen d'en apprendre plus sur ce qui anime la Poste. Pendant le séminaire de leadership à Sigriswil (voir photo), je me suis entretenue avec de futurs cadres. Comment les autres voient-ils le développement de la Poste? Comment gèrent-ils les nouvelles situations et les éventuels conflits? Les questions contiennent une partie de la réponse. Malgré le stress du quotidien, il faut s'ouvrir au point de vue des autres, le connaître et le comprendre. De cette manière, nous développerons ensemble les meilleures solutions pour la Poste de demain. Je vous souhaite, ainsi qu'à vos proches, d'agréables fêtes de fin d'année, reposantes malgré la charge de travail!» ■

Susanne Ruoff

directricegenerale@post.ch

Nouvelle CCT au 1^{er} janvier 2016

Dès l'an prochain, la nouvelle convention collective de travail (CCT) prévoit différentes nouveautés concernant le droit du travail pour les collaborateurs de la Poste.

Texte: Sandra Gonseth



La nouvelle CCT s'applique pour Poste CH SA, PostFinance SA et CarPostal Suisse SA à partir du 1^{er} janvier 2016. Elle a été négociée avec les syndicats au printemps 2015. Hormis différentes nouveautés concernant les salaires et les allocations, des adaptations ont aussi été apportées aux temps de travail (voir numéro 3/2015 et informations complémentaires).

Nouvelles bases d'engagement

De nouvelles bases d'engagement ont été définies pour les cadres intermédiaires, ainsi que pour les cadres spécialisés et cadres avec fonction dirigeante. Les bases d'engagement des sociétés du groupe DMC AG,

Epsilon SA, SecurePost SA et Poste Immobilier Management et Services SA continuent à s'appliquer jusqu'à ce que les nouvelles bases soient négociées avec les syndicats. Les bases d'engagement de PostLogistics SA, Presto Presse-Vertriebs AG, Swiss Post Solutions SA/Swissign AG et Mobility Solutions SA restent inchangées.

Salaires pour 2016

Les mesures salariales de 2016 ont été également définies dans le cadre des négociations sur la CCT. Chez Poste CH SA et PostFinance SA, 0,6% de la masse salariale sera consacrée à des mesures salariales individuelles liées à la prestation. De plus, les collaborateurs recevront un versement unique d'un montant de 400 francs pour un taux d'occupation de 100%. Chez CarPostal Suisse SA, 0,4% de la masse salariale sera consacrée à des mesures salariales individuelles liées à la prestation. Tous les collaborateurs recevront les détails concernant les mesures salariales de 2016, les cotisations à la caisse de pensions et les assurances sociales avec le décompte de salaire de janvier 2016. ■



Toutes les informations pertinentes à propos de la CCT seront publiées sur la nouvelle page Intranet «Bases d'engagement» à partir du 1^{er} janvier 2016. Les collaborateurs peuvent aussi s'adresser directement à leurs supérieurs, aux responsables RH ou aux conseillers RH.

Présentations des métiers de postiers

Deux nouveaux courts-métrages de la Poste permettent de découvrir le quotidien d'un facteur colis et d'un facteur courrier. Objectif: mieux faire connaître ces métiers et recruter de nouveaux collègues.

Texte: Simone Hubacher



En moyenne, un facteur colis distribue 250 paquets par jour. Dans le premier des deux courts-métrages de présentation de métiers, le spectateur accompagne Michael Cotting, facteur colis de la base de distribution d'Ostermundigen, et découvre ses nombreuses activités au quotidien. Comme le protagoniste n'est pas un acteur mais un employé postal, le tout est très crédible.

Dans le deuxième petit film consacré à la distribution du courrier, Valentino Wermelinger entraîne le spectateur dans la région de distri-

bution courrier de Wädenswil pour lui montrer son métier au jour le jour. «Le personnel de distribution donne un visage à la Poste», s'enthousiasme ce jeune homme engagé.

Les vidéos, publiées en interne et en externe sur le site Emplois et carrières de la Poste ainsi que sur les plateformes de médias sociaux, seront désormais intégrées aux offres d'emploi. «Toute une série de vidéos consacrées aux métiers sera réalisée dans le cadre du nouveau concept d'Employer Branding, explique Pascale Funk du Marketing RH. La Poste renforce ainsi

sa présence interne et externe sur le marché du travail et se positionne encore plus nettement comme un employeur attrayant.» ■



Pour visionner les vidéos:



Innovateur

PostVenture 15: le tour des trois meilleures idées

Des solutions pour la gestion des contrats, l'«Internet des objets» et PostCard Creator.



Dans le cadre du concours interne «PostVenture 15», la Poste a cherché de nouvelles idées commerciales. Le 2 décembre, un jury a sélectionné les trois meilleures idées en interne. Christoph Aeberhard souhaite proposer au client une gestion des contrats plus facile et plus sûre. Janick Mischler et Stefan Metzger aménagent un réseau permettant de connecter à Internet des objets (immeubles, vélos, colis) à des prix avantageux. L'idée commerciale

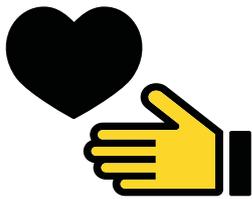
de Tassilo von Schönberg consiste à proposer à la population suisse de nouvelles possibilités d'envoi de cartes postales à tout moment via des clients commerciaux et leur sites web, des applications et les réseaux sociaux. ■



Regarder la vidéo en ligne:
www.poste.ch/journal-online



Fais du bien et



84%
des plus de 60 ans
font des dons



3000
organisations
collectent des dons
en Suisse



1,7 md
de francs de dons
en Suisse en 2014



64%
des hommes
font des dons



69%
des 40-49 ans
font des dons

parles-en!



70%
des femmes
font des dons



48%
des 20-29 ans
font des dons



Quelque 3000 organisations à but non lucratif collectent des dons en Suisse. Découvrez qui sont les donateurs, quels sont leurs motifs et la manière dont la Poste les soutient.

Texte: Claudia Iraoui

Très récemment, Mark Zuckerberg a fait part de sa volonté de faire don de 99% de ses actions Facebook à une œuvre de bienfaisance. Une action philanthropique d'une importance sans précédent puisque la valeur des actions de Mark Zuckerberg atteint quelque 45 milliards de dollars. Si la donation du cofondateur de Facebook représente assurément une véritable bénédiction, il n'en demeure pas moins que les organisations à but non lucratif doivent très majoritairement leurs fonds à des dons de citoyens anonymes. Le fundraising, ou collecte de fonds, est l'instrument le plus efficace dont dispose une organisation à but non lucratif pour financer ses projets. Il s'agit d'un système multidimensionnel: le fundraising consiste en la recherche de fonds, sous forme de crowdfunding ou microcrédit, ou de dons à but caritatif. Les donateurs peuvent être des entreprises (voir encadré p. 12) ou des particuliers (mécènes ou simples bienfaiteurs).

Des dons à hauteur de 1,7 milliard de francs

Selon une étude de marché de One Marketing Services AG, environ 70% des femmes et 64% des hommes en Suisse font des dons. Le nombre de donateurs augmente avec l'âge: 48% des jeunes de 20 à 29 ans font des dons, contre 69% des personnes entre 40 et 49 ans, et cette part atteint même 84% dans la tranche des 60 ans et plus. Dans son interview en pages 14 et 15, Martina Ziegerer, directrice de la Fondation de certification pour les organisations d'utilité publique collectant des dons (ZEWÖ), confirme que les Suisses sont très généreux: en 2014, ils ont donné la somme considérable de 1,7 milliard de francs. «Les calculs montrent que trois quarts des ménages font régulièrement des dons de 500 francs en moyenne à quatre ou cinq organisations», souligne Martina Ziegerer.

L'atout des mailings directs

Médecins Sans Frontières, Rega, Unicef, WWF, Terre des Hommes, Pro Infirmis, Texaid... Dans ce secteur, les organisations foisonnent et la concurrence est rude: elles sont environ 3000 à collecter des dons à des fins caritatives. Les organisations à but non lucratif profitent des services et du

Suite en page 12

Réseau postal et vente et PostFinance (*lire ci-contre*). Le publipostage direct couvre 80% des rentrées d'argent provenant des donateurs. En cas de publipostage à des donateurs existants, on se satisfait d'un taux de retour de 5%. Ce taux peut même atteindre 15% en cas de publipostage accompagné d'un petit cadeau. En revanche, les publipostages visant à acquérir de nouveaux donateurs obtiennent un taux de retour allant de 0,3% (non adressés) à 2% (adressés).

«Pour PostMail, les organisations à but non lucratif sont des clients importants, observe Ulrich Brüttsch, consultant chez PostMail pour Direct Marketing Services. Avec les publipostages, les organisations suscitent des émotions chez les destinataires. Elles y parviennent notamment en racontant des histoires vécues par les personnes concernées. Il est aussi important d'informer le plus rapidement possible les donateurs sur la manière dont l'argent est utilisé.» En outre, le publipostage permet aux organisations à but non lucratif de communiquer avec les donateurs en construisant **une relation de confiance et d'avoir un moyen** de mesurer le taux de retour de leurs activités.

Publipostage 3D et timing

Pour attirer les donateurs, il est nécessaire de recourir à une publicité qui frappe les esprits, par exemple en joignant un gadget à un publipostage 3D. «En dépit des coûts supplémentaires, le taux de retour est plus élevé avec le publipostage 3D, relève Ulrich Brüttsch. Par exemple, une association caritative a envoyé **une fine éponge représentant l'Afrique** pour sensibiliser les destinataires au problème de la sécheresse sur le continent africain.» Pour réussir une campagne de fundraising, la rapidité du mailing représente un facteur important. En cas de catastrophe, notamment, plus le publipostage parvient tôt dans la boîte aux lettres, plus le destinataire sera disposé à faire un don. Les temps changent et de nombreuses personnes souhaitent faire plus que donner une somme d'argent: «De plus en plus de gens, même des jeunes, veulent aider personnellement et pas uniquement apporter leur soutien financier», explique Ulrich Brüttsch. ■

Fundraising à la Poste

La Poste aussi soutient différentes actions de fundraising, telles que «2 x Noël», Une deuxième vie pour les tenues postales ou encore la collecte des téléphones mobiles dans les offices de poste. En outre, la Poste collabore étroitement avec la Croix-Rouge suisse et, en cas de catastrophe, elle soutient la Chaîne du bonheur.

www.2xnoel.ch

www.poste.ch/achats-responsables > Une deuxième vie pour les tenues postales

www.crs.ch www.bonheur.ch

La Poste au service

Pour pouvoir fonctionner correctement, une organisation

Texte: Claudia Iraoui



Mailing direct: Les mailings directs peuvent être adressés (clients réguliers) ou non adressés (acquisition de nouveaux donateurs). Ils constituent une source de revenus essentielle. Les organisations caritatives réalisent plus de 80% de leurs recettes par le biais de mailings directs à des donateurs privés. A cela s'ajoute l'envoi adressé régulier des publications destinées aux donateurs et aux membres. En cas de catastrophe notamment, la rapidité d'envoi a un impact particulièrement important sur le succès d'une action de collecte de fonds.

Gestion des adresses: Les meilleurs appels aux dons n'auront aucun succès si l'adresse n'est pas correcte et si la Poste ne peut pas distribuer la lettre. La gestion des données d'adresses (base de données d'adresses de référence, mise à jour des adresses, solutions d'adresses, géomarketing) est un service de la Poste à l'attention de ses clients commerciaux. La Poste connaît les adresses actuelles des particuliers dans toute la Suisse. Les changements d'adresse sont enregistrés rapidement, afin que les répertoires soient toujours à jour. poste.ch/gestion-des-adresses



des organisations caritatives

caritative a besoin d'un partenaire fiable comme la Poste qui la soutienne dans ses activités.



Compte postal: Dans de nombreux mailings et campagnes, les appels aux dons et les versements se font sur un compte PostFinance. postfinance.ch/comptes

Bulletin de versement rouge: Idéal si différentes possibilités de choix sont proposées comme des abonnements, des parrainages, des adhésions ou des produits, ou encore si le donateur n'est pas encore connu. Le traitement est en partie manuel et des frais plus élevés s'appliquent en cas de versement au guichet postal.

Bulletin de versement orange (BVR): Particulièrement adapté si le donateur potentiel est déjà dans la base de données d'adresses et qu'un seul produit est proposé. Le traitement est automatique, les frais qui s'appliquent au guichet postal sont moins élevés et le rattachement au donateur est clair.

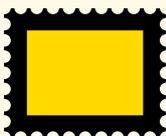
Touche «Don»: En 2010, PostFinance a lancé une touche «Don» aux Postomat. Les clients peuvent ainsi virer gratuitement une somme au profit de la Chaîne du bonheur au Postomat avec la PostFinance Card. Le montant est directement inscrit au débit du compte postal. PostFinance active la touche «Don» lors d'appels aux dons et de journées de dons de la Chaîne du bonheur.



Location de surfaces de promotion: Les organisations à but non lucratif peuvent exploiter le réseau national d'offices de poste comme canal publicitaire. Les surfaces de promotion dans l'office de poste, par exemple, peuvent être louées pour mener des discussions personnelles avec des clients potentiels. Les affiches dans les offices de poste ainsi que les brochures, catalogues, magazines et autres flyers placés dans les présentoirs ont plus d'impact que dans la rue, car les clients ont quelques minutes devant eux. La Poste dispose du réseau AdScreen le plus dense de Suisse.

post.ch/publiposte

Timbres-poste: Divers timbres-poste apportent un soutien à des associations caritatives suisses, comme Pro Patria ou Pro Juventute. Les produits issus du supplément sont versés à des fonds dont le but est d'apporter un soutien efficace à certains projets sélectionnés. ■



«En 2014, les dons ont représenté 1,7 milliard de francs au total»

La présidente de l'International Committee On Fundraising Organisations (ICFO), Martina Ziegerer, est aussi à la tête de la fondation Zewo. Chargée de certifier l'usage efficace et rationnel des dons, elle nous explique le fonctionnement du secteur des organisations à but non lucratif en Suisse.

Interview: Claudia Iraoui / Photo: Shutterstock



Pourquoi les gens font-ils des dons?

Par conviction personnelle, parce qu'ils partagent la cause d'une organisation d'utilité publique et lui font confiance. Les Suisses forment un peuple très solidaire et nombre d'entre eux font des dons réguliers.

Pour quelle(s) cause(s)?

C'est difficile à dire. Il s'agit d'un choix très personnel. Nos statistiques montrent toutefois que la moitié des dons est dédiée à des projets à l'échelle internationale, tandis que l'autre moitié reste en Suisse.

Combien donne-t-on par an en Suisse?

En 2014, les dons ont représenté 1,7 milliard de francs au total. Cette somme très élevée fait écho au record de 2013. Le volume des dons est en augmentation constante malgré la crise financière. Même lorsque l'économie marque le pas, les gens font preuve d'empathie et sont prêts à aider ceux qui sont en difficulté. Des sondages ont

montré que presque trois quarts des adultes résidant en Suisse font régulièrement des dons d'en moyenne 500 francs par an, répartis entre quatre à cinq organisations.

Quand les Suisses font-ils le plus de dons?

Lorsqu'ils sont appelés à le faire. A en croire le nombre d'appels au don lancés les derniers mois ou semaines de l'année, beaucoup de personnes sont particulièrement réceptives aux demandes des œuvres de bienfaisance à ce moment-là. La période de l'Avent favorise l'introspection et les élans d'altruisme. Selon la cause défendue, d'autres périodes de l'année sont tout aussi propices aux dons. Les catastrophes à grande résonance médiatique suscitent aussi d'importantes vagues de solidarité. Mais bon nombre de personnes soutiennent des organisations caritatives par des dons réguliers, car elles savent qu'elles ont besoin de financements tout au long de l'année.

Quelle est l'influence des médias?

Les organisations caritatives doivent faire connaître leurs causes. Les médias jouent un rôle essentiel à cet égard. L'impact médiatique est crucial lorsqu'il se produit une catastrophe. Souvent les dons versés ponctuellement lors de tels événements s'ajoutent alors aux dons réguliers.

Comment gagne-t-on la confiance des gens?

Les organisations à but non lucratif doivent communiquer clairement sur leur structure, leur engagement et l'usage qu'elles font de l'argent qu'elles reçoivent, mais aussi mettre en place des contrôles pour se prémunir des abus. La Zewo conseille de ne pas faire de dons sans s'informer au préalable. Le donateur doit réfléchir aux causes qui lui tiennent à cœur, puis rechercher une organisation en adéquation avec ses idées et demander des informations. Il peut aussi se fier au label Zewo qui certifie les œuvres caritatives fiables. Le service de rensei-



«Même lorsque l'économie marque le pas, les gens font preuve d'empathie et sont prêts à aider ceux qui sont en difficulté»



Martina Ziegerer

nement de la Zewo répond volontiers aux questions liées aux dons.

Quelle est la part des dons initiaux effectivement investie dans des projets?

Chaque organisation doit effectuer des tâches administratives et il est juste qu'elle investisse de l'argent dans cette activité, mais tout dépend combien. Les œuvres caritatives certifiées Zewo investissent en moyenne 80% de leurs fonds dans les projets et 20% dans les activités administratives et de collecte. L'évaluation des organisations sur la base de tels indicateurs tient toujours compte des différences entre les organisations: certaines reçoivent de l'argent public, d'autres pas. Certaines sont centralisées tandis que d'autres ont des représentations dans les cantons et les communes. Il faut intégrer ces éléments à l'analyse avec d'autres paramètres, parce qu'ils ont une incidence sur la structure des coûts et garantissent une base de comparaison uniforme.

Est-ce qu'il vaut mieux faire un don à une seule organisation ou répartir les dons entre plusieurs?

Je conseille de ne pas disperser les dons, mais plutôt de répartir la somme que l'on souhaite donner entre une poignée d'organisations soigneusement sélectionnées. Mieux vaut être généreux envers quelques organisations que donner peu à beaucoup. Pour aider une organisation de manière durable, il est en outre recommandé de se montrer fidèle par un soutien régulier.

Comment les organisations à but non lucratif collectent-elles la plupart des dons?

Par voie postale. Comme je l'ai dit, la majeure partie des dons est versée par les ménages, qui réagissent surtout aux envois adressés et non adressés. Actuellement, les bénéficiaires des dons par SMS ou par Internet sont encore très limités.

Quel sera le grand défi ces prochaines années?

Pour la récolte de dons: réussir à capter l'attention

des donateurs et les convaincre du bien-fondé de leur soutien, tout en utilisant raisonnablement les ressources. Du point de vue des projets et des prestations: utiliser les moyens à disposition pour apporter un maximum de soutien à long terme.

Que demanderiez-vous à la Poste?

D'accorder un rabais aux organisations certifiées Zewo. Cela permettrait aux organisations caritatives de récolter les dons de manière encore plus efficace. ■



Découvrez quel est votre profil de donateur, quelles organisations à but non lucratif sont certifiées Zewo et beaucoup d'autres informations intéressantes sur: zewo.ch

Quand humains et machines

L'automatisation de services effectués par l'homme effraie. Edy Portmann, titulaire de la chaire Swiss Post à

Texte: Annick Chevillot / Photo: Béatrice Devènes / Infographie: Dennis Oswald, Branders

Réactions

Colombo Reto, PV

Je pense que l'on devrait créer des places de travail et non vivre dans un monde robotisé, où nos baby-sitters, vendeurs et interlocuteurs seraient des robots. Travaillez donc une semaine au guichet d'un office de poste et vous verrez rapidement ce dont les gens ont besoin: de l'humanité!

Locatelli Emilio, PM

Ce sera sûrement l'avenir, mais je préfère prendre un bus où il y a quelqu'un qui conduit. Sur le plan humain aussi c'est plus sympathique de monter dans le bus et d'échanger quelques mots avec le conducteur. En outre, il faut également tenir compte du nombre de personnes en moins qui auraient un poste de travail.

Maitre Christian, PV

Pour un court trajet oui mais pas pour un parcours en montagne. Pas vraiment rassuré non? Une machine ne remplacera jamais un chauffeur aimable et souriant.

Knuchel Stephan, PF

Et qui sera responsable si un car postal en conduite autonome écrase un piéton ou détruit même simplement une barrière de jardin? De plus, comment le chauffeur congédié va-t-il payer ses factures à la fin du mois?

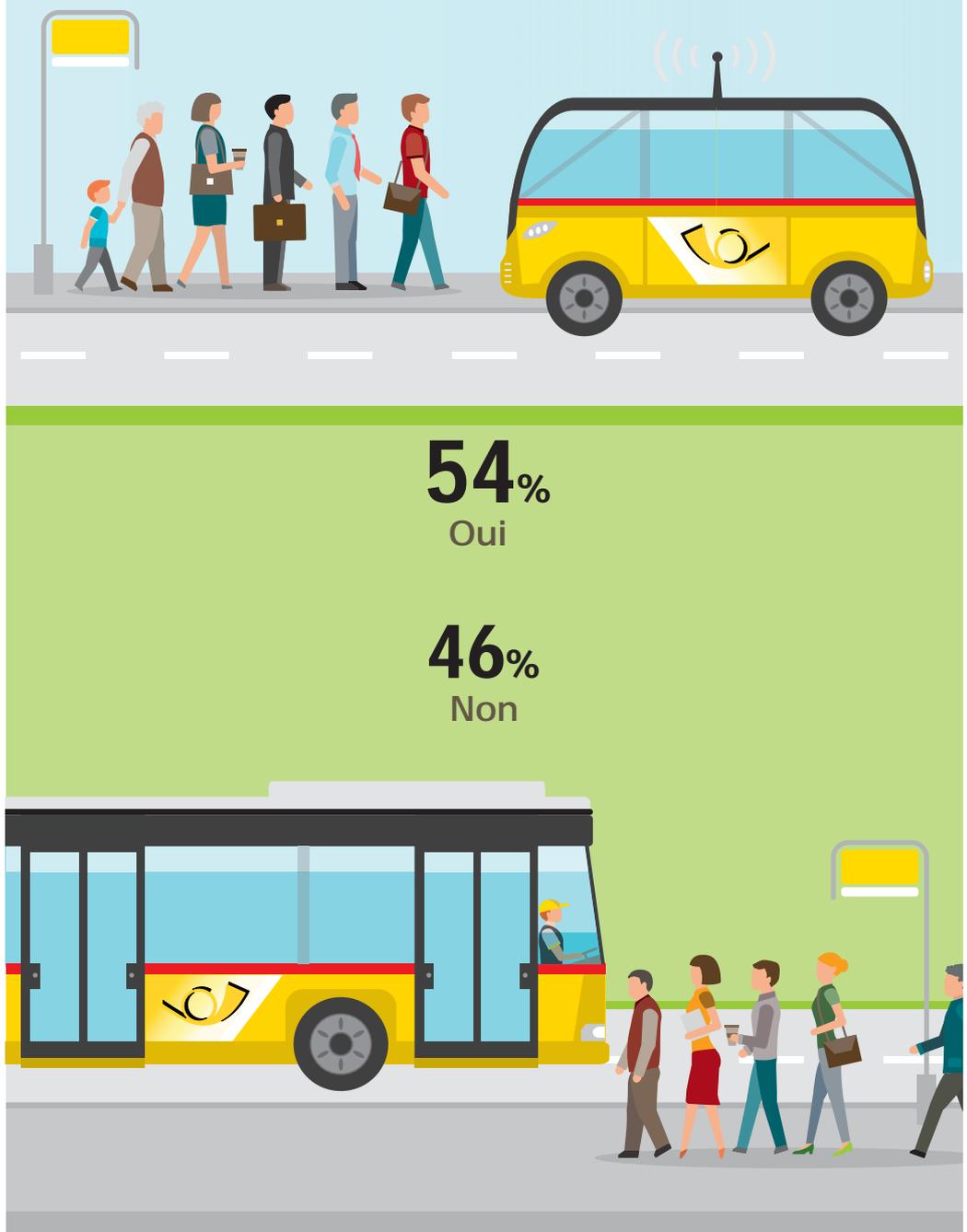
Gehriger Georges, IT

A mon avis, cette solution existe déjà avec le monorail. La sécurité est également garantie dans ces systèmes fermés. En ce qui concerne le bus sans chauffeur, ce sont plutôt les usagers moins assurés, comme les personnes âgées ou les enfants, qui me font hésiter. Il est cependant très intéressant de répondre à ces hésitations par un essai.

 Plus de réactions online: PostConnect, mes blogs

Résultat du sondage du mois de novembre

Voyageriez-vous à bord d'une navette autonome CarPostal?



travailleront en symbiose

L'Université de Berne, explique comment l'intelligence collective va révolutionner nos vies.



Les navettes autonomes effraient presque la moitié des employés de la Poste. Comment expliquez-vous cela?

J'ai l'impression que la peur influence beaucoup les réponses. Peur de perdre son autonomie, son libre arbitre, son indépendance, etc. Pourtant, l'homme est au centre des transformations que la société vit actuellement en matière d'intelligence artificielle! Les nouvelles technologies soutiennent l'activité humaine, elles ne les remplacent pas. Pour une simple et bonne raison: on ne peut pas rationaliser les êtres humains comme on rationalise les places de travail. De nouvelles tâches sont à inventer pour et par l'humain. C'est peut-être utopiste, mais lorsque les machines effectueront nos tâches, nous pourrons nous consacrer à d'autres choses: éducation des enfants, engagement citoyen, etc.

Vous prédiriez la fin du travail, là!

Oui! L'automatisation va me permettre d'être moi-même. Etre ce

que je désire. Cela va fortement influencer la manière que l'on a de voir notre monde. Aujourd'hui, se préoccupe-t-on encore de qui fait fonctionner un ascenseur?

Pourtant, le fait que les objets du quotidien deviennent «intelligents» inquiète de nombreux citoyens tout comme de nombreux employés de la Poste...

Le développement des outils intelligents n'est pas un danger. C'est une chance! Je me répète: il ne s'agit pas de remplacer, mais d'offrir une alternative et développer des solutions «smart».

Smart, c'est le nouveau mot à la mode. Concrètement, cela veut dire quoi?

Smart, c'est un terme générique qui définit la manière dont on rend nos objets du quotidien intelligents. Cela vaut pour tous les services informatiques, les nouvelles technologies, la domotique, la cybernétique et l'internet des objets. Cette intelligence globale se développe partout: dans

les villes, communautés, logements, travail, énergie, environnement, sport, logistique, etc. Le but est d'améliorer la qualité de vie. Pour autant, le courrier papier et timbré va continuer d'exister. Il ne devient pas obsolète parce que l'on peut envoyer des mails sécurisés. Les disques LP vont mieux que jamais alors que l'on a facilement accès à de la musique en ligne. Ce n'est pas l'un sans l'autre, c'est l'un avec l'autre.

Vous venez tout de même de décrire un monde où le Big Data régnerait en maître!

(Rires) La question du Big Data est sensible effectivement. On ne peut pas y échapper. En schématisant, on peut répartir le Big Data en deux groupes. Le premier va du haut vers le bas. C'est le contrôle, la surveillance, l'analyse des données. C'est ce que nous appelons communément «Big Brother». Ce Big Data-là n'est pas très réjouissant. Il y en a un autre qui, lui, est enthousiasmant: le Big Data qui va du bas vers le haut. Des individus vers le groupe. Lorsque des citoyens s'organisent ensemble pour améliorer leur quotidien, leur ville, leur région, leur économie, on obtient une société qui a compris comment utiliser les nouvelles technologies sans se laisser manipuler par elles.

Et, selon vous, ces initiatives sont-elles appelées à se généraliser?

Indéniablement! Selon le MIT (Massachusetts Institute of Technology) de Boston, 70% à 80% de la population vivra dans des villes en 2050. Les citoyens ont tout à gagner

à participer à l'élaboration de Smart technologies. Ils peuvent ainsi y façonner leurs besoins et fédérer d'autres utilisateurs/membres. Surtout, la personnalisation pourra s'y affirmer de manière plus simple.

En quoi tout ceci est-il pertinent pour la Poste?

Parce qu'elle est le reflet de la société tout simplement. La Poste accompagne les besoins des habitants de ce pays. En proposant des services innovants et actifs dans les nouvelles technologies, elle y répond et parfois les devance. Mais c'est de son devoir d'innover avec simplicité et système pour construire le paysage du pays de demain. C'est très en ligne avec la vision actuelle, ce que je viens de dire. C'est pourtant sincère et surtout, dans cent ans, qui se préoccupera de savoir qui fait rouler une navette autonome? ■



www.edyportmann.info
<http://portmann.iwi.unibe.ch>

La question du mois

Avez-vous commandé vos cadeaux de Noël en ligne?



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

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

Le selfie de l'apprentie



«Je viens de Chine et je suis la formation PiBS à la Poste. En première année, nous suivons la formation de base sur le Campus TIC à Berne et nous étudions à la haute école spécialisée un jour par semaine. Ces études me plaisent énormément et la Poste m'offre une excellente opportunité avec cette nouvelle formation. Sur la photo, on voit l'installation du nouveau câble en fibre de verre sur le Campus TIC, qui permet d'obtenir une meilleure connexion Internet.»

Yueying Zhang (24 ans),
informaticienne en première année de bachelor intégré à la pratique (PiBS)

Nouveau processus d'inscription pour les coureurs



De par ses activités de sponsoring, La Poste a pu proposer des places gratuites au départ de différentes courses à pied. Avec la nouvelle orientation du sponsoring, l'habituel contingent d'inscriptions est supprimé, mais la Poste maintient son engagement en faveur des collaborateurs.

Pendant près de 15 ans, la Poste a proposé à ses collaborateurs de participer gratuitement à des courses en Suisse. Cette offre a eu un écho certain: chaque année, plus de 3000 places ont été attribuées, dont plus de 600 chaque printemps pour le GP de Berne. A l'avenir, les collaborateurs de la Poste pourront continuer à participer aux courses en profitant d'un tarif préférentiel. Les réductions sont accordées pour des courses organisées par des membres de l'association Swiss Runners (www.swissrunners.ch) et en collaboration avec les sociétés Datasport SA et Mika Timing GmbH. Cela revient à 25 courses en 2016, soit deux de plus qu'auparavant. Si jusqu'à présent les places au départ étaient proposées uniquement dans les catégories

individuelles, les collaborateurs peuvent désormais faire leur choix parmi toutes les catégories de la course. La Poste prend en charge les frais d'inscription au départ à concurrence de fr. 65.- maximum par catégorie. Les inscriptions ne se font désormais plus par talon-réponse ou par Intranet, mais via le portail de www.postactivity.ch. Ce site comprend également des informations sur les courses et des liens vers les plateformes de réservation de réservations. Un enregistrement unique est requis. Tous les collaborateurs actifs et retraités de la Poste peuvent s'inscrire. Il est d'ores et déjà possible de s'inscrire à l'ASICS Bremgarten Reusslauf ainsi qu'au Kerzerslauf. Nous vous souhaitons beaucoup de plaisir et une excellente saison de course 2016!

Agenda

Jusqu'au 31.12.2015

DAS ZELT – Chapiteau
PostFinance Berne
www.daszelt.ch

Jusqu'au 31.12.2015

DAS ZELT – Chapiteau
PostFinance Morges
www.daszelt.ch

24.12.–09.1.2016

Action «2x Noël»
www.2xnoel.ch

6–9.1.2016

DAS ZELT – Chapiteau
PostFinance Vevey
www.daszelt.ch

14–16.1.2016

DAS ZELT – Chapiteau
PostFinance Genève
www.daszelt.ch

18.1.2016

Visite du centre courrier,
Härkingen
Inscription via LMS

22.1.–6.2.2016

DAS ZELT – Chapiteau
PostFinance Lenk
www.daszelt.ch

28.1.2016

Visite du centre courrier,
Zürich-Mülligen
Inscription via LMS

13–14.2.2016

PostActivity Curling
2016, Thoune
www.postactivity.ch
Délai d'inscription: 17. 1.16

17.2.2016

Visite centre courrier,
Zürich-Mülligen
Inscription via LMS

27.2.2016

Bremgarten Reusslauf
www.reusslauf.ch

19.3.2016

Kerzerslauf
www.kerzerslauf.ch



Tarif préférentiel pour les employés de la Poste Suisse: -10% sur les croisières Costa



Bon de réduction

Les employés de la Poste Suisse bénéficient d'une réduction de 10% sur toutes les croisières en 2016*.

Les adultes partageant votre cabine voyagent aux mêmes tarifs préférentiels.

Réservez vite avant le 31.03.2016 sur www.costacroisieres.ch/poste

ou laissez-vous conseiller au numéro gratuit 0800 55 60 20. Offre également disponible via l'intranet!

Grand jeu-concours CostaClub

Et si vous gagniez 15 croisières Costa pour 2 personnes en cabine avec balcon?

Participez à notre grand jeu-concours CostaClub - c'est gratuit! Participation et plus de détails sur www.costaclub.ch

Grand
jeu-concours
CostaClub
www.costaclub.ch

-10%
sur toutes les
croisières 2016*

*Valable sur toutes les croisières dans notre brochure 2016, à l'exception des croisières Tour du Monde, et pour les nouvelles réservations faites jusqu'au 31.03.16. Réduction uniquement valable sur la partie maritime, non rétroactive. Ne peut être ni cédée ni vendue. Non applicable sur les tarifs Last Minute, Groupes ou Flex. Contingent limité.

Sortie de ring

La boxe a toujours occupé une place prépondérante dans la vie de Nicole Boss, collaboratrice de la Poste. Ancienne championne d'Europe, cette boxeuse professionnelle vient d'annoncer sa retraite.

Texte: Sandra Gonseth / Photos: Love Weber



Infos personnelles

*Nicole Boss (36 ans), mariée
Habite à Wohlen près de Berne
A disputé 40 combats en catégorie amateur
et 20 en catégorie professionnelle
2003: championne de Suisse catégorie amateur
2013-2014: championne d'Europe des poids légers
Sportive bernoise de l'année 2015*

Elle vient tout juste de raccrocher les gants, mais ça ne l'empêche pas de continuer à s'entraîner tous les jours. «J'en ai besoin pour mon équilibre», explique-t-elle. La boxe est aussi un sport complet. Quand elle n'est pas en train de se muscler dans les salles d'entraînement de la Box Academy de Berne, c'est qu'elle est en pause de midi en pleine séance de jogging. L'Aar n'est qu'à quelques minutes en contrebas d'EspacePost, le nouveau siège principal de la Poste. Une occasion rêvée pour équilibrer son activité d'assistante de direction chez PostMail. «Je savoure cette nouvelle liberté de pouvoir aller m'entraîner quand je le veux et non pas quand je le dois.»

En lice pour le titre de championne du monde

Il y a 16 ans, cette employée de la Poste se découvrait une grande passion pour la boxe. Malgré sa double activité – elle a toujours travaillé à 100% – Nicole Boss s'est hissée aux sommets. Sa carrière a tout récemment atteint son apogée lors de son combat pour le titre mondial contre la Belge Delfine Persoon. Jusqu'au 7^e round, tout s'est déroulé comme prévu. Puis, une baisse de régime a permis à la tenante du titre de prendre l'avantage. Au 9^e round, l'arbitre a interrompu le combat et donné la victoire par K.O. technique. Celui-ci est prononcé lorsque l'une des deux adversaires a clairement pris le dessus sur l'autre, comme ce fut le cas pour Delfine Persoon.

Savoir prendre des coups

Pourquoi s'infliger ça? «Pendant le combat, et même juste après, on sent à peine les coups, explique Nicole Boss, grâce

à l'état de tension du corps.» Par chance, la jeune femme de 36 ans n'a jamais été grièvement blessée. «Un œil au beurre noir, des saignements de nez ou, comme lors du dernier combat, une fissure au tympan... c'est le risque à prendre.»

Chez les professionnels, les coups sont en général moins nombreux, mais d'autant plus durs. Lorsqu'on l'interroge sur ses succès, Nicole Boss souligne qu'un match de boxe est une affaire de tactique. «Il s'agit avant tout de conserver l'avantage et de réagir en quelques secondes.» Cette capacité est mise en pratique lors de la préparation physique, et l'entraînement fractionné est très important pour habituer le corps à changer de rythme.

Gagner avec la tête

Et comment réagissent vos proches? «Ma mère n'a jamais pu regarder un combat, mon père n'est venu qu'une fois.» Tout le contraire de son mari rencontré alors qu'elle était cheerleader pour une équipe de football américain. Il était à ses côtés à chaque combat, comme préparateur physique et soutien psychologique. Il calmait aussi sa nervosité qui pouvait littéralement lui retourner l'estomac avant un combat. «Dans la boxe, il faut prendre beaucoup de décisions, précise la Bernoise. La peur n'a pas sa place. Le respect, oui.» Avant, elle ne s'était jamais inquiétée des conséquences de ce sport sur sa santé. Aujourd'hui, elle y pense davantage. C'est là une raison qui la pousse à mettre un terme à sa carrière alors que celle-ci est à son apogée: «Je suis en bonne santé et je suis allée bien au-delà de tous mes rêves. Qu'espérer de mieux?» ■

*«La peur
n'a pas sa place
dans la boxe.
Le respect, oui.»*





Mahmut effectue le contrôle d'entrée des marchandises. Il vérifie que rien ne manque et scanne les marchandises.



La marchandise est prête pour la mise à disposition. Toutes les tournées doivent être prêtes avant 15 heures.



06h55: un camion chargé de marchandises Interio arrive à Dintikon.

Service de montage compris

Comment l'armoire Milo d'Interio parvient-elle jusqu'au client? Et quel est le rôle de PostLogistics? Reportage.

Texte: Lea Freiburghaus / Photos: Christine Strub

La cliente sourit. Pour Cristos Soufleros, c'est le signal: avec son collègue, ils peuvent se préparer à partir. «On ne s'en va que lorsque le client est satisfait», explique le jeune Grec qui travaille pour un partenaire de transport de la Poste assurant le service de montage Interio pour le géant jaune. Il ne laisse rien paraître des efforts de cette dernière heure. Avec son collègue Carlo, ils ont porté une armoire Milo blanche trois portes au premier étage et l'ont montée à la vitesse de l'éclair. C'était un travail d'extrême précision, peu s'en est fallu pour qu'un retour sur livraison ait lieu. Heureusement, la famille a été bien conseillée lors

de l'achat auprès de la filiale Interio. «Le plus souvent, nous avons de mauvaises surprises au montage quand les marchandises n'ont pas été achetées à la filiale, mais sur Internet», explique Marco Lardi, responsable Gestion clientèle chez PostLogistics à Dintikon.

Un mandat important, trois unités

Marco Lardi a accompagné dès le début le projet de livraison à domicile Interio avec service de montage inclus, en collaboration avec Rolf Hofmann, Gestionnaire clients importants chez PostMail. Interio a lancé un appel d'offres dans toute la Suisse à l'été 2014. En octobre

de la même année, la Poste recevait une réponse positive. La raison principale: «Nous proposons tout d'un seul tenant», souligne Rolf Hofmann. Autrement dit: la disposition à Dintikon prend un premier contact avec le client dans les 24 heures qui suivent la commande chez Interio. Et ce n'est que lorsque le service à la clientèle à Dintikon a clôturé l'ordre dans le système que le travail est accompli pour PostLogistics. La Poste a pris en charge la première zone en Suisse alémanique en avril 2015 et la dernière zone en Suisse romande en juin dernier. Chaque jour, 32 tournées effectuées par équipe de deux transportent les commandes de tous les clients



Escalier raide, marchandise lourde: cela ne fait pas peur à Cristos Souflero.



14 heures: fin de la journée.



Montage sur le lieu d'utilisation: l'armoire Milo est placée dans l'entrée.



Il est essentiel de conseiller le client chez lui. Les monteurs sont formés par la Poste pour être en mesure d'assurer cette fonction.

du service de montage au départ de Dintikon. Leur mission: livrer les meubles jusque sur le lieu d'utilisation chez le client et, s'il le souhaite, les monter sur place. Le service tout compris inclut l'élimination des anciens meubles et du matériel d'emballage. 50% des clients d'Interio recourent à ces prestations et 97% d'entre eux sont satisfaits du service de montage, révèle un sondage auprès de la clientèle, réalisé par la société Interio en collaboration avec Swiss Post Solutions.

Conducteur, menuisier ou les deux?

Tout juste 24 heures après, l'armoire Milo est en route vers le domicile du client: elle arrive à Dintikon par camion depuis le magasin central d'Interio à Nebikon. A l'entrée des marchandises, on vérifie que rien ne manque et on les stocke pour une courte durée selon la tournée disponible. Tôt le lendemain matin, Cristos et Carlo chargent la marchandise de manière professionnelle et c'est parti. «Récemment, il y a eu une promotion sur les armoires. Et quelques

semaines plus tard, nous ne montions quasiment que ça», confie Marco Lardi. Les deux périodes de déménagement début avril et début octobre sont aussi très chargées. Les affaires marchent à plein régime, il faut se concentrer. «La plus grande difficulté du service de montage, c'est de bien connaître le matériel. Un monteur qui ne consulte le mode d'emploi qu'une fois chez le client, c'est inconcevable, ajoute Marco Lardi. Voilà pourquoi nous recherchons avant tout des menuisiers qui aiment conduire. Mais les conducteurs doués en bricolage sont également les bienvenus.» Et ils sont tous formés avant d'entrer en fonction. Histoire d'assurer un service de montage tout compris digne de ce nom. ■

Offre pour les collaborateurs

Testez vous-même le service d'expédition à domicile d'Interio. Découpez le code-barres et remettez-le au moment de payer dans une filiale Interio. Interio offre 15%* de remise sur l'ensemble de l'assortiment à tous les collaborateurs de la Poste. *Ne s'applique pas aux marchandises à prix déjà réduit. Valable jusqu'au 10 janvier 2016.



5555038030000463475392



Plus d'informations et de photos:
www.poste.ch/journal-online
 Vidéo sur le projet Interio, gagnant des Sales Award 2014: [Intranet > Manifestations > Sales Event 2015](#)

La Poste des VIP

Tanja Grandits

Cheffe étoilée, cuisinier de l'année 2014



Illustration:
Jennifer Santschy

Quand avez-vous envoyé votre dernière carte postale?

Hier.

Connaissez-vous le nom de votre facteur?

Non, malheureusement pas.

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

Une fois par semaine.

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

Par voie électronique.

Quel est votre produit postal préféré?

Les timbres-poste originaux et rigolos pour ma fille, car nous écrivons beaucoup de lettres et de cartes postales.

Votre plus beau trajet en car postal?

Je ne suis jamais montée à bord d'un car postal.

Jaune, comme ...

... le safran. ■

Faire une bonne action avec «2x Noël»: la Poste, c'est aussi cela.

Offrez des cadeaux à des personnes défavorisées en Suisse et en Europe de l'Est. Vous pouvez déposer les colis gratuitement dans tous les offices de poste entre le 24 décembre 2015 et le 9 janvier 2016. Les dons particulièrement appréciés sont les denrées non périssables, les articles d'hygiène et de toilette ainsi que les fournitures scolaires.

Plus d'informations à ce sujet sur 2xnoel.ch

LA POSTE 
Dynamique jaune.

En coopération avec:

Croix-Rouge suisse  **SRG SSR**

Impressum

Editeur

La Poste Suisse SA
Communication, Wankdorffallee 4
3030 Berne
E-mail: redaction@post.ch
www.post.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 Post, 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

Terence du Fresne

Reproduction avec autorisation écrite
de la rédaction uniquement.

Abonnements/Changements d'adresse

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

Retraités:

Par écrit à la caisse de pension Poste,
Viktoriastrasse 72, case postale
3000 Berne 22

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



«Une vraie famille de postiers»

Otto Horber a fêté ses 80 ans le 6 décembre dernier. Il a été buraliste postal en Suisse orientale pendant 35 ans.

Interview: Simone Hubacher / Photo: François Wavre

Comment avez-vous fêté vos 80 ans?

Autour d'un délicieux dîner, avec toute ma famille, plein d'amis et de proches.

Vous avez été buraliste postal pendant 35 ans. Qu'avez-vous le plus aimé?

Les rencontres. J'ai fait très peu d'expériences négatives. J'ai également vécu des années formidables en qualité de président de la section Thurgovie de la Société suisse des buralistes postaux SBP, puis de membre de la commission de gestion de la SBP sous l'égide du comité central de Genève.

Comment êtes-vous entré à la Poste?

Je viens d'une vraie famille de postiers: mon arrière-grand-père, mon grand-père et mon père étaient tous postiers; j'ai commencé à travailler pour mon père à l'âge de 18 ans. Cinq ans plus tard, en 1958, j'ai obtenu mon premier contrat. Ensuite, j'ai passé quelques années à me former dans divers endroits,

puis, en 1962, j'ai succédé à mon père à la tête du bureau de poste de Schmidshof.

Qu'est-ce qui vous lie aujourd'hui encore à la Poste?

Trois de nos quatre enfants travaillent à la Poste et à PostFinance. Eux aussi sont ravis d'être postiers. J'utilise moins les nouvelles prestations modernes de la Poste. Je continue à faire mes paiements au moyen du livret jaune. Mais j'ai quand même un téléphone portable!

Quels sont vos passe-temps favoris?

Les voyages et notre forêt! Une fois à la retraite, j'ai encadré avec ma femme des voyages de l'Association Vacances à travers toute l'Europe pendant près de 20 ans. Entre deux, je profite notamment de notre forêt de plus de quatre hectares et de la belle cabane qui s'y trouve. Par chance, c'est un autre passe-temps que je partage avec ma femme. ■



RECYCLÉ
Papier fait à partir
de matériaux recyclés
FSC® C005019

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

Dayen Dominique, Conthey
Jenzer René, Langenthal
Tornay Philippe, Martigny

Réseau postal et vente

Bratschi Willy, Biel

40_{ans}**PostMail**

Cattin François, Petit-Lancy
Loosli Johannes, Wynigen
Wyser Rolf, Lausanne

Réseau postal et vente

Haller Kurt, Olten
Jelmorini Nadia, Minusio
Müller Barbara, Baden
Schaufelberger Brigitte,
Winterthur.

PostFinance

Buob-Looser Judith, Münchenstein
Sykora-Krattinger Françoise, Bulle

SecurePost

Schneider Stephan Leo, Zürich

Bon anniversaire**95_{ans}**

Dafflon Auguste, Lausanne (02.01.)
Gueissaz Robert, Le Sentier (30.01.)
Gurt Alois, Urdorf (13.01.)
Schwarber Bruno, Weiningen ZH
(05.01.)
Trippmacher Wilhelm, Basel
(27.01.)

90_{ans}

Amrein Anton, Bottmingen (23.01.)
Andres Josef, Münchenstein (18.01.)
Asteroth Elisabeth, Zürich (17.01.)
Benz Franz, Montlingen (28.01.)
Cavin Albert, Vulliens (04.01.)
Elmer Robert, Künsnacht ZH (07.01.)
Favre Claude, Yverdon-les-Bains
(18.01.)
Flückiger Hans, Oberhofen
am Thunersee (13.01.)
Gautschi Albert, Reinach AG (10.01.)
Guidon Peider, Zernez (16.01.)
Hermann Werner, Luzern (14.01.)
Hug Alfred, Uster (08.01.)
Jeanneret Louis, Fleurier (28.01.)
Lambert René, Bavois (14.01.)
Lieberherr Hans, Gossau SG (01.01.)
Mantelli Alfredo, Chiasso (19.01.)
Marti Marianna, Möriken (01.01.)
Pitton Yvette, Lausanne (19.01.)
Rütsche Paul, Zürich (12.01.)
Ruey René-, Gland (13.01.)

Schaub Eduard, Sissach (22.01.)
Staubli Johann, Zürich (20.01.)
Valsecchi Maria, Andeer (07.01.)
Weber Oskar, Strengelbach (16.01.)
Wittwer Hans, Oberhofen am
Thunersee (26.01.)

85_{ans}

Albin Placi, Breil/Brigels (24.01.)
Bachelard-Rossier Violette,
Tolochenaz (12.01.)
Bachmann Heinz, Strengelbach
(24.01.)
Bannwart Rosmarie, Bern (21.01.)
Berstet Henri-Maurice, Saubraz
(31.01.)
Bosshard Daniel, Bern (21.01.)
Brunetti Liliana, Rivera (15.01.)
Burnier Jules, Montricher (28.01.)
Camenisch Celestin, Dübendorf
(23.01.)
Clerc Gabriel, Prilly (06.01.)
Geiser Maurice, Cressier NE (29.01.)
Guert Johann Anton, Chur (29.01.)
Gwerder Hans, Basel (06.01.)
Häring Erhard, Münchenstein (07.01.)
Hafner Heidi, Gundetswil (14.01.)
Herrmann Walter, Geroldswil
(13.01.)
Hildebrand Edith, Basel (24.01.)
Höchli Karl, Kleindöttingen (02.01.)
Hubacher Ernst, Urtenen-
Schönbühl (26.01.)
Hürzeler Maria Anna, Wittwil (31.01.)
Indemini Francesco, Pura (27.01.)

Künzi Ernst, Arlesheim (17.01.)
Lang-Moor Anna, Kirchleerau
(07.01.)
Lo Pipero Rosa, Genève (03.01.)
Maillard Jacques, Porrentruy
(06.01.)
Mettraux Maurice, Le Locle (19.01.)
Monnard Marius, Fribourg (04.01.)
Noser Eugen, Lachen SZ (05.01.)
Oeuvray Serge, Les Hauts-Geneveys
(21.01.)
Rusca Giorgio, Rancate (31.01.)
Schmid Fritz, Frutigen (03.01.)
Spicher Suzanne, Villars-sur-Glâne
(29.01.)
Strinati Pina Bartolomea,
Zollikofen (16.01.)
Sulzer Ernst, Zunzgen (27.01.)
Truttmann Hans, Brunnen (09.01.)
Walser Emma Hanna, Quarten
(26.01.)
Wolf Josef, Kriens (08.01.)

80_{ans}

Aebischer Gemma, Flamatt (30.01.)
Baumeler-Husistein Theres, Luzern
(15.01.)
Bieri Walter, Zweisimmen (29.01.)
Biselx Charly, Martigny (11.01.)
Bosshard Willy, Stäfa (11.01.)
Bruchez Willy, St-Maurice (15.01.)
Caviezal Florian, Ruppertswil (28.01.)
Chessex Gilbert, Nuvilly (27.01.)
Christoffel Florin, Dornach (23.01.)
Delavy Ginette, Thônex (30.01.)

Retraite**Immobilier Management
et Services**

Egger Jacqueline, Onex
Fritz Theres, Zürich
Lago Augustin, Lausanne
Roussel Marlyse, Bure

PostMail

Aponga Mabita-Ketterer Geneviève,
Genève
Baudin-Schnyder Christine, Gland
Bongard Jean-Paul,
Cheseaux-sur-Lausanne
Dahmen Beatrice, Locarno
David Francine, Bercher
Depping Raymond, Morges
Elsasser Peter, Reinach AG
Epiney Philippe, Sierre
Equey Jacqueline, Fribourg
Fankhauser Monika, Oey
Fankhauser Peter, Härkingen
Furger Lorenza, Roveredo
Gasser Margot, Ostermundigen
Glauser Beatrice, Schönbühl-
Urtenen
Groppelli Cesarina, Airolo

Harnischberg Urs, Schüpfen
Hug Esther, Marthalen
Huwyler Hans, Berikon
Kohler Heinz, Hinwil
Küng Edwin Robert, Schaffhausen
Lieberherr Edith, Brunnadern
Mesot Joël, Conthey
Miletic Vera, Härkingen
Oberson Raphaël, Romont FR
Odermatt Rita, Kriens
Raggi Giovanni, Schaffhausen
Riederer Christa, Gossau SG
Schneeberger Hans, Huttwil
Schönbächler Ursula, Einsiedeln
Schurtenberger Hélène, Hochdorf
Spies Katharina, Bättwil-Flüh
Steck Bruno, Gümligen
Studer Anton, Zürich-Mülligen
Tempini Alberto, Samedan
Trudel Enrico, Zürich
Tschirky Jakob, Thusis
Zehfus Yves, Cologny
Zumtaugwald Martin, Randa

Réseau postal et vente

Arni Kathrin, Oberburg

Caduff Eugen, Bern
Finger Muriel, Hinterkappelen
Folly Georges, Morat
Grossenbacher Dora, Aarwangen
Künzler Helene, Luzern
Luchsinger Stefanie, Greifensee
Meier Anita, Dübendorf
Melcher Dominic, Chur
Mercier Denis, Wangs
Mollinet Eva, Riehen
Muster Monika, Neuchâtel
Reber Heidi, Meinisberg
Roth Elsbeth, Grindelwald
Schibli Agnes, Widen
Schilling Franz, Frick
Vanossi Ettore, Morcote
Zampatti Cleto, Brusio
Zoller Dolores, Au SG
Zumtaugwald Martin, Randa
Zürcher Madeleine, Oberentfelden

PostFinance

Arnez Juan, Bern
Ballmer Paul, Olten
Braschler Hedwig, Bern
Joss Heinz, Bern

Kocher Katharina, Bern
Léchet Fred, Bern
Messerli Margrit, Bern
Milani Leila, Bellinzona
Pernet Chantal, Bulle
Saudan Josiane, Bulle

CarPostal

Bregnard Laurent, Develier
Bruhin Peter, Winkel
Bühler Viktor, Aarau
Camenisch Ignaz, Ilanz
Fässler Urs, Hausen am Albis
Inauen Josef, St. Gallen
Lienhard Ernst, Frick
Rais Bernard, Basel
Recordon Gaston,
Yverdon-les-Bains
Senn Heinrich, Möhlin
Wyss Andreas, Aarau

Swiss Post Solutions

Tarnutzer Werner,
Zürich-Mülligen

75ans

Di Nardo Maddalena, Zürich (23.01.)
 Durussel Albert, Lausanne (08.01.)
 Fischer Giorgio, Cavergnio (20.01.)
 Fischer Léo, Genève (04.01.)
 Gygax Ernesto, Lugano (31.01.)
 Halvax Kurt, Bolligen (27.01.)
 Heller Hedwig, Brislach (29.01.)
 Insolia Grazia, Zürich (18.01.)
 Kälin Louis, Bennau (27.01.)
 Kast Anna, Arosa (20.01.)
 Loosli Rosmarie, Blankenburg (04.01.)
 Maissen Nicolaus, Arosa (06.01.)
 Meier Moritz, Muttentz (19.01.)
 Meury Angela, Blauen (06.01.)
 Mivelaz Michel, Villars-le-Terroir (19.01.)
 Morard Jean-Pierre, Fribourg (13.01.)
 Pelloni-Domenighetti Ottavio, Piazzogna (16.01.)
 Perler Alois, Bitsch (04.01.)
 Ramel Werner, Birsfelden (22.01.)
 Raymondaz-Guignard Samuel, Vaulion (21.01.)
 Savary Francis, Genève (17.01.)
 Schär Fritz, Luzern (10.01.)
 Schärer Dominik, Muri AG (30.01.)
 Schmidlin Bruno, Ettingen (20.01.)
 Seglias Venantius, Domat/Ems (16.01.)
 Thomas Ulrich, Winterthur (18.01.)
 Togni Adrien, Petit-Lancy (29.01.)
 Vaquin Rémy, Sion (31.01.)
 Wandfluh Fritz, Kandergrund (23.01.)
 Wichert Ernst, Altendorf (11.01.)
 Winzeler Margrit, Winterthur (11.01.)
 Zbinden Josef, Rechthalten (28.01.)

Ackermann Josef, Tafers (27.01.)
 Ansermoz-Schenk Sylvia, Lausanne (18.01.)
 Aregger Walter, Zürich (19.01.)
 Arni Edwin, Biezwil (29.01.)
 Aubert Michel, Bussigny-près-Lausanne (24.01.)
 Bleiker Bethli, Gossau (04.01.)
 Bleuler Peter, Küsnacht ZH (28.01.)
 Britschgi Constantin, Cham (05.01.)
 Cabalzar-Gratl Hilde, Samedan (25.01.)
 Chaperon-Théodoloz Henri, Nax (28.01.)
 Chervet Peter, Boll (09.01.)
 Clot Anne-Lise, Bougy-Villars (13.01.)
 Déruaz Michel, Choulex (19.01.)
 Ducommun Michel, Vétroz (18.01.)
 Dumoulin Gabriel, Savièse (28.01.)
 Fröhlicher Kurt, Bellach (21.01.)
 Garatti-Schneider Verena, Altstätten (09.01.)
 Gerber Hans, Iffwil (12.01.)
 Grätzer Alfred, Liestal (26.01.)
 Hess Marie-Theres, Luzern (11.01.)
 Hiltbrunner Otfried, Leuk Stadt (06.01.)
 Hofstädter Karl, Salgesch (13.01.)
 Hösli Anton, Haslen GL (20.01.)
 Inderbitzin Dominik, Arth (03.01.)
 Iten Esther Denise, Prangins (15.01.)
 Karlen Anne-Lise, Rougemont (02.01.)
 Kull Max, Gränichen (18.01.)
 Kündig-Gruber Johanna, Zürich (12.01.)

Langel Paul-William, Neuchâtel (30.01.)
 Leimbacher Bruno, Schönenberg an der Thur (05.01.)
 Macheret Jean-Louis, Grand-Lancy (08.01.)
 Manser Johann, Zürich (17.01.)
 Milimatti Mariangela, Locarno (12.01.)
 Pellanda Waldo, Osogna (11.01.)
 Pfeiffer Erich, Jona (11.01.)
 Rofrano Michelina, Italie (30.01.)
 Schmid Franz, Frutigen (20.01.)
 Schweighauser Maria, Allschwil (31.01.)
 Steinhauser Rosmarie, Chur (28.01.)
 Stockalper Paul, Grengiols (20.01.)
 Studer Hans, Meggen (26.01.)
 Thiémard Michel, Münchenbuchsee (20.01.)
 Trefzer-Jud Anna, Allschwil (10.01.)
 Tresch-Achermann Rosmarie, Amsteg (29.01.)
 Vögel Gottfried, Krummenau (11.01.)
 Waldner Ulrich, Ziefen (20.01.)
 Walser Hans, Gais (22.01.)
 Wermuth Marlies, Steffisburg (23.01.)
 Wüthrich Werner Otto, Bern (19.01.)
 Zahnd Bruno, Zollikofen (17.01.)
 Ziegler Elisabeth, Bolligen (23.01.)
 Zingg Walter, Kreuzlingen (10.01.)
 Züger Josef, Chur (31.01.)
 Zürcher Frédy, Loveresse (12.01.)

Présentez-vous!

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

Poste CH SA

Communication K11, Rédaction, Wankdorfallee 4, 3030 Berne

Nos regrettés*Personnel actif***PostMail**

Rey Aimé, Crans-Montana, né en 1957
 Tschabold Martin, Laupen BE, geb. 1965

PostLogistics

Kamber Bernadette, Härkingen, geb. 1957

Retraités

Achermann Anton, Kriens (1929)
 Aeberhard Alessandra, Cresciano (1938)
 Anderhub Xaver, Reinach BL (1951)
 Blanc Jean-Claude, Bern (1934)
 Chappuis Edmond, Villars-Mendraz (1930)
 Chierchia-Biundo Elena, Lengnau AG (1942)
 Dahinden Heinz, Nidau (1938)
 Dubuis Francis, Drône VS (1945)
 Duruz John, Pomy (1921)
 Equey Joseph, Romont FR (1945)
 Ersinger Albert, St. Gallen (1931)
 Fischbacher Jakob, Schlieren (1928)
 Gerber Fritz, Birsfelden (1933)
 Heggli Max, Rothenburg (1930)
 Herrli Ernst, Münchenstein (1930)
 Herzig Hans, Ebikon (1947)
 Jörg Werner, Steffisburg (1933)
 Kälin Josefina, Euthal (1929)
 Kaess Marie Louise, Basel (1929)
 Koller Albert, Haslen AI (1926)

Lötscher Adolf, Egerkingen (1946)
 Lüthi Werner, Oberburg (1932)
 Mologni Elio, St. Gallen (1943)
 Morganti Ermanno, Coglio (1926)
 Mumenthaler Ernst, Ostermundigen (1925)
 Muster Heinz, Untersteckholz (1934)
 Nidegger Henri, Genève (1934)
 Niedermann Gertrud, Dinhard (1936)
 Oberson-Frossard Léon, Marsens (1938)
 Planzer Hans, Luzern (1930)
 Plueer Franz, Schöffliisdorf (1938)
 Pralong Pierre, Evolène (1945)
 Räber Rudolf, Waltenschwil (1928)
 Riedi Anton, Trun (1914)
 Rohner Marlis, La Chaux-de-Fonds (1937)
 Rosselet Marceline, Neuchâtel (1928)
 Rubi Paul, Thun (1938)
 Rudin Friedrich, Ziefen (1927)

Rudolf Ruth, St. Gallen (1924)
 Scherrer Heinrich, Nesslau (1931)
 Schönhoff Rosmarie, Aadorf (1929)
 Schumacher Alfred, Buchs ZH (1926)
 Simonazzi Edouard, Monthey (1916)
 Steiner Niklaus, Basel (1971)
 Stucki Hanspeter, Bern (1952)
 Terzi Bruno, Italien (1941)
 Trösch-Dietzl Ernst, Langenthal (1938)
 Vial Jean-Marie, Tornay-le-Grand (1935)
 Vodoz Daniel, Cossonay-Ville (1946)
 Von Däniken Walter, Schönenwerd (1925)
 Wyss Markus, Wangen a. A. (1931)
 Zbinden Willi, Teufen (1926)
 Zingg Jacques, Porrentruy (1950)



Simplicité et système
La nouvelle vision de la Poste

Ma contribution pour la vision

«Dans les bases de distribution, nous essayons de faire les choses de manière simple et systématique: les processus de travail sont orientés vers la qualité du service, la rentabilité et l'offre de prestations. Mais nous ne sommes jamais vraiment dans la peau du client. Peut-être que notre travail – même s'il est bien fait – est perçu comme un peu distant et dépourvu d'émotions. Personnellement, pour toutes les activités que nous exerçons dans une base de distribution, j'aimerais parvenir à de nouveaux standards de référence capables de créer de l'émotion, de manière à ce que les gens se disent: «Wahou! C'est bien de travailler avec la Poste!»»

Silvio Bianchi

*Responsable de la base de distribution
PostLogistics, Cadenazzo*

www.post.ch/vision