

la Poste

4 / 2016

Pour nos collaborateurs

www.poste.ch/journal-online

P.P.
3030 Berne
Poste CH SA



Peter Hasler

Portrait d'un président en partance

Page 20

*Doris Leuthard
s'exprime sur
l'initiative
«Pro Service public»*

Interview – Page 12

*Dans les entrailles
du tunnel de base
du Saint-Gothard*

Reportage – Page 22

LA POSTE 
Dynamique jaune.

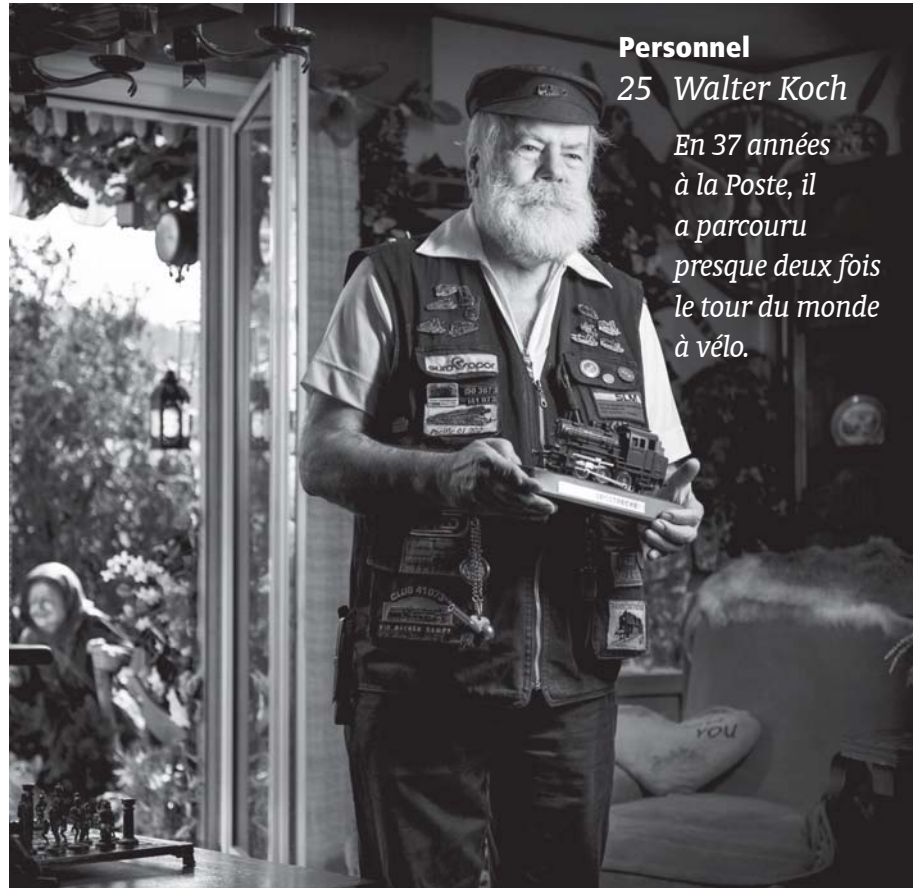


Pour les générations futures

«On a toujours construit le plus long tunnel du monde au Saint-Gothard», relève Charly Simmen. Le collaborateur d'AlpTransit Gotthard a consacré 20 ans de sa vie professionnelle au nouveau tunnel de base. Avec son ouverture le 1^{er} juin, le plus grand ouvrage de Suisse entre dans l'histoire (voir page 22). Les voyageurs circulant sur l'axe nord-sud profiteront de la nouvelle ligne de plaine, mais ils ne seront pas les seuls, puisqu'elle va surtout bénéficier au trafic de marchandises. Les trajets plus courts et les nouveaux horaires de départ sont aussi avantageux pour la Poste. Une occasion bienvenue pour poursuivre l'optimisation de la logistique. Les projets d'infrastructure comme celui du Saint-Gothard sont toujours construits pour les générations futures. L'expansion, le réaménagement et le maintien de l'infrastructure existante coûtent cher. Aux transports publics, mais aussi à la Poste. Raison pour laquelle la Poste doit être en mesure de réaliser des bénéfices. Notre dossier (voir page 10) vous en dit plus sur l'initiative populaire «En faveur du service public».

L. Freiburghaus

Lea Freiburghaus, rédactrice



Personnel

25 Walter Koch

En 37 années à la Poste, il a parcouru presque deux fois le tour du monde à vélo.

Actualités

6 Kaloka

Faire en ligne son shopping en vieille ville de Berne et recevoir sa marchandise le soir: c'est possible avec cette nouvelle plateforme.

Dialogue

16 Fatigue printanière

Tout savoir sur ce phénomène avec Francesca Siclari, cheffe de clinique et spécialiste du sommeil au CHUV, à Lausanne.

Les gens

20 Peter Hasler

Le président du Conseil d'administration de la Poste est sur le départ.

22 Reportage

Le nouveau tunnel de base du Saint-Gothard sera inauguré le 1^{er} juin. Il y a des billets pour la première traversée à gagner!



Dossier

10 Service public

Le 5 juin, les Suisses votent sur l'initiative «En faveur du service public». Doris Leuthard explique pourquoi le Conseil fédéral la rejette.



Votre avis!

Ce numéro du journal du personnel vous a plu? Communiquez-nous vous impressions! Scannez ce QR Code ou suivez le lien ci-contre.



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

On vieillit à chaque seconde

Les guides senior présentent aux visiteurs l'exposition «Dialogue avec le temps», à voir jusqu'au 10 juillet au Musée de la communication à Berne. Dès le mois d'août, le musée fermera ses portes pour une année.

Texte: Simone Hubacher

«L'offre d'emploi était amusante: on ne cherchait que des personnes de 70 ans et plus!» raconte Elisabeth Voegeli-Maeschi. Cette dame de 76 ans fait partie des 33 guides senior qui ont postulé et ont été sélectionnés, puis formés personnellement par les commissaires de l'exposition «Dialogue avec le temps». Bénévole au Musée de la communication depuis le mois de novembre jusqu'au 10 juillet prochain, elle accompagne avec entrain les visiteurs deux à trois fois par semaine pendant cinq heures. Sa motivation? «Comme nous n'avons pas de petits-enfants, je manque parfois d'obligations!», explique cette dame joviale, qui fut la première fille de Büren an der Aare inscrite au gymnase de Bienne et la première enseignante de l'école secondaire de Worb. «Plus tard, j'ai aussi été la première femme élue au Conseil communal», raconte-t-elle aux visiteurs.

Des chiffres impressionnants

«Nous vieillissons à chaque seconde, ce dont nous ne nous apercevons pas en temps normal.» Les mots de la vidéo, qui met en scène le vieillissement d'une femme en quatre minutes, appellent à la réflexion dans une société où les individus veulent paraître jeunes le plus longtemps possible grâce aux produits anti-âge. Mais les signes de l'âge ne peuvent être arrêtés. L'exposition met ainsi en avant les années positives et créatives qu'offre la vieillesse. Et elle surprend par les chiffres. Exemple: 91% des personnes aujourd'hui âgées de plus de 80 ans ne dépendent pas de soins (soins fournis par la famille non compris). Ou encore: en Suisse, 18,5% de la population a plus de 65 ans, alors que ce taux est de 25% au Japon.

Rien de plus ne sera révélé sur les autres postes de l'exposition, si ce n'est qu'elle mérite le détour! Les collaborateurs et les retraités de la Poste bénéficient d'une entrée gratuite sur présentation de la carte d'identité du personnel ou de la carte de retraité. Les grands groupes sont priés de s'annoncer! ■

Dialogue avec le temps est soutenu par la fondation Robert Bosch et le Generali Zukunftsfonds.

Musée de la communication
Museum für Kommunikation

**DIALOGUE
AVEC
LE TEMPS**

Quelle sera ma vie quand je serai vieux?*

13.11.2015 - 10.07.2016

*Demandez au guide senior Verena, 73 ans

Musée de la communication
Helvetiastrasse 16, 3005 Berne
www.mfk.ch

Soutenu par

UBS Stiftung für Soziales und Ausbildung

MIGROS
Kulturprogramm

LAPOSTE
swisscom

 www.mfk.ch/fr

Le Musée de la communication se renouvelle

Le 19 août 2017, le Musée ouvrira un nouvel espace avec une nouvelle exposition principale sur le thème de la communication. A l'avenir, les visiteurs pourront expérimenter, tester et explorer le thème de la communication sur près de 2000 mètres carrés. Des projections vidéo sur grand écran et des jeux interactifs seront au centre de l'exposition. Après plus de dix ans d'existence, le moment est venu de fermer les portes des expositions permanentes fort appréciées «Si près, si loin: l'homme et ses moyens de communication», «As Time Goes Byte: histoire de l'ordinateur et culture numérique» et «Des images qui collent: le monde des timbres». A voir jusqu'au 14 août 2016.



Bulletins mieux emballés

Les nouvelles enveloppes certifiées seront utilisées dès le scrutin du 5 juin.

Texte: Sandra Gonseth

Les communes politiques et les cantons pourront profiter de la nouvelle prestation avec enveloppe certifiée dès le prochain scrutin du 5 juin. Même s'il est beaucoup question du vote électronique, l'équilibre entre le passage aux urnes, le vote par correspondance et le vote électronique va se maintenir lors des votations, notamment en raison des exigences de sécurité.

Dépôt d'envois plus flexible

Lors d'une élection ou d'une votation à l'échelle nationale, la Poste traite près de cinq millions d'envois: un défi en raison du volume, mais

aussi parce que les enveloppes de transmission ne sont pas normalisées. Ainsi, des enveloppes peuvent se détériorer lors du traitement sur les machines de tri et ne pas parvenir à leur destinataire dans les délais. Le choix d'une enveloppe certifiée vise à éviter ces problèmes à l'avenir.

Les communes et les cantons qui utilisent la nouvelle enveloppe bénéficient par ailleurs d'une flexibilité accrue: «Désormais, les envois peuvent être livrés n'importe quel jour ouvrable avant le délai de distribution légal et la Poste les distribue à temps», explique Claude Bruderer, responsable de projet de la nouvelle

prestation «Envoi pour élections et votations» chez PostMail. Autres atouts: les frais d'expédition sont ceux des envois en nombre du courrier B et la quantité minimale a été supprimée, un avantage tout spécialement pour les petites communes. ■



3500 lampes LED pour Härkingen

D'ici fin 2018, les anciens néons des centres courrier seront remplacés par des lampes LED économes en énergie. Pour l'instant, des essais sont en cours à Härkingen.

Texte: Sandra Gonseth / Photo: Adrian Moser

Des essais vont bon train dans le centre courrier de Härkingen. Dès cet automne, l'ancien éclairage au néon sera remplacé en plusieurs étapes par un éclairage à diodes électroluminescentes (LED) moderne et à faible consommation électrique. Plus précisément, les sept kilomètres de rails d'éclairage existants vont être équipés de 3500 lampes LED. Les avantages de cette technologie sont évidents: les LED permettent de produire plus de lumière moyennant la même puissance. Par rapport aux lampes habituelles, elles consomment moitié moins d'énergie électrique. Enfin, avec 50 000 heures d'éclairage, elles affichent une durée de vie nettement plus longue que les vieux tubes fluorescents qui rendaient l'âme au bout de leurs 8000 à 15 000 heures de fonctionnement.

Moins de chaleur et de maintenance

Outre l'amélioration évidente de l'efficacité énergétique et la baisse des coûts, l'éclairage à LED a aussi des avantages pratiques: son intensité est variable et il éclaire à pleine puissance dès l'allumage. Il peut donc être adapté de manière optimale aux différentes zones des centres courrier, comme la production, le tri manuel, les rayonnages et les bureaux. De même, un système de com-

mande intelligent permet d'éclairer uniquement les endroits où se trouvent des collaborateurs. Des capteurs règlent également la luminosité en fonction des besoins et de la lumière du jour disponible. «Cela permettra d'économiser davantage d'électricité, surtout pendant les mois d'été, et de réduire la chaleur dans la halle», explique Beat Hänni, responsable du projet de mise en œuvre chez Poste Immobilier. Autre avantage: la maintenance. Grâce à la durée de vie de 10 à 20 ans des lampes, elle se réduit pratiquement au nettoyage.

Pas de problème d'accoutumance pour les yeux

Est-ce que les yeux doivent d'abord s'habituer à la lumière LED? «Non, répond Beat Hänni. Tant que le poste de travail est éclairé correctement, on ne se rend pas compte du type de technique qui génère la lumière. Les collaborateurs remarqueront tout de suite que tout semble plus clair sous les nouveaux éclairages», affirme-t-il.

Les petits caractères, par exemple, sont plus faciles à lire et les marques plus visibles. Si les essais se révèlent concluants, tous les centres courrier et logistiques de PostMail seront équipés à leur tour. ■



Echanger des idées à haute voix

Le deuxième événement «Silicon Valley meets Switzerland» a été l'occasion pour les start-ups suisses d'échanger des idées avec les représentants de l'économie. La Poste, sponsor principal de la rencontre, était au rendez-vous.

Texte: Benjamin Blaser

Fin mars, un vent d'innovation a soufflé au Technopark de Zurich. Des start-ups et des innovateurs internationaux se sont rassemblés pour partager leur expérience lors de conférences et de tables rondes, mais surtout pour répondre à une question essentielle: que faire pour rendre la Suisse plus attrayante aux yeux des entrepreneurs et les inciter à y fonder leur start-up? Le message clé de Rasoul Jalali, General Manager d'Uber pour la région germanophone (DACH): «L'innovation ne peut se faire que si nous n'avons pas peur de parler de nos idées et de faire du bruit.» La crainte de se faire voler son idée est largement infondée, car, au-delà de l'idée, c'est la meilleure façon de la mettre en œuvre qu'il s'agit de trouver aujourd'hui.

«La communication et la collaboration sont des facteurs importants pour apporter des idées novatrices en matière de prestations», souligne Thierry Golliard, responsable d'Open Innovation. C'est pourquoi la Poste collabore étroitement avec toute une série de start-ups externes. Cinq d'entre elles se sont présentées avec un stand sur place.



Une visiteuse au stand de BestMile.

BestMile

BestMile, spin-off de l'EPFL, a développé un logiciel pour la coordination de véhicules autonomes. Le programme gère l'ensemble du parc automobile comme une tour de contrôle. Premier client de BestMile, CarPostal teste des véhicules autonomes à Sion dans le cadre du projet pilote «SmartShuttle». www.bestmile.com

Notime

La start-up suisse Notime exploite une plateforme logistique qui redéfinit la distribution des colis dans les zones urbaines. L'accent est mis sur la plage horaire précise de la distribution le jour même (Same Day Delivery). La Poste teste ce nouveau type de distribution flexible dans le cadre du marché en ligne Kaloka. www.notime.ch

Yawave

La jeune entreprise Yawave utilise la dynamique des réseaux sociaux pour renforcer l'effet du marketing de recommandation. Elle connecte les canaux en ligne et hors ligne et permet des recommandations multicanaux. Yawave complète donc idéalement l'offre de marketing direct de PostMail. Elle permet

d'illustrer en ligne un envoi physique de marketing direct au moyen d'un code et de le diffuser via les canaux des réseaux sociaux. www.yawave.com

Locatee

Locatee aide les grandes entreprises à optimiser leur environnement de travail moderne. La solution logicielle Big Data permet d'analyser l'utilisation effective des espaces de travail d'une entreprise. Il est ainsi possible d'aménager au mieux l'environnement professionnel selon les besoins des collaborateurs, d'améliorer l'exploitation de l'espace et d'économiser des coûts. La Poste a mis en place Locatee Analytics depuis le début de l'année 2016 à EspacePost. www.locatee.ch

MOVU

Déménager sans stress d'un simple clic, c'est ce que promet MOVU. Les personnes préparant leur déménagement reçoivent cinq offres d'entreprises de déménagement et de nettoyage préalablement sélectionnées et peuvent comparer aussi bien les prix que les avis d'anciens clients. La réservation du service se fait ensuite directement sur la plateforme. La Poste intègre les prestations de MOVU dans un projet pilote de sa nouvelle offre déménagement «SmartMove». www.movu.ch ■

Publicité

Chères collègues, nous avons l'occasion de vous présenter un produit d'excellente qualité, qui saura vous ravir, ainsi que votre famille.

**Nombreuses teintes,
sans nickel et sans parabènes,
les produits n'ont pas été testés sur des animaux.**

Ce produit a été développé et produit à Milan.
Il convient parfaitement aux besoins des femmes modernes.
Le choix des teintes ainsi que les précieux ingrédients garantissent une parfaite résistance (pour le sport et pendant vos journées les plus longues) ainsi qu'une viscosité parfaitement équilibrée.

**Le rabais spécial exclusif pour les employés
de La Poste Suisse est incroyable : 33 %!**

Et la livraison est gratuite.
Vous pouvez payer en ligne de chez vous ou au bureau avec votre compte **Post Finance**. Nous sommes sûrs que vous apprécierez ce confort.



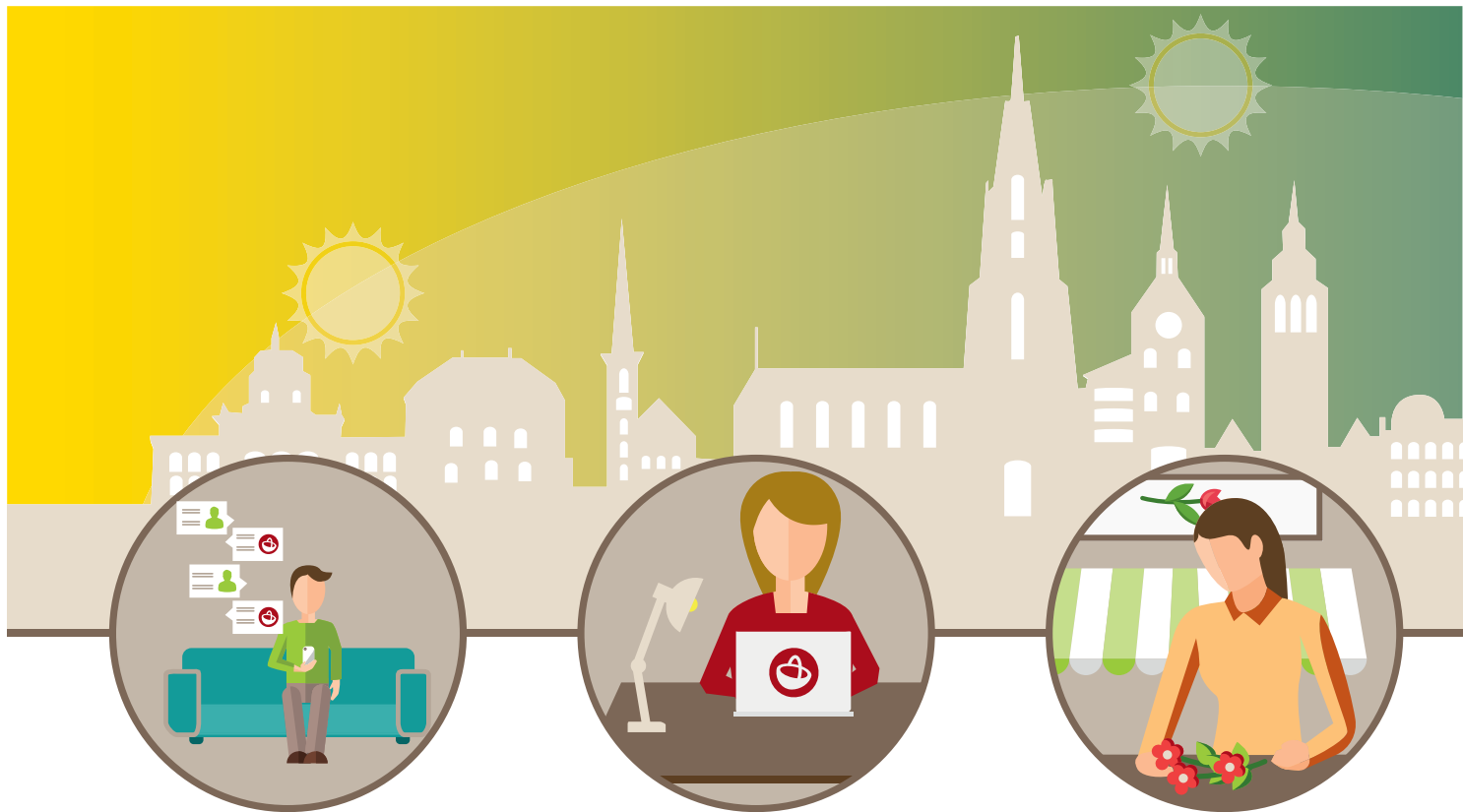
Pour profiter de cette opportunité,
rien de plus simple
utilisez le code de réduction POFI01
sur le portail en ligne
www.missdarling.ch

miss **darling**
make up Milano

«Avec Kaloka, il y a un aspect de

Le 29 mars, Réseau postal et vente a lancé Kaloka. Une plateforme permettant de «faire les petits magasins» bernois
Interview avec Frédéric Devrient, responsable New & E-Business chez PV.

Texte: Annick Chevillot / Infographie: Romana Arragone, Branders



Faire ses achats avec son mobile le matin et être livré le jour même, c'est ce que propose Kaloka grâce à un service à la fois local et global.

Imaginez le scénario suivant: vous connaissez Berne et ses commerçants locaux. Aujourd'hui, vous avez besoin de manière urgente d'un cadeau ou d'un accessoire, mais n'avez pas le temps d'aller en ville. Kaloka est fait pour vous! Si vous commandez un article avant 13 heures, il vous sera livré avant 16 heures et si vous commandez avant 17 heures, la marchandise vous sera livrée avant 20 heures (dans la région bernoise). Le tout à la force du mollet grâce au service de livraison en Cargovélo, de la start-up notime. L'article désiré n'est pas disponible sur la plateforme? Un service d'achats par SMS vous guide pour trouver l'objet désiré. Lancé par une petite équipe composée d'experts externes et de spécialistes marketing de Réseau postal et vente, le projet Kaloka s'appuie sur l'expertise acquise en ligne, notamment le Postshop. Quant à la partie logistique, elle a été développée en collaboration avec Postlogistics. Frédéric Devrient, responsable du projet tient beaucoup à l'aspect projet d'équipe: «Réseau postal et vente s'est beaucoup investi pour Kaloka. C'est bien plus une

succes story pour PV et la Poste dans son ensemble que pour ceux qui sont à la tête du projet.»

Une modestie tout à l'honneur de l'équipe qui pilote le projet lancé le 29 mars et qui sera mené jusqu'au 15 septembre. Alors, si vous transitez par Berne, n'hésitez pas à tester ce nouveau service local, mais global dans sa chaîne de création de valeur.

Comment est né Kaloka?

Nous avons eu envie de nous lancer sur un marché en ligne local avec une fonction «chat»: de quoi relier mondes physique et numérique. Parallèlement, Stefan Niederhauser, alors responsable chez IT, a proposé une idée similaire lors d'une présentation au groupe sur l'innovation. Il nous semblait dès lors logique de fusionner les deux idées.

A qui s'adresse Kaloka?

Aux habitants d'une ville et de son agglomération. Pour le projet pilote, nous avons choisi Berne et ses environs. Il s'agit de proposer

en ligne la même place de marché que celle où le chaland pourrait déambuler, mais qui, pour une raison ou une autre, n'est pas accessible physiquement. Notre cible privilégiée sont les 25-50 ans, qui ont du plaisir à découvrir leur ville autrement et à s'approvisionner chez leurs commerçants.

Pourquoi la Poste lance-t-elle un tel service?

Le développement de l'e-Commerce amène de nouvelles habitudes de consommation auxquelles il faut s'adapter. La Poste cherche à tester de nouvelles formes de logistique et de prestation, tant pour le client final que pour le commerçant. La Poste souhaite rester proche et en contact des habitants avec cette offre locale qui les met en relation. Et elle en profite pour renforcer ses compétences de base.

Quelles sont les étapes importantes du projet pilote bernois?

Nous avons d'abord testé l'an passé le concept du service par SMS, en interne sur trois semaines, puis cherché à savoir si les commer-

proximité qui me plaît»

en ligne, d'y commander des articles et de les recevoir le jour même.



çant seraient partants pour un tel service et une plateforme locale. Le résultat est allé au-delà de nos espérances. S'ils sont prêts à tenter l'expérience, la plupart des petits commerçants savent que nous n'avons pas encore développé la solution définitive. La phase actuelle d'apprentissages mutuels va nous être très utile pour améliorer Kaloka.

Si le test rencontre le succès, une implantation dans d'autres villes est-elle envisagée?

Il est prématuré d'évoquer un tel scénario. Avant d'y penser, nous devons vraiment savoir si un tel concept peut être viable: contrainte de temps, assortiments, disponibilité des produits, processus, attente des clients et des commerçants, flux financier, flux logistique, etc. Tout doit être testé avant d'évoquer d'éventuelles étapes ultérieures.

Quels sont les concurrents sur ce marché?

L'offre Kaloka telle que développée par la Poste – locale, incluant un service d'achats par SMS et un service de livraison quasi instantané –

n'existe pas. Il existe bien des plateformes dédiées à un type de fournisseurs, par exemple des producteurs bio qui se regroupent et livrent sur l'ensemble du territoire, ou d'autres plateformes plus généralistes et nationales, avec un assortiment très étoffé, sur lesquelles le client va rechercher le meilleur prix avant tout.

Et vous, quels espoirs nourrissez-vous pour Kaloka?

J'aime beaucoup ce projet et je pense qu'il ouvre de nouvelles perspectives de prestations encore plus adaptées aux besoins des clients et des commerçants. Il y a un aspect de proximité qui me plaît: je sais chez qui j'achète et je peux avoir confiance dans les systèmes mis en place par la Poste. J'espère que ce modèle de commerce local en ligne avec livraison quasi instantanée pourra se développer. ■

 www.kaloka.ch
www.notime.ch

Dans les coulisses d'un centre de tri

Texte: Simone Hubacher

Des visites guidées exclusivement destinées aux collaborateurs de la Poste seront organisées dans les trois centres courrier d'Eclépens, de Härkingen et de Zurich-Mülligen cette année aussi. L'an dernier, plus de 300 collaborateurs ont profité de cette opportunité pour se faire une idée du travail de leurs collègues chargés du traitement du courrier. Les participants se familiarisent avec les étapes du traitement du courrier au sein de l'unité Dépôt et Tri de PostMail, ainsi qu'avec le processus de création de valeur, depuis le client qui dépose l'envoi jusqu'au destinataire. L'arrivée des marchandises, la préparation des envois, l'entrepôt à hauts rayonnages, le tri, le vidéocodage, le conditionnement et la sortie des marchandises n'auront après plus de secret pour eux. Les visites guidées durent deux heures et ont lieu le soir. ■



Inscription via Intranet:
pww.post.ch/centre-courrier

La Poste récompensée

Texte: Simone Hubacher

La décision du jury des «Best of Swiss Web Awards» est tombée: la Poste remporte le prestigieux «Swiss Digital Transformation Award» pour les grandes entreprises. Le prix récompense ses prestations à l'interface entre les mondes physique et numérique, le nouveau portail de la Poste et son engagement dans le domaine de la transformation numérique. Chaque année, cette distinction est décernée à l'entreprise qui présente les progrès les plus marquants en termes de transformation numérique. Le portail de la Poste a décroché l'or dans la catégorie «Usability» et le «Master of Swiss Web Award», au titre de meilleur projet en ligne de l'année 2015. La campagne en ligne de PostLogistics «Shop ou Flop» a remporté l'or dans la catégorie «Online Marketing». Enfin, la campagne pour la clientèle privée «The Yellow Tour» s'est distinguée dans les catégories «Digital Branding Campaigns» (argent) et «Online Marketing» (bronze). ■



digitaltransformationaward.ch
bestofswissweb.ch

La Poste est désormais axée sur l'innovation

La Poste s'est vu décerner l'Award de la «Meilleure gestion des idées» à l'international par le Centre pour la gestion des idées et des innovations (ZI). Lorenz Wyss, responsable d'Ideation et de la Gestion des idées à l'échelle du groupe, a reçu ce prix le 2 mars à Berlin. Norbert Thom, membre du jury, a prononcé cet élogieux discours.



Pendant des décennies, j'ai observé attentivement le développement du système de propositions et de gestion des idées de la Poste, ainsi que le système de son prédécesseur. Au début des années 1990, j'ai préparé une thèse de doctorat sur ce sujet. Les résultats obtenus étaient décevants. A l'époque, pour quelque 60 000 collaborateurs, 300 propositions d'amélioration seulement avaient été soumises. Il régnait encore un vieil esprit de monopole et le pilotage du système n'était pas optimal. En 2007, la participation a augmenté de façon impressionnante: sur le même nombre de collaborateurs, 7000 propositions environ ont été faites. A cette période, la Poste a reçu le prix pour la meilleure idée de gestion dans sa catégorie (grande entreprise), attribué par l'Institut d'organisation et de gestion du personnel (IOP) de l'Université de Berne.

Aujourd'hui, tout est encore beaucoup plus impressionnant. Le jury du ZI a notamment observé que la gestion des idées faisait partie de la stratégie d'entreprise et était utilisée comme un instrument de développement de la culture d'entreprise. Il existe une interconnexion

entre gestion des innovations et gestion des idées. La gestion des idées inclut le système de gestion des idées (SGI), le processus d'amélioration continue (Kaizen) et le crowdsourcing (appels d'offres ouverts). La Direction du groupe est engagée de façon très active dans la gestion des idées. Il existe des objectifs clairs pour poursuivre leur développement. Le dossier de candidature pour le plus grand secteur (courrier) le démontre de manière convaincante. Le marketing autour de la gestion des idées est impressionnant. Citons par exemple l'«innovateur du mois», ou encore la «voiture SMART Postidea» que l'auteur d'une excellente idée peut



Professeur Norbert Thom, membre du jury 2016 du ZI et ancien directeur de l'Institut d'organisation et de gestion du personnel de l'Université de Berne.

«La directrice générale a pris sous sa responsabilité directe l'unité en charge de l'innovation, ce qui souligne son importance stratégique.»

utiliser pendant un mois. Les clients ont la possibilité de participer à un atelier Kaizen. Il existe un lien entre la gestion des idées et les décisions du personnel. La créativité des «champions des idées» peut représenter un tremplin de carrière. Aujourd'hui, les chiffres parlent d'eux-mêmes: 1634 propositions ont été transmises via le système de gestion des idées Postidea, 10 199 propositions plus modestes (incrémentielles) via Kaizen et 684 idées par crowdsourcing. Le 32 grandes idées commerciales, qui ont pu être présentées directement au comité de la Direction du groupe Innovation, nouvelles activités et développement durable, méritent une mention particulière. La gestion des idées

de la Poste ne cesse de se développer. Actuellement, par exemple, c'est au tour de «Postidea Mobile» d'être promu: un nouveau moyen d'enrichir le panel d'idées par le biais du téléphone mobile. Des «Boost camps» permettent de décider en quelques jours si une idée a ou non un réel potentiel.

Tous ces éléments

démontrent qu'il est possible de voir émerger une entreprise de services axée sur les innovations à partir d'une entreprise en situation de monopole sans réel dynamisme. La directrice générale a pris sous sa responsabilité directe l'unité d'organisation en charge de l'innovation, ce qui souligne son importance stratégique. ■



www.zentrum-ideenmanagement.de

www.iop.unibe.ch

www.postidea.ch

Innovateur Les meilleurs contributeurs sur PostConnect



Markus Peter (PM) et Peter Kalberer (PF) sont des utilisateurs assidus de PostConnect et incarnent une culture d'entreprise ouverte.

La plateforme de collaboration en ligne PostConnect est en service depuis bientôt un an. Un élément important de PostConnect est l'Echange de News, un canal de micro-blog ouvert où chaque collaborateur peut poster des contributions et commenter celles des autres. Markus Peter et Peter Kalberer sont les contributeurs les plus fréquents. Ils partagent ainsi leurs connaissances et informations en toute

transparence, car leurs contributions sont accessibles à tous les collaborateurs. Dans leur entretien vidéo, ils expliquent pourquoi ils utilisent l'Echange de News et donnent des astuces sur son utilisation. ■



Visionner le film en ligne:
www.poste.ch/journal-online



En bref



1 milliard

1



4



6

1 1 000 000 000

Le 6 avril 2016, les collaborateurs du centre colis de Härkingen (SO) ont franchi une étape importante: depuis la mise en service du centre en 1999, un milliard de colis ont été triés. Si cette prestation extraordinaire a été possible, c'est grâce au concours de collaborateurs motivés et qualifiés, mais aussi grâce à une technologie à la pointe de l'innovation.

2 SPS: réunion annuelle

Let's win big – tel était le mot d'ordre de la réunion annuelle de l'équipe de direction SPS, qui a rassemblé plus de 100 participants du monde entier. Inspirée par la situation de l'hôtel sur le Port de Hambourg, juste à côté du fameux marché aux poissons sur débarcadères de Sankt Pauli, SPS s'est fixé pour objectif de conclure d'importantes affaires, autrement dit d'aller pêcher de gros poissons. Les différentes phases d'un processus de vente fructueux ont été analysées. La directrice générale Susanne Ruoff a apporté sa contribution aux cadres dirigeants avec une présentation passionnante sur l'importance du suivi des relations.

3 Continuer à protéger le climat

En mars, la Poste a organisé l'apéritif du WWF autour du thème «Le monde et la Suisse suite aux accords de Paris sur le climat». Plus de 150 personnalités du monde politique, économique et associatif ont participé à cet événement. L'intervenant principal était Janos Pasztor, Sous-Secrétaire général aux changements climatiques au sein de l'ONU. Depuis 2009, la Poste est partenaire du WWF Climate Saver.

4 Journée Vente de PostMail

La Journée Vente annuelle a réuni les vendeurs de PostMail le 31 mars dernier à Aarau. John Charles, responsable des ventes, s'est montré satisfait des résultats des canaux de PostMail et a expliqué aux quelque 260 participants pourquoi, à l'avenir également, il fallait continuer à «réagir avec force» pour «surmonter les défis». L'animateur d'émissions culinaires Andreas Studer, alias «Studi», a lui aussi tenu l'assistance en haleine; sept ateliers sur différents thèmes étaient au programme. Moment fort de cette manifestation: la distinction, au cours de l'après-midi, des «Top Performer» de l'année dernière.

5 Bonnes notes pour la Poste

Le Conseil fédéral tire un bilan positif des prestations de la Poste: en 2015, avec les services postaux et ses prestations de services du trafic des paiements, elle a fourni son service universel à un niveau de qualité élevé et à des prix équitables. Dans son principal secteur d'activité, la Poste a su préserver ses parts de marché. Toutefois, le volume a encore baissé du côté des lettres adressées et des journaux distribués, a observé le Conseil fédéral. Avec 80 points sur 100, la satisfaction des clients est restée au niveau de ces deux dernières années.

6 La Cinquième Suisse à l'honneur

Un citoyen suisse sur dix est domicilié à l'étranger et ce nombre augmente chaque année. La plupart des expatriés entretiennent des liens étroits avec leur pays d'origine. A cet égard, l'Organisation des Suisses de l'étranger (OSE) joue un rôle majeur. Elle fête son centenaire en 2016. A cette occasion, la Poste émet un timbre spécial.



www.postshop.ch

«Faire du sport ensemble»



PostActivity Summer

24-25 juin 2016, Tenero

Le week-end sportif au bord du lac Majeur et ses 25 activités vous attendent, toi et ton équipe: kayak, planche à voile, boxe, danse du ventre, concours de cuisine et bien d'autres activités seront au cœur de cet événement. Inscris-toi maintenant!



Championnats de golf de la Poste

3 juin 2016, Oberburg

Le nouveau terrain de golf de 18 trous en Emmental accueillera ce printemps la 18^e édition des championnats de golf de la Poste. Le tournoi s'adresse au personnel de la Poste jouant déjà au golf. Il faut avoir un handicap pour pouvoir participer.



Agenda

**DAS ZELT –
Chapiteau
PostFinance**
29.4-7.5.2016, Bienne,
Expo-Park Nidau

BEA Cheval
29.4-8.5.2016,
BEA Berne

Un jalon essentiel po

Un service public fiable et performant est une condition clé pour garantir une qualité de vie par l'initiative «En faveur du service public» soumise en votation le 5 juin prochain.

Texte: Jacqueline Bühlmann

Le peuple suisse devra se prononcer le 5 juin 2016 sur l'initiative populaire «En faveur du service public», lancée par les magazines de défense des consommateurs «K-Tipp», «Saldo», «Bon à savoir» et «Spendere meglio». Les initiants demandent l'amélioration du service public qui, selon eux, s'est dégradé. Ils exigent que les entreprises fédérales comme la Poste, Swisscom et les CFF ne visent pas de but lucratif, renoncent aux subventions croisées au profit d'autres secteurs de l'administration et que la Confédération ne poursuive pas d'objectif fiscal dans ce domaine.

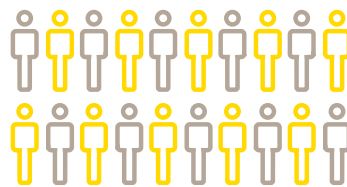
La Poste rejette cette initiative

Sur la scène politique, les initiants se retrouvent seuls à défendre leur requête. Le Conseil fédéral ainsi que le Parlement sont unanimes et recommandent de rejeter l'initiative. Tous les grands partis y opposent un refus. Jusqu'à présent, aucune association et aucun groupe d'intérêt ne s'est prononcé en faveur de l'initiative, pas même les associations de consommateurs. A l'instar de toutes les autres entreprises liées à la Confédération, la Poste rejette elle aussi fermement l'initiative. «Cette initiative ne tient pas ses promesses. Elle se dit «en faveur» du service public, mais en vérité elle va à son contraire», assure Susanne Ruoff, directrice générale. La Poste a besoin de réaliser des bénéfices. Ce n'est qu'à cette condition qu'elle peut maintenir et rénover les infrastructures existantes et investir dans de nouveaux services innovants. Rien que l'année passée, elle y a consacré quelque 437 millions de francs. «Seule la bonne santé économique de la Poste lui permettra de continuer de proposer des prestations attrayantes à sa clientèle et à la Suisse tout entière», souligne Susanne Ruoff.

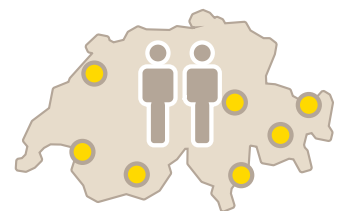
Un modèle de réussite

Le service public suisse d'aujourd'hui est un modèle de réussite. Toutes les parties et régions du pays sont bien desservies, disposent de bonnes infrastructures et profitent d'un service universel sur l'ensemble du territoire. En comparaison européenne, les prestations de la Poste atteignent des valeurs record en matière

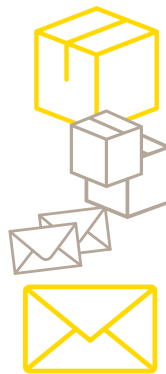
Les prestations de la Poste au service public



44 131
unités de personnel
2077
apprentis

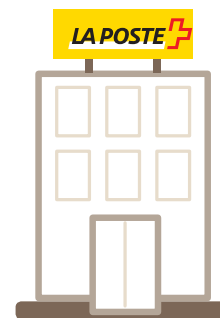


18 633
places de travail
dans les régions
périphériques



115 mio
de colis / an

2,2 mia
de lettres
adressées / an



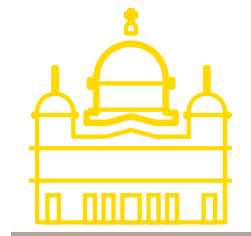
1464
offices de poste

735
agences postales

1295
services à domicile



1 mia
de transactions / an



291 mio de CHF
impôts et dividendes versés
à la Confédération,
aux cantons et aux communes

ur la Poste

élevée et la compétitivité. Du point de vue de la Poste, ces dernières sont menacées



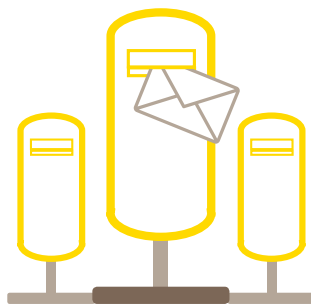
1 mio
de contacts clients / jour



145 mio
de voyageurs transportés / an



1,2 mrd
de journaux acheminés / an



14 823
boîtes aux lettres



437 mio de CHF
investissements



4,7 mrd de CHF
volumes des achats

Source: chiffres tirés du Rapport de gestion 2015, état au 31.12.2015

de qualité et de ponctualité. La Suisse dispose de l'offre de transports publics la plus dense qui soit. En outre, le pays est doté grâce à Swisscom du plus haut débit Internet garanti de toute l'Europe.

Liberté d'entreprise

Pour pouvoir réagir à l'évolution de la technologie et des exigences des clients, les entreprises proches de la Confédération ont besoin de liberté entrepreneuriale. Cette liberté est indispensable pour continuer à fournir un service universel de qualité sur l'ensemble du territoire, développer le cœur de métier et exploiter les opportunités de croissance et de développement des nouvelles prestations électroniques. Une acceptation de cette initiative nuirait au service public en Suisse tout comme à la Poste en tant qu'entreprise. Le trou qu'engendrerait l'initiative dans la Caisse fédérale entraînerait le démantèlement de prestations ou des augmentations d'impôts. Enfin, ces restrictions diminueraient la qualité de vie dans notre pays et menaceraient l'attractivité du pôle économique suisse. ■



Des questions? Ecrivez à:
politique@poste.ch

Evénements politiques

Souhaitez-vous approfondir le thème du service public ou en apprendre davantage sur le développement du réseau? Participez à nos événements «Poste et politique» destinés aux collaborateurs intéressés par les questions politiques. Le 29 avril à 16 heures à Winterthour ou le 2 mai à 16 heures à Lucerne. Programme détaillé: pww.post.ch/invitationposteeetpolitique
Inscriptions: politique@poste.ch

«La Poste met ses bénéfices au

Le Conseil fédéral rejette l'initiative populaire «En faveur du service public». Doris Leuthard, cheffe du DETEC, explique

Interview: Carol Mauerhofer / Photo: Marc Wetli

Pourquoi le Conseil fédéral est-il contre cette initiative qui s'engage, selon son titre, en faveur du service public?

L'intitulé ne tient pas ses promesses. Nous disposons aujourd'hui d'un service public de très grande qualité. Si l'initiative venait à être acceptée, il serait affaibli. Sans service public, la Suisse serait appauvrie et la cohésion de toutes les régions du pays serait menacée.

Les promoteurs de l'initiative indiquent qu'ils désirent surtout améliorer la qualité du service public. Un objectif louable, non?

Les initiants laissent entendre que le service public serait de mauvaise qualité. Pourtant, la Poste, les CFF et Swisscom proposent des prestations fiables et stables à des prix équitables.

Songeons par exemple aux cadences horaires dans le domaine des transports, à la desserte en cars postaux des vallées les plus reculées ou encore à la connexion Internet assurée jusque dans chaque cabane du CAS. Nous bénéficions d'un service universel que peu de pays connaissent.

L'initiative exige que les bénéfices réalisés par la Poste ne servent plus à alimenter la Caisse fédérale mais soient réinvestis pour ses propres prestations. Qu'en pensez-vous?

Sur ce point aussi, les arguments des initiants ne correspondent pas à la réalité. La Poste met ses bénéfices au profit du service public. Elle investit continuellement dans de nouveaux produits et technologies pour satisfaire encore mieux les besoins des clients.

Par exemple?

La Poste a considérablement développé ses prestations électroniques au cours des dernières années. Aujourd'hui, le client peut choisir s'il veut recevoir ses courriers sous forme physique ou par e-mail. Par ailleurs, la Poste est en concurrence avec d'autres entreprises. Si elle veut tirer son épingle du jeu, elle doit être innovante et investir en permanence. Et pour ce faire, elle a besoin de bénéfices.

Les conditions fixées par l'initiative permettraient-elles à la Poste d'assurer tout de même son mandat de service universel?


L'initiative enfermerait la Poste dans un carcan, avec pour conséquence une paralysie de ses services.

Elle ne serait plus incitée à fournir efficacement les prestations du service universel. Or le Conseil fédéral veut des entreprises de service universel innovantes et créatives qui, grâce aux technologies les plus récentes, proposent des prestations avantageuses répondant aux besoins des citoyens.



profit du service public»

pourquoi l'initiative met en péril le service public et renie les valeurs de solidarité et de compensation.



*«L'initiative
enfermerait
la Poste dans
un carcan, avec
pour conséquence
une paralysie.»*

*«Nous bénéficions
d'un service
universel que
peu de pays
connaissent.»*

L'initiative veut limiter les subventionnements croisés. En quoi sont-ils importants pour le service public?

Habituellement, les secteurs moins rentables du service universel sont financés par les bénéfices d'autres secteurs. Cette approche nous permet de proposer des prix uniformes. Un courrier d'Ouchy au quartier du Flon à Lausanne coûte autant qu'un courrier de Genève à Poschiavo. En d'autres termes, le concept même du service public repose sur la compensation et la solidarité. En s'en prenant aux subventionnements croisés, les initiants renient ces valeurs.

Comment la Confédération, les cantons et les communes compenseraient-ils les pertes de plus d'un milliard de francs engendrées?

Ces pertes devraient être comblées par des augmentations d'impôts ou une diminution des prestations. Dans les deux cas, ce n'est ni bon ni souhaitable pour les citoyens. Les initiants sont cependant prêts à prendre ce risque.

Les initiants condamnent le fait que la directrice générale Susanne Ruoff touche un salaire presque deux fois plus élevé que le vôtre en tant que conseillère fédérale. Cette différence de rémunération vous semble-t-elle justifiée?

Je ne compare pas mon salaire avec celui de Susanne Ruoff. Nos tâches sont complètement différentes. Entendons-nous bien: l'initiative a un impact sur la directrice générale de la Poste, mais aussi sur l'ensemble des employés de l'entreprise. Sur le marché du travail, l'entreprise est en concurrence pour les meilleurs spécialistes et cadres.

Nous disposons actuellement d'un service universel de bonne qualité et à des prix équitables pour toutes les couches de la population et toutes les régions. L'initiative pourrait-elle vraiment menacer ces principes de base du service public?

Il ne faut pas sous-estimer les conséquences d'une acceptation de l'initiative. C'est précisément parce que le service public constitue un trait distinctif de notre pays que nous devons nous en soucier. Les entreprises et le monde politique prennent cette responsabilité très au sérieux. Ils s'efforcent en permanence de procéder à des améliorations et adaptations.

Les collaborateurs de la Poste s'investissent au quotidien en faisant preuve d'un grand engagement pour leur entreprise. Quel message souhaitez-vous leur transmettre?

Je les remercie vivement de leur engagement. Je suis fière de leurs prestations et je déplore que les auteurs de l'initiative ne reconnaissent pas le haut niveau de ce travail. La Poste joue un rôle central pour le service public. ■

Le service public: un sujet abon

Ce que la population entend par service public va souvent bien au-delà de la définition que le Conseil fédéral donne du doit prendre pour se développer revient sans cesse au cœur des discussions et fait actuellement l'objet de débats en vue

Texte: Carol Mauerhofer

Ce que demande l'initiative:

- **«Les services avant le profit»**, tel est le credo des initiateurs: l'objectif des entreprises publiques doit être de garantir le bien-être de la population et non de générer des bénéfices les plus élevés possibles pour la Caisse fédérale. La Constitution doit être modifiée en conséquence.
- **Pas de but lucratif**: la Confédération et les entreprises liées à la Confédération, telles que la Poste, les CFF et Swisscom, ne doivent pas viser «de but lucratif dans le domaine des prestations de base».
- **Aucune subvention croisée**: dans le texte de l'initiative, il est exigé que la Confédération renonce au «subventionnement croisé au profit d'autres secteurs de l'administration». Cela s'applique également «par analogie» aux entreprises qui ont un mandat légal dans le domaine des prestations de base ou qui sont contrôlées directement ou indirectement par la Confédération.
- **Pas d'objectif fiscal**: pour les initiants, le versement de bénéfices de la Poste et de Swisscom sont des «impôts déguisés» pour la caisse fédérale. Ils exigent que la Confédération ne poursuive aucun objectif fiscal dans le domaine des prestations de base.
- **Adaptation des salaires**: d'après le texte de l'initiative, il faut que «les salaires et les honoraires versés aux collaborateurs [...] ne soient pas supérieurs à ceux versés aux collaborateurs de l'administration fédérale». Pour les initiants, il est incompréhensible que le CEO d'une entreprise gagne plus qu'un conseiller fédéral.

Les magazines de défense des consommateurs «K-Tipp», «Saldo», «Bon à savoir» et «Spendere meglio» sont à l'origine de cette initiative. Ces publications sont éditées par Konsumenteninfo AG.

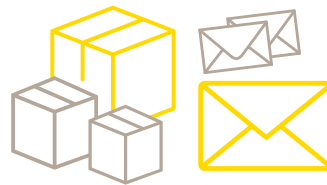


www.proservicepublic.ch

Que signifie la notion de «service public»? En Suisse, elle est utilisée de manière très générale, contrairement à ce qu'on observe en France ou en Belgique. Dans notre pays, le plus souvent, elle désigne les prestations pour la collectivité ou les prestations d'intérêt public. Autrement dit, différentes prestations d'infrastructure dans les domaines du transport, de l'énergie, de la poste, des télécommunications, des médias ou de l'eau. A cela peuvent s'ajouter les services dans le secteur de la santé ou de la formation.

Le Conseil fédéral délimite plus précisément la notion de service public. Il la définit comme un service universel sur l'ensemble du territoire comprenant des biens et prestations d'infrastructure. Ce service universel doit être de la même qualité pour tous les habitants et être proposé à un prix équitable. Pour ce faire, il faut tenir compte des besoins en constante

Un bon service public selon les colla



«Pour moi, c'est la fiabilité qui caractérise avant tout un bon service public. La dernière mesure des délais d'acheminement en janvier 2016 le prouve encore une fois! Même si certains attribuent une image négative à la Poste, elle est de loin plus performante que les autres entreprises postales européennes que je connais. Chez nous, même s'il y a parfois du retard, le courrier arrive toujours. Dans les autres pays, ce n'est pas forcément le cas. Mais la qualité a un prix.»

Carlo De Angelis, PostMail



«Grâce à ses prestations de transport de voyageurs, CarPostal contribue en grande partie à la desserte capillaire de la Suisse. Au centre de la toile, CarPostal assure la desserte vitale des villes, des agglomérations et des villages grâce à son réseau dense de lignes. Les cars postaux relient les gens entre eux.»

Retus Ruffner, CarPostal

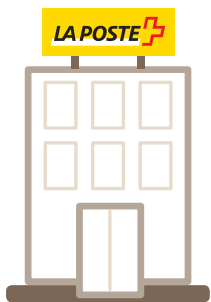
damment débattu

service universel. Un service public fort constitue la base d'une qualité de vie élevée en Suisse. La direction que celui-ci de la votation du 5 juin. Les revendications des auteurs de l'initiative et les arguments des opposants se font face.

évolution de la population et des entreprises. Le service public est financé par des tarifs, des redevances ou des subventions de l'Etat. La Poste fournit un service universel par ses propres moyens, le monopole résiduel pour les lettres jusqu'à 50 grammes contribuant à son financement. C'est la législation qui définit ce qui relève concrètement du service universel.

Sous la notion de «service public», la population entend souvent bien plus que ce que prévoit le mandat de service universel de la Confédération. Par exemple, les batteries de cases postales de la Poste n'en font pas partie, tout comme les tarifs de roaming largement critiqués de Swisscom. Néanmoins, la population perçoit ces prestations comme des éléments du service public. ■

borateurs de la Poste



«Le fait que de nombreux pays européens s'intéressent à notre système démontre la qualité du service public. Ce qui distingue la Poste, c'est qu'elle parvient à garantir une offre de prestations de haut niveau aussi bien dans les agglomérations urbaines que dans les villages de montagne. C'est unique! Lors de mes dernières vacances, j'ai eu l'occasion de discuter avec un responsable du centre logistique de la poste italienne à Milan, qui a loué notre système, sur lequel tous les pays européens devraient prendre exemple du point de vue de la fonctionnalité et de la fiabilité.»

Salvatore Murgida,
SecurePost SA



«La Suisse est la championne du monde des TP. Un exemple? Durant les mois d'été, le car postal me conduit tous les jours sur quatre cols des Alpes centrales à bord d'un véhicule moderne et confortable. Si j'en ai envie, je peux me déplacer toute la journée et profiter de la vue spectaculaire qu'offrent les glaciers, les sommets, les vallées et les lacs. Et ce gratuitement!»

Katharina Merkle, CarPostal

Ce que répondent les opposants et la Poste:

- **«Détruire le service public?»**, demandent les opposants. Le service universel est bon et doit le rester! L'initiative met en péril le service public qui fonctionne bien en Suisse. Elle est contreproductive, le «pour» du titre est trompeur.
- **Pas de but lucratif**: si les entreprises liées à la Confédération ne peuvent plus viser de bénéfice, elles ne peuvent plus en générer. Cela revient à supprimer les moyens d'investissement dans le service public et son développement.
- **Aucune subvention croisée**: une limitation du subventionnement croisé entraverait la solidarité entre villes et campagnes. C'est uniquement grâce au subventionnement croisé qu'un service universel sur tout le territoire est possible pour tous aux mêmes conditions, par exemple pour le transport régional des voyageurs.
- **Pas d'objectif fiscal**: sans les bénéfices de la Poste et de Swisscom, il manquerait près de 1,3 milliard de francs aux pouvoirs publics chaque année. Ces ressources sont aussi utilisées pour financer des prestations de service public importantes. Le déficit devrait être comblé sous une autre forme – par exemple des augmentations d'impôts ou une diminution des prestations.
- **Adaptation des salaires**: une acceptation de l'initiative aurait des répercussions sur l'ensemble de la chaîne des salaires des entreprises liées à la Confédération. Ces dernières sont des employeurs sociaux et modernes. Elles veulent continuer à payer à leurs collaborateurs des salaires appropriés.

Outre le Conseil fédéral et le Parlement (à l'unanimité), les syndicats, de nombreuses associations (SAB, Association des Communes Suisses, Union des villes, Union des Paysans, UTP, Litra, Konsumentenforum kf, etc.) et le monde économique (economiesuisse, Union des arts et métiers) recommandent de rejeter l'initiative.



www.servicepublic.ch

Sortez faire le plein de lu

La fatigue saisonnière touche de nombreux collaborateurs. S'ils sont ignorés, les symptômes chroniques peuvent au Centre d'Investigation et de Recherche sur le Sommeil, au CHUV à Lausanne.

Interview: Annick Chevillot / Photo: SAM-CHUV / Infographie: Romana Arragone, Branders

Réactions

Daniel Derendinger, PV

Un tour dans la nature et la fatigue printanière disparaît.

Bea Angela von Känel, PF

Pourquoi la ressentirais-je alors que le soleil brille chaque matin quelques minutes plus tôt? Un peu de sport, une alimentation équilibrée et une bonne dose d'humour, voilà de quoi éviter la fatigue saisonnière.

Wilhelm Stalder, SPS

La ressentir un peu nous fait du bien!

Frederick König, IT

Quand je dors trop longtemps et que je mange un repas chaud à midi, je suis fatigué même en hiver...

Karin Büttiker-Hirtl Karin, PV

Tout est une question d'état d'esprit!

Simon Betschart, PV

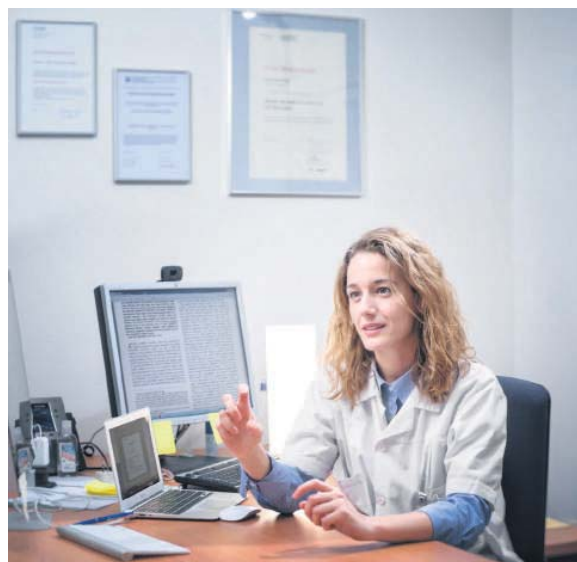
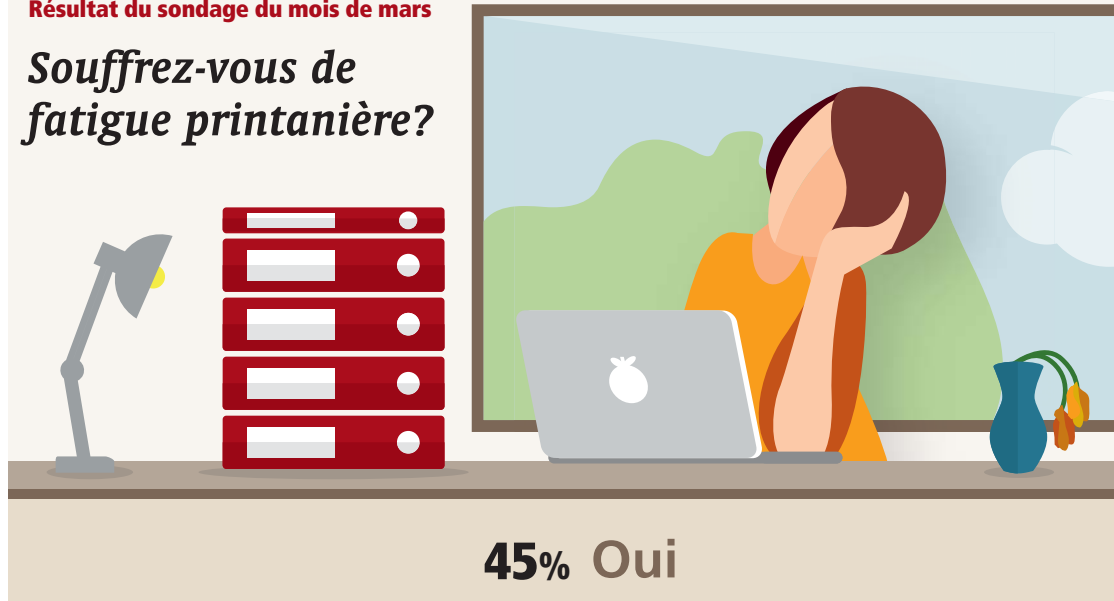
La plupart du temps, ce n'est pas simplement une question d'état d'esprit, mais plutôt une carence importante en vitamine D ou un faible taux de sérotonine qui provoque la fatigue printanière ou le blues hivernal. Une solution: mesurer le taux de vitamine D dans le sang, compenser les carences par une alimentation saine et des compléments alimentaires. Et le plus important: sortir chaque jour profiter de l'air frais et du soleil et rester en mouvement.

Andreas Ambühl Andreas, PM

Fatigue printanière, paresse estivale, déprime automnale, hibernation... Plus sérieusement: les saisons ont assurément une influence sur notre moral. Mais il est possible de surmonter ces effets grâce à une alimentation adaptée à la saison et de l'exercice en plein air. Je pense que le pollen est un plus gros problème, au printemps... Atchoum!

Résultat du sondage du mois de mars

Souffrez-vous de fatigue printanière?



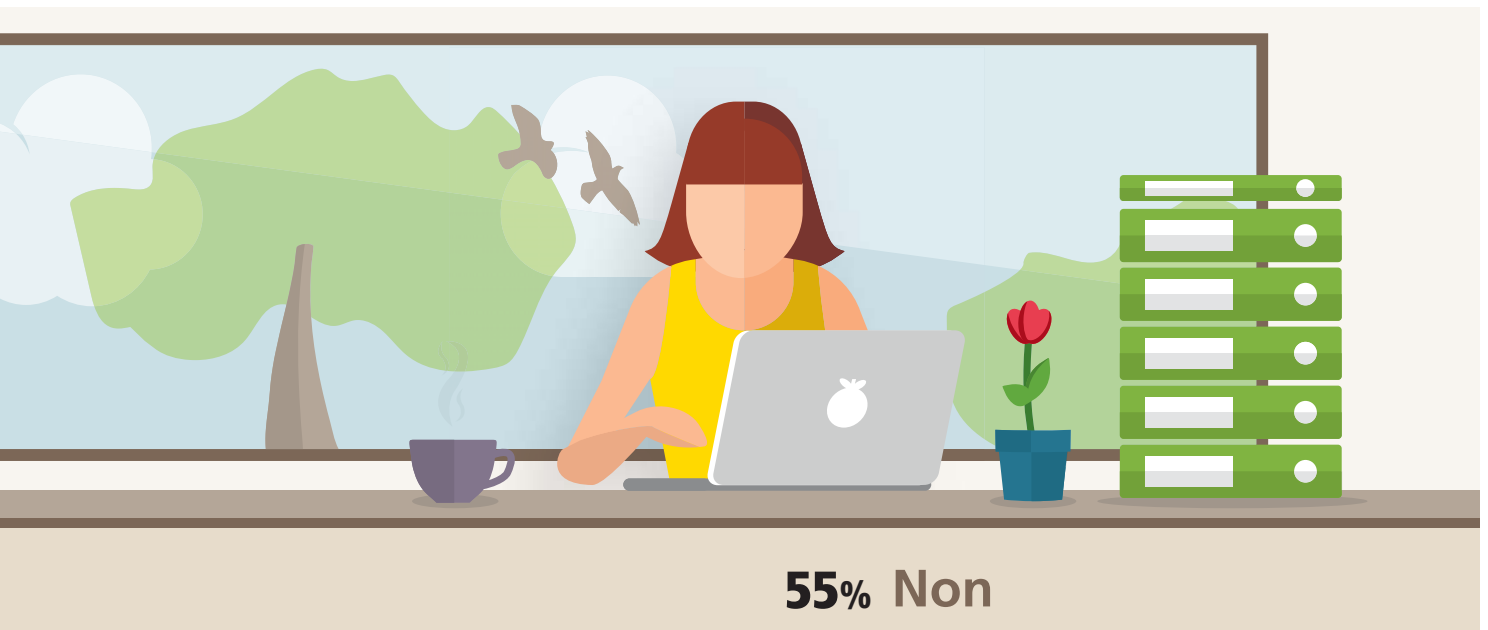
Francesca Siclari, cheffe de clinique au Centre d'Investigation et de Recherche sur le Sommeil, au CHUV à Lausanne.

45% des sondés se disent touchés par la fatigue de printemps. Pourquoi est-on plus fatigué au printemps?

Il y a plusieurs facteurs dans cette période de l'année qui peuvent influencer la fatigue. D'une part, il y a le changement d'heure fin mars qui peut perturber le rythme circadien. Nos habitudes jour/nuit se décalent légèrement: on va plus tard au lit et on peine à se lever plus tôt le matin, ce qui peut entraîner un manque de sommeil. L'organisme a parfois besoin de plusieurs jours pour s'adapter. A cela s'ajoutent les allergies saisonnières. Les personnes sensibles au pollen peuvent se plaindre de fatigue en plus des symptômes allergiques. Il y a donc des raisons concrètes à cette fatigue. Mais, heureusement, tout le monde n'est pas touché. A vrai dire, une bonne partie de la population ressent plus d'énergie au printemps grâce au retour de la lumière.

mière!

engendrer des risques sur le lieu de travail. On fait le point avec Francesca Siclari, cheffe de clinique



55% Non

Les gens touchés devraient donc s'exposer plus à la lumière pour améliorer leur état?

Oui. La lumière aide à synchroniser et à régulariser notre rythme veille-sommeil. Le matin, il faut sortir et faire le plein de lumière. Mais quand on manque de sommeil, cela ne suffit pas, il faut aussi dormir! Le seul remède efficace contre la somnolence est le sommeil.

Les employés ne peuvent pas vraiment faire une sieste à tout moment. Que faut-il faire si l'on doit travailler alors que l'on tombe de sommeil?

Si les symptômes persistent de façon chronique et malgré une durée de sommeil adéquate, il faut consulter, car il peut y avoir d'autres causes médicales de somnolence, comme les apnées du sommeil ou d'autres troubles. Il faut consulter rapidement si on est actif dans un environnement où les dangers

sont réels: déplacements en véhicule, travail sur des machines, transport de passagers, etc. Des études récentes ont même montré que certaines parties du cerveau «dorment pendant la veille» lorsqu'on manque de sommeil, et que cela entraîne des erreurs dans certaines tâches de concentration. De plus, la somnolence chronique et le manque de sommeil rendent irritable, impulsif, négatif.

«La qualité et la quantité de sommeil ont un impact réel sur la productivité»

Avant de consulter, que peut-on faire pour lutter contre la fatigue et la somnolence?

Eviter les repas lourds, sortir le matin pour

emmagasiner le plus de lumière possible, avoir des rythmes de sommeil réguliers, avoir une durée de sommeil suffisante et éviter les écrans lumineux (tablettes, smartphones) le soir.

Faut-il en parler à sa hiérarchie? Chose délicate puisque se plaindre de fatigue au travail suscite le plus souvent railleries et moqueries...

C'est vrai. Même certains médecins ont parfois tendance à banaliser les problèmes de fatigue. Pourtant, la science a fait des progrès dans ce domaine et on sait aujourd'hui que la qualité et la quantité de sommeil ont un impact réel sur la productivité. ■



www.chuv.ch/sommeil

Vous pouvez aussi vous adresser à: sante@poste.ch

La question du mois

Dois-je être disponible à tout moment pour mon supérieur?



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

ou par écrit à: La Poste Suisse SA, Rédaction «La Poste» (K14), Wankdorffallee 4, 3030 Berne

Le client de demain: une vision

Être présent là où sont les clients



Franz Huber
responsable Réseau
postal et vente

portement de notre clientèle. Notre devoir est d'identifier ces changements à temps et de réagir en conséquence.

«La Poste est indissociable de la Suisse. Elle est tellement ancrée dans le pays que j'ai parfois l'impression que le jaune est la couleur préférée des Suisses. Hier comme aujourd'hui, la Poste jouit de leur très grande confiance. Toutefois, l'évolution rapide des nouvelles technologies et la mobilité croissante de la population modifient les besoins et le com-

portement de notre clientèle. Notre devoir est d'identifier ces changements à temps et de réagir en conséquence. Pour les clients privés comme pour les clients commerciaux, recevoir des solutions en ligne 24 heures sur 24, rapides, simples, ainsi que des offres personnalisées, apparaîtra de plus en plus comme une évidence. Et surtout, les clients veulent avoir la possibilité de choisir. Ainsi, les clients privés privilégient-ils des produits et des prestations simples qui répondent à leurs besoins de façon optimale et correspondent à leur comportement – réaliser des opérations postales en déplacement par exemple. Les options ne cessent de croître, se diversifient et deviennent plus attrayantes. C'est pourquoi nous proposerons à l'avenir les bons produits, au bon moment, au bon endroit – physiquement, numériquement et 24 heures sur 24. Pour ce faire, nous continuerons à développer les points d'accès pour la clientèle. La charte de Réseau postal et vente résume parfaitement l'essentiel: nous sommes «simplement proches».

«Nous continuons à développer les points d'accès pour la clientèle.»

Les clients ne sont pas que de simples clients

Quelles sont concrètement les attentes futures de notre clientèle vis-à-vis de la Poste? Selon les sujets abordés, les exigences des clients peuvent être profondément divergentes ou très proches. Prenons le cas de notre clientèle commerciale: chaque entreprise est différente. Les demandes en solutions sur mesure vont donc se multiplier. Nous devons en développer et en proposer, tout en restant à l'écoute de la clientèle. Les besoins des clients et le savoir-faire de la Poste sont ici étroitement liés. Ils répondent aux exigences du monde numérique et physique, et seront synonymes de succès pour le client et la Poste. Ces solutions sont en général complexes et multidimensionnelles. Nous devons maîtriser cette complexité en interne et donner la sensation aux clients que tout est commode et facile.

Le réseau de demain

Nos clients commerciaux et privés sont passés à l'ère numérique depuis bien longtemps et leurs exigences nécessitent la transformation de nos sites à long terme, ainsi que la concentration de nos offres actuelles en un réseau multifonctionnel de points d'accès pour la clientèle. En dépit de la numérisation, les gens, les visages et les contacts resteront primordiaux pour nos clients. Grâce à la qualité de son personnel, la Poste ne manque pas d'atouts. Dans ce domaine, nous avons atteint l'excellence et faisons tout pour rester au sommet. En effet, la première entreprise capable d'orchestrer et de maîtriser la grande symphonie du monde physique et du monde numérique s'assure un avantage concurrentiel décisif. Et ce sera la Poste.

La transformation du réseau d'offices de poste traditionnels en un réseau multifonctionnel aux divers points d'accès pour la clientèle est-elle une bénédiction ou une menace? Selon vous, quelles chances et quels risques existe-t-il? Je me réjouis de pouvoir discuter de ces questions et de bien d'autres encore avec vous durant un chat en direct.» ■

Ce sujet vous intéresse? Posez vos questions en direct le 26 avril ou à l'avance à l'adresse suivante:
redaction@poste.ch



Le live-chat avec Franz Huber aura lieu le mardi 26 avril 2016 à 10h30:
pww.post.ch/livetalk

Fabio Segat

Head of Legal and Compliance chez Media Markt Suisse.



© Alessandra Leimer

Client de la Poste «depuis toujours – comme beaucoup de Suisses sans doute».

J'aime la Poste parce que:

«Elle me surprend sans cesse avec des solutions simples et pratiques qui s'intègrent parfaitement dans mon emploi du temps quotidien: émettre une procuration en ligne pour mon amie tard le soir, me tenir au courant par service SMS sur le statut d'un recommandé avec mon visa pour la Russie, payer des factures dans le tram avec Scan + Pay, ou encore transférer l'argent du pressing sur le mobile de mon amie après m'être facilement connecté dans l'App via Touch-ID.»

Son potentiel d'amélioration:

«Je souhaiterais pouvoir recevoir mes colis et mes recommandés de manière encore plus rapide, avoir un login unique plus simple et immédiat pour utiliser les services de la Poste, et recevoir des informations plus complètes sur les nouveaux services qui me facilitent le quotidien.»

L'homme par qui le calme est revenu

Peter Hasler, président du Conseil d'administration, remet son mandat le 26 avril. Soit le lendemain de son 70^e anniversaire. Retour sur ses six années passées à la Poste.

Texte: Annick Chevillot / Photo: François Wavre

Infos personnelles

*Peter Hasler, né le 25 avril 1946 à Neuhausen am Rheinfall
Domicilié à Grüt Gossau, près de Wetzikon dans le canton de Zurich.*

Marié, deux enfants adultes, quatre petits-enfants. Un chien.

Hobby: saxophone, jogging, vélo en été, ski de fond en hiver.

A fait son service militaire à Sion dans l'artillerie. A terminé sa carrière militaire en tant qu'auditeur trib. Div. 7 à la justice militaire.

Membre du parti Libéral-Radical (PLR) zurichois.

Docteur en droit de l'Université de Zurich.

Nommé secrétaire de l'Association patronale suisse de l'industrie des machines en 1974; il en devient le directeur en 1982.

Directeur de l'Union patronale de 1993 à 2006.

A été membre et président de 15 conseils d'administration, dont l'Hôpital universitaire de Zurich, la SUVA et la Caisse de voyage REKA.

L'homme qui nous reçoit est soigné: costume sombre, chemise blanche, cravate gris-bleu, lunettes acier. «J'attache de l'importance à ces questions d'étiquette et à cette tradition», lance-t-il. La tradition en question? Le port de la cravate au travail. «C'est important de rester professionnel et impeccable jusqu'au bout!» Le presque septuagénaire aime que les choses soient à leur place, bien ordonnées, bien hiérarchisées, bien agencées. Son bureau est spartiate et calme.

Tout le contraire de son regard et de son accueil. Chaleureux et direct, il s'enthousiasme dès qu'il s'agit de parler de la Poste. Ses mains s'animent, son regard pétillant: «Les impressions que je retiens de ces six années passées à la tête du Conseil d'administration? Des rires, du bonheur, de la joie, un travail d'équipe fabuleux, un climat serein. Et le mot qui symbolise ces six années? Le respect!» Ce dernier point est capital pour lui. Il en parle longuement. Le respect, la réciprocité, son statut d'exemple et l'envie de travailler ensemble lui importent autant que les résultats chiffrés de la Poste.

Les résultats parlent d'eux-mêmes. L'humain, lui, a besoin d'exemples, de modèles, de figures emblématiques. Il est de cette trempe-là: capable de donner une ligne, une vision et un but à quelque 62 000 personnes. «Mon plus beau résultat, c'est d'ailleurs celui-là: les collaborateurs! Les facteurs, les chauffeurs de CarPostal, les employés des centres de tri, etc. Ce sont eux qui sont et demeurent le véritable capital de la Poste. L'entreprise a une vision à long terme, ce n'est pas une start-up! Elle doit être durable et viser l'éternité, vraiment. Et ce n'est qu'en pouvant compter sur des employés motivés et engagés que la Poste connaîtra le succès

à long terme.» Peter Hasler évoque un climat d'entreprise globalement positif et a particulièrement apprécié toutes les rencontres faites durant son mandat: «Quel plaisir de se rendre sur tous les sites postaux et pouvoir dire merci aux employés!» Il en va du respect, de sa responsabilité et de son rôle d'exemple envers les personnes qui œuvrent chaque jour au succès de la Poste.

Cette sérénité actuelle est aux antipodes de l'ambiance qu'il avait perçue lors de son élection à la présidence de l'entreprise, le 10 janvier 2010: «C'était la tourmente!, se rappelle-t-il. Mais je suis arrivé et le calme est revenu. Immédiatement!» Son secret? Le respect encore une fois. «Lorsque l'on traite ses partenaires de discussions avec toute la considération voulue, le retour est toujours positif.» Entre 2010 et 2016, les mutations ont été nombreuses et n'ont pas été de tout repos. La Poste est devenue une S.A., la numérisation impacte tous les secteurs de l'entreprise, l'e-commerce déploie ses effets, le recul des lettres est persistant, les négociations de la nouvelle CCT ont été âpres, la notion même de service public est parfois contestée, etc. «Oui, les défis ont été nombreux. Je n'ai jamais eu peur d'agir. J'ai eu la chance de pouvoir participer à ces bouleversements de l'intérieur et d'en initier certains. Mais toujours avec calme et en équipe.» Faire bouger les choses et connaître les rouages de l'entreprise jusqu'aux plus petits détails, c'est aussi un moteur puissant chez ce commandant.

La semaine prochaine, il pourra enfin retirer sa cravate et cédera son bureau. «La perspective de découvrir un agenda allégé me réjouit.» ■



« J'ai été particulièrement heureux de travailler pour la Confédération et la population et de mettre en œuvre un service public excellent. »



Heinz Zech, conducteur CFF.



Charly Simmen d'AlpTransit Gotthard SA: «Nous pouvons être fiers.»



Tube Ouest du tunnel. Deux diagonales permettent aux trains de passer d'un tube à l'autre.



A la station multifonctions, on a davantage l'impression d'être dans un bâtiment industriel hydraulique qui produit de l'électricité pour 150 foyers.

High-tech souterrain

L'ouverture du nouveau tunnel de base du Saint-Gothard aura lieu le 1^{er} juin 2016. La Suisse alémanique et le Tessin se rapprochent, ce qui profite également à la Poste. Visite du plus long tunnel ferroviaire du monde.

Texte: Lea Freiburghaus / Photos: Annette Boutellier

Après avoir enregistré le numéro d'urgence et s'être muni d'un casque et d'un sac à dos contenant l'auto-sauveteur à oxygène, la traversée du grand chantier du tunnel de base du Saint-Gothard peut commencer. Il n'y a presque plus de trace des travaux. C'est d'ailleurs une bonne chose, car il ne reste plus que deux mois avant l'ouverture officielle.

L'ouvrage de tous les superlatifs

Le voyage en train jusqu'à la station d'arrêt d'urgence de Sedrun dure à peine dix minutes. Nous avançons à 220 km/h, pratiquement sans la moindre secousse. Ce qui témoigne de la qualité de la voie, fruit du travail de 125 ouvriers, qui pendant plus de trois ans ont installé 131 000 mètres cubes de béton et monté 290 kilomètres de rails, ainsi que

380 000 traverses monoblocs. 3200 kilomètres de câbles assurent l'alimentation en courant et 2600 autres kilomètres la transmission des données. Avant même de pouvoir monter la technique ferroviaire, il a fallu procéder à l'aménagement interne (consolidation, feuille d'étanchéité et voûte intérieure). Le tunnel a aussi été équipé de nombreux dispositifs mécaniques et électromécaniques: installations de ventilation, systèmes d'amenée d'eau et de drainage, installations de climatisation, de levage, portes, faux-planchers, constructions métalliques, installations électriques et de protection incendie. Quatre tunneliers ont excavé presque 75% du tunnel de base, puis le reste a été creusé par abattage traditionnel à l'explosif. Les deux tubes à voie unique de 57 kilomètres sont reliés par 176 galeries

transversales. Le système de tunnels complet (galeries et puits) s'étend sur plus de 152 kilomètres. Environ 28 millions de tonnes de matériaux ont été extraits lors de l'excavation, dont une grande partie a été utilisée pour fabriquer le béton. Le reste a permis d'aménager des îlots destinés à la protection de la nature et des îlots de baignade sur le lac d'Uri.

Mélange de nostalgie et de fierté

Arrivés à la station d'arrêt d'urgence, nous descendons du train. Un vent frais souffle. Difficile d'imaginer qu'au cœur de la montagne, les températures peuvent atteindre 37 degrés. Comme en situation d'urgence, nous nous rendons du tube Est à la station d'arrêt d'urgence dans le tube Ouest, en passant par la galerie d'évacuation d'environ 1,5 kilomètre. Nous



que dans un tunnel. Celle de Sedrun abrite même une petite centrale

Les abattages à l'explosif ont eu lieu à partir du puits I de Sedrun.

Le plus long tunnel ferroviaire du monde mesure 57 kilomètres et sera mis en service en décembre.

franchissons le puits de 800 mètres de hauteur, qui sert de canal d'air frais et de passage pour une amenée d'eau. Il abrite aussi un camion pour le nettoyage des canalisations et une petite centrale hydraulique qui produit de l'électricité pour 150 foyers. Ici, on a davantage l'impression de se trouver dans un bâtiment industriel que dans un tunnel. «Au début, il n'y avait rien, se souvient Matthias Wisniewski qui a travaillé dans l'industrie houillère jusqu'en 2003, avant de rejoindre AlpTransit Gotthard SA. Et aujourd'hui, on a un tunnel parfaitement opérationnel.» Charly Simmen, qui a rejoint le projet il y a 20 ans, résume: «Nous avons réalisé un tour de force en termes de qualité, de coûts et de délais. Nous avons de quoi être fiers. Mais maintenant que nous arrivons au but, je me sens aussi un peu nostalgique.»

Un tunnel, de nombreux gagnants

Avec l'ouverture du tunnel de base du Saint-Gothard, la vision d'une ligne de plaine traversant les Alpes devient réalité. Les 325 trains qui traverseront quotidiennement le tunnel dès décembre arriveront plus vite à destination. La suppression des dénivellations permettra de faire circuler plus de trains de marchandises: jusqu'à cinq par heure et par direction. Comme ils consomment moins d'énergie, la tonne de marchandises transportée sera moins chère.

La Poste en tire aussi un bénéfice. «Grâce au tunnel de base, nous allons gagner 20 à 50 minutes», souligne Fredi Gyger, responsable Transports et journaux chez PostMail. Peter Hirschi, Transports et achats nationaux chez PostLogistics, ajoute: «Comme nous avons des horaires de départ plus tardifs, nous pourrions transférer des transports de la route au rail. Nous saisissons aussi l'occasion pour optimiser encore les processus de tri au Tessin.» Chaque jour, deux trains transportent des colis depuis Härkingen vers le Tessin et deux autres dans le sens inverse, tandis qu'un train achemine du courrier.

Une heure et demie après l'entrée dans le tunnel, nous revoyons la lumière. Comment s'est passé le voyage? «Sans aucun problème, répond Heinz Zech, conducteur de train CFF et actuellement chargé des courses d'essai. Il faut faire preuve d'une grande maîtrise technique et savoir se débrouiller seul.» Telles sont, selon lui, les qualités qu'un conducteur de train doit posséder pour ces courses. Dans un premier temps, l'accès au tunnel de base du Saint-Gothard lui reste réservé, à lui et à ses collègues. Mais plus pour longtemps! ■



www.alptransit.ch

Concours

A gagner: 20 x 2 billets d'une valeur de 150 francs chacun pour la traversée du tunnel lors de la fête d'inauguration du 4 juin 2016, avec trajet aller-retour en transports publics offert (en 2^e classe) dans toute la Suisse. Envoyez un e-mail à redaction@poste.ch avec la mention «Gotthard». Veuillez indiquer votre adresse postale et votre numéro personnel ou votre numéro d'assuré (pour les retraités)! Date limite de participation: 30 avril 2016.

Fête populaire

Une grande fête d'inauguration aura lieu les 4 et 5 juin 2016 aux deux portails du tunnel. Au programme: premières traversées du tunnel, visites guidées, exposition interactive, spectacles, concerts et restauration avec des spécialités tessinoises et uranaises. La Poste est aussi de la fête: procurez-vous un exemplaire du timbre-poste spécial réalisé avec de la poudre de pierre du Gotthard ou prenez la navette autonome de CarPostal! www.gottardo2016.ch

Le tunnel de base à portée de main

Visitez la nouvelle exposition spéciale «NLFA – La porte vers le sud» au Musée suisse des transports à Lucerne. Avec entre autres un tronçon de tunnel grandeur réelle de 15 mètres de long. www.verkehrshaus.ch

Au cœur de la montagne

L'exposition au Forum de l'histoire suisse à Schwyz montre comment le Gotthard est devenu le principal axe de transit nord-sud en Europe. Avec un peu de chance, les visiteurs pourront même découvrir un cristal dans la «grotte du Saint-Gothard»! www.nationalmuseum.ch/jff/microsites/2016/Schwyz/Gotthard.php

La Poste des VIP

Joos Sutter

Directeur du groupe Coop



Le Grison est le chef du groupe Coop depuis 2011.

Interview: Simone Hubacher / Illustration: Jennifer Santschy

Pensez-vous que la Poste est une entreprise innovante?

Elle vit avec son temps et propose toujours de nouvelles offres innovantes. Nous sommes totalement convaincus par TWINT, le porte-monnaie numérique.

Vous connaissez donc TWINT, la possibilité de paiement par téléphone mobile?

Nous proposons à nos clients le paiement sans espèces grâce à TWINT. La Coop été le premier détaillant à miser sur cette possibilité de paiement numérique dès son lancement. Je suis ravi de voir que TWINT réussit à percer!

Et vous, l'avez-vous déjà utilisée?

L'application de paiement TWINT n'est malheureusement pas encore disponible sur Windows, mais dès qu'elle le sera, ce sera sans hésitation!

Avez-vous déjà essayé le WiFi dans un car postal?

Non, mais je l'essaierai lors de mon prochain trajet en car postal.

Envoyez-vous encore des cartes postales?

Très rarement. Mais mes fils envoient de temps en temps les cartes postales électroniques de la Poste, cette application (PostCard Creator) me plaît beaucoup.

A quelle fréquence utilisez-vous les points d'accès de la Poste?

Coop utilise la prestation IncaMail de la Poste pour envoyer les décomptes de salaire mensuels à ses collaborateurs. Moi aussi, je recours à cette prestation électronique et de temps en temps, je passe prendre un colis dans notre office de poste. ■

Publicité

UNE COUVERTURE OPTIMALE ET DES PRIMES AVANTAGEUSES POUR LES COLLABORATEURS DE LA POSTE

**Calculez la prime
dès maintenant
et obtenez une
offre!**

Vos avantages
personnels:

- Des primes plus avantageuses pour les collaborateurs de la Poste¹
- Le partenaire du même foyer en profite également
- En cas de sinistre, service d'assistance 24 h / 24, 7 j / 7

**zurichconnect.ch/
partnerfirmen**

ID: post
Code d'accès:
mailing

0800 857 857

Lu-ve de
8h00 à 18h00
Veuillez mentionner que vous êtes
collaborateur de
la Poste.



**ZURICH ASSURANCE.
POUR CEUX QUI AIMENT VRAIMENT.**



¹ L'offre est valable uniquement sous zurichconnect.ch/partnerfirmen ou par téléphone au 0800 857 857 pour l'assurance habitation et véhicules à moteur Zurich.

Editeur

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

Rédaction

Annick Chevillot (rédactrice en chef),
 Muriel Baeriswyl, Lea Freiburghaus,
 Sandra Gonseth, Stefania Grasso,
 Simone Hubacher, Claudia Iraoui,
 Catherine Riva, Sara Baraldi

Contributions

Benjamin Blaser, Annette Boutellier,
 Jacqueline Bühlmann, Dominic Büttner,
 Alessandra Leimer, Carol Mauerhofer,
 Adrian Moser, Jennifer Santschy,
 François Wavre, Marc Wetli

Traductions et corrections

Service linguistique Poste, Diana Guido

Layout

Branders Group AG, Zurich

Annonces

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

Impression

Mittelland Zeitungsdruck AG, Aarau

Photo de couverture

François Wavre

Reproductions avec autorisation écrite
 de la rédaction uniquement.

Abonnements/Changements d'adresse

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

Retraités:

Par écrit à la Caisse de pensions Poste,
 Viktoriastrasse 72, Case postale
 3000 Berne 22

Autres abonnements:

E-mail: abo@poste.ch
 Tél. 058 338 20 61

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

Adresses utiles

Service social: 058 448 09 09,
 servicesocial@poste.ch

Bourse de l'emploi Poste (AMZ):
 058 667 78 30

Fonds du personnel: 058 338 97 21,
 www.pfp-ferienwohnungen.ch



«La tournée de 1963 par le lac de Zurich gelé»

Walter Koch (75 ans) a multiplié les expériences en tant que facteur d'express, facteur lettres et facteur de mandats durant sa carrière à la Poste.

Interview: Sandra Gonseth / Photo: François Wavre

Quel était votre travail au service des express?

Nous devions distribuer les lettres et les télégrammes en trois équipes. Chaque équipe devait effectuer au moins 80 tournées, toutes à vélo. L'élection du «facteur le plus rapide de l'année» était aussi un grand moment. J'ai remporté trois fois ce titre, mais il faut dire qu'en adepte du vélo, je passais la plupart de mon temps libre sur une selle.

Avez-vous des souvenirs particuliers de votre période à la Poste?

Oui, le Tour de Suisse est passé par le quartier d'Oerlikon, à Zurich, où j'ai travaillé comme facteur lettres pendant 26 ans. Pour un cycliste passionné, qu'y a-t-il de plus beau que de voir la flamme rouge, ce dernier kilomètre avant l'arrivée, passer juste par sa zone de distribution? Le raccourci par le lac de Zurich gelé que nous emprunions pour la tournée de distribution, en 1963, a aussi été quelque chose d'incroyable.

Avez-vous aussi des anecdotes?

Nous déposions toujours nos sacs-lettres devant une boulangerie. Un jour, le boulanger les a pris

pour des sacs de farine et les a posés dans le magasin avant de partir en vacances. Une autre fois, j'ai reçu une amende de cinq francs car je m'étais arrêté boire un café pendant mon temps de travail. Heureusement que personne n'a appris que pendant la distribution du courrier au cirque Knie, il m'arrivait d'y suivre les répétitions.

Quels changements vous ont le plus marqué?

A partir du moment où les boîtes aux lettres ont été déplacées devant les immeubles, nous avons eu beaucoup moins de contact avec les clients. Chaque matin on contrôlait si nous étions rasés. J'ai vite trouvé cela complètement idiot et je me suis laissé pousser la barbe.

Pourquoi avez-vous pris une retraite anticipée?

A la fin, j'étais facteur de mandats dans le 1^{er} arrondissement de Zurich. Certains jours, j'avais presque 80 000 francs sur moi. Lorsque cette fonction a été supprimée, je n'avais plus envie de commencer quelque chose de nouveau. Au final, j'ai quand même parcouru presque deux fois le tour du monde au cours de mes 37 ans à la Poste. ■



RECYCLÉ

Papier fait à partir
 de matériaux recyclés

FSC® C005019

Fidélité à la Poste**45** ans**Immobilier Management et Services SA**Beyeler Markus, Biel/Bienne
Courtet Jean, Basel**PostMail**

Albertin Florian, Samedan
Albrigo Stefano, St. Gallen
Anghern Urban, Weinfelden
Bachmann Christian, Zürich-Mülligen
Bienz Rudolf, Aarau
Bitschnau Alois, Wil
Bösch Werner, Berneck
Brand Beat, Aarau
Braunschweiler Roland, Kaufdorf
Bretscher Hans, Steckborn
Burger Hans-Martin, Reinach AG
Dietrich Beat, Utzenstorf
Eymann José, Chailly-Montreux
Fäh Xaver, Wil
Fardel Alain, Ayent
Freymond Jacques, Lausanne
Gadient Werner, Rapperswil SG
Gerber Hans, Fällanden
Gottschalk Reto, Rapperswil SG
Hassler Albert, Chur
Hirschi Erich, Langenthal
Hofmann Rolf, Zürich
Huber Bruno, Flims Waldhaus
Hutter Karl, Buchs SG
Joseph Alex, Basel
Kehl Bruno, Berneck
Knellwolf Werner, Urnäsch
Kunz Verena, Bellach
Künzle Rolf, Sursee
Lienhard Walter, Aarau
Lüscher Hans-Rudolf, Hinwil
Marti Kurt, Bern
Meier Hans, Brugg
Neuhaus Hans Rudolf, Oensingen
Pfeifer Gottfried, Glattfelden
Reusser Peter, Thalwil
Rösti Eugen, Lenk im Simmental
Rubin Edwin, Rapperswil SG
Rüegg Rolf, Zürich-Mülligen
Rutz Peter, Gossau SG

Scherrer Niklaus, Zürich
Schmid Urs, Spiez
Schuler Herbert, Brunnen
Siegenthaler Walter, Herzogenbuchsee
Stähli Beat, Bern
Stoop Peter, Bern
Streich Fritz, Affoltern am Albis
Stuber Heinz, Spiez
Stutz Walter, Zürich-Mülligen
Weber René, Frick
Wermelinger Rudolf, Schönenwerd
Zigerli Alain, Bern
Zürcher Roland, Burgdorf

PostLogistics

Büschen Hans Jürg, Bern
Chassot Christian, Genf
Fahrni Gilles, Daillens
Fischer Bernhard, Basel
Fleury Jean-Louis, Biel/Bienne
Frei Heidi, Frauenfeld
Hübscher Peter, Härkingen
Hübscher Rolf, Härkingen
Koch Josef, Rothenburg
Lachat Daniel, Biel/Bienne
Meier Heinz, Härkingen
Meyer Bruno, Basel
Müller Kurt, Basel
Nussbaumer Josef, Liestal
Pieren Olivier, Boudry
Purro Pierre-Alain, Genf
Rickenbacher Paul, Rothenburg
Roos Patrice, Delémont
Strübi Max, Frauenfeld
Wettach Urs, St. Gallen

Réseau postal et vente

Garlagiu Carmella, Estavayer-le-Lac
Brühlmann Alice, Winterthur
Fehlmann Heinz, Staffelbach
Gehring Margrit, Neerach
Scheidegger Werner, Rohrbach
Urech André, Mellingen

PostFinance

Aeschbacher Kurt, Bern
Diemi Arnold, Bern

SecurePost

Bützberger Daniel, Oensingen

Chevalier Jean, Daillens
Pfluger Markus, Oensingen

40 ans**Technologies de l'information**

Anderegg Lukas, Zürich
Gertsch Markus, Luzern

Immobilier Management et Services SA

Demarmels Julius, Chur

Personnel

Thut Thomas, Bern
Zollet Hermann, Bern

PostMail

Albrecht Emil, Männedorf
Arlettaz Yvan, Collombey-Muraz
Bögle Walter, Schaffhausen
Bolli Armin, Schaffhausen
Bossert Gottfried, Schaffhausen
Brönnimann Urs, Härkingen
Buri Christian, Sulgen
Dietrich Thomas, Interlaken
Eicher Christoph, Uznach
Flück Bernhard, Härkingen
Freitag Peter, Schlieren
Grob Rolf, Schwanden GL
asenfratz Richard, Frauenfeld
Hasler Gottfried, Wil
Heimgartner Heinz, Veltheim
Kessler Thomas, Davos Platz
Krenger Beat, Ostermundigen
Lee Bruno, Zürich-Mülligen
Mathys Rudolf, Büren an der Aare
Mauchle Norbert, St. Gallen
Meier Verena, Winterthur
Müller Werner, Gossau SG
Plüss Markus, Zürich
Rennhard Urs, Mägenwil
Schneider Andreas, Oberwil BL
Schneider Ignaz, Chur
Schuler Kurt, Winterthur
Schwyter Marc William, Zürich-Mülligen
Stauffer Andreas, Ostermundigen
Steiner Oliver, Ostermundigen
Walter Heinz, Härkingen

Wiedmer Andreas, Zürich
Wildhaber Werner, Zürich
Wüthrich Peter, Härkingen

PostLogistics

Foltz Bernhard, Basel
Fust Stephan, Ostermundigen
Kuhnen Werner, Zürich-Mülligen
Suter Peter, Bülach
Wegmann Hans-Peter, Zürich-Mülligen
Zuppinger Peter, Zürich-Mülligen

Réseau postal et vente

Aebi Elsbeth, Bonstetten
Ferri Paola, Bubikon
Freund Christian, Marbach SG
Frey Albert, Niederhelfenschwil
Frischknecht Martin, Berneck
Gnäding Marianne, Ramsen
Kälin Albert, Wollerau
Kunz Maja, Boltigen
Leuenberger Andreas, Olten
Meier Maria, Birmensdorf
Morach Clotilde, Niedergösgen
Ryser Adelheid, Grenchen
Widmer Markus, Hombrechtikon
Windler Rebekka, Bern

PostFinance

Anliker Andreas, Bern
Arnold Roger, Bern
Egger Tom, Bern
Hälg Gerda, St. Gallen
Pöppel-Danzeisen Erika, Münchenstein
Schiesser Michael, Zofingen
Waldner Jean-Paul, Bern

CarPostal

Brändli Martin, Basel
Eschenmoser Jürg, St. Gallen
Maissen Roberto, St. Moritz
Schmid Werner, Winterthur

SecurePost

Nussbaumer Rolf, Bassersdorf
Pfändler Erich, Bassersdorf

Swiss Post Solutions

Fehr René, Zürich
Waeber Bruno, Bern

Retraite**Immobilier Management et Services SA**

Alt Charlotte, Münchenstein
Zraggen Emma, Andermatt

Personnel

Mallepell Elisabeth, Bern

PostMail

Aeby Bernard, Sion
Allet Joseph, Leukerbad
Arlettaz Yvan, Collombey
Bonjour Isabelle, Martigny
Cansever Annamaria, Zürich
Cereghetti Erica, Mendrisio

Cordoba Rita, Schlieren
Fischer Margrit, Basel
Frick Josias, Klosters
Fuchs-Strauss Yvonne, La Neuveville
Hungerbühler Albert, Pfäffikon SZ
Kalanaki Homayoun, Genève
Krummenacher Rita, Alpnach Dorf
Lista Ramon, Zürich-Mülligen
Loher Elisabeth, Oberriet
Marclay Bruno, Aigle
Petkovic Kaja, Ostermundigen
Saïdi Tatiana, Genève
Sala Angelo, Lugano
Saladin Levana, Basel
Scheuerer Michael, Zürich-Mülligen
Weber Brigitte, Bütschwil
Winkermann Werner, Zürich-Mülligen
Zinsli Magdalena, Andeer

PostLogistics

Köhli Hans-Rudolf, Daillens
Taiana Fabio, Effretikon

Réseau postal et vente

Ambauen Margrit, Stansstad
Bamert Pia, Pizolpark (Mels)
Bucher Brigitt, Dielsdorf
Gasser Johanna, Dietikon
Gassner Susanne, Nidau
Jelmorini Nadia, Minusio
Monney Chantal, Cheyres
Müller Ernst, Dietikon
Paroz Christiane, Les Genevez
Perrod Alain, Lausanne
Quadri Daniela, Tesserete
Rufer Roland, Hasliberg Goldern
Schnidrig Brigitte, Grächen

Uttinger Yvonne, Hombrechtikon
Vils Heidi, Greifensee

PostFinance

Morand Jacqueline Yvonne, Bulle
Wyrtsch Beatrice, Kriens

CarPostal

Fröhli André, Stechelberg
Houmard Samuel, Develier
Perret Claude Albert, Bussigny

Swiss Post Solutions

Amstalden Erwin, Zürich
Dubs Peter, Zürich
Grolimund Peter, Glattbrugg
Hinthal Ernst, Zürich
Moser Rita, Zürich



Concours

Connaissez-vous les bâtiments self-service où les clients commerciaux peuvent déposer leurs envois? Envoyez votre photo d'un de ces bâtiments à redaction@poste.ch. Nous publierons toutes les photos le mois prochain en ligne. L'auteur de la meilleure gagnera deux entrées à la BEA.

© Dominic Büttner

Le point d'accès du mois: l'office de poste PostParc à Berne

Avec plus de 3500 points d'accès, la Poste est à la disposition de ses clients sur tout le territoire suisse. Agence postale, automate à colis ou points PickPost: la Poste offre une variété de solutions pour répondre aux besoins différenciés de ses clients et leur offrir davantage de confort dans leurs opérations postales. Dans la gare de Berne, où près de 300 000 pendulaires passent chaque jour, elle a ouvert le plus grand office de poste de Suisse avec 18 guichets. Au PostParc, la clientèle bénéficie en outre d'horaires d'ouverture étendus de 7h30 à 21 heures en semaine, de 8 à 17 heures le samedi et de 16 à 21 heures. Une filiale PostFinance, deux Postomat, un guichet clients commerciaux, une batterie de cases postales et un automate My Post 24 complètent l'offre. ■

www.poste.ch/points-d-acces