

la Poste

5 / 2016

Pour nos collaborateurs

www.poste.ch/journal-online

P.P.
3030 Berne
Poste CH SA



*e-Commerce: trois ans
d'offensive postale*

Dossier – Page 10

Testez votre courage!

Actualités – Page 7

Hans von Allmen

**Le postier fait
résonner
les légendes
d'autrefois**

Page 20

LA POSTE 
Dynamique jaune.



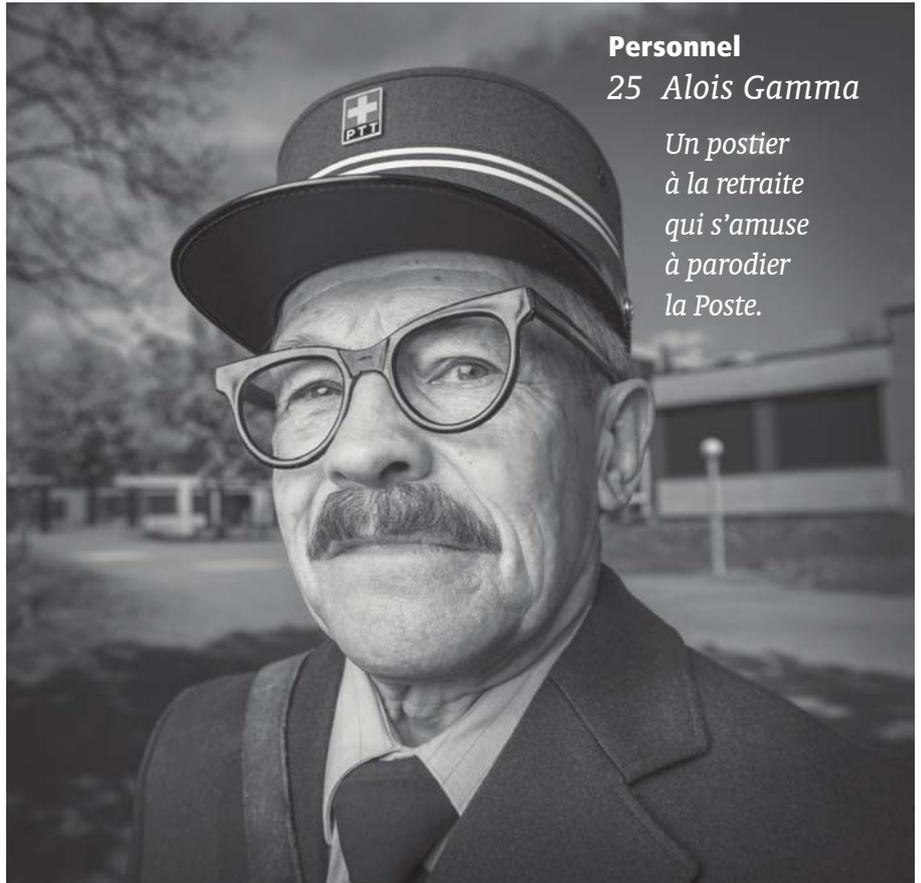
Demain

C'était mieux hier... La nostalgie imprègne encore de nombreux secteurs de l'entreprise. Les interviews que nous menons tous les mois (lire en page 25) sont la preuve tangible de l'attachement viscéral des postiers à leur travail, leur entreprise et leur rôle vis-à-vis des citoyens. Le passé possède des charmes tangibles que présent et futur peinent à combler.

En quelques années, les tâches et la manière de les accomplir ont profondément changé. La généralisation de la numérisation bouleverse tous les corps de métier, tous les savoir-faire. Ainsi, en trois ans, la Poste a développé ses offres dans les domaines de l'e-Commerce de manière assez spectaculaire (lire notre dossier dès la page 10).

Pour autant, le facteur qui distribue avec soin et amour son courrier quotidien existe toujours (lire en page 22). Tout comme cet ancien responsable d'office passionné (lire en page 20). Cette mue touche le cœur même des métiers de postier. Ingénieurs, informaticiens, techniciens hautement spécialisés sont de plus en plus recherchés. Demain sera ainsi fait de services technologiques de pointe glissés entre des mains habiles (lire en page 18). Le robot de présence (lire la page ci-contre) est un bon exemple de technologie de pointe mise au service des employés.

Annick Chevillot, rédactrice en chef



Personnel

25 Alois Gamma

Un postier à la retraite qui s'amuse à parodier la Poste.

Actualités

6 Nouveau président

Urs Schwaller succède à Peter Hasler et préside désormais le Conseil d'administration de la Poste.

7 Criminalité économique

Savez-vous quel est le bon comportement à adopter en cas de soupçon? Faites le test!

Dossier

10 e-Commerce

Dieter Bambauer, responsable PostLogistics, évoque trois ans d'offensive dans le domaine de l'e-Commerce.

Les gens

22 Le long du Doubs

Suivez Vincent Streullet sur la plus longue tournée de Suisse romande.



Dialogue

19 Florence Muriset

La gymnasienne d'Yverdon est cliente de CarPostal depuis l'école primaire.



Votre avis!

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



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

Présence virtuelle

Vous ne pouvez pas vous rendre à une réunion externe et Skype ne suffit pas? Aucun problème, IT Poste a une solution: le robot de téléprésence. Entretien avec Robert Käppeli, responsable Innovation IT.

Interview: Jacqueline Schwander / Photo: Béatrice Devènes

En quoi consiste ce robot?

C'est une situation que tout le monde connaît: pour de bonnes raisons, on ne peut pas être présent à une réunion à l'extérieur et Skype ne suffit pas. En cherchant des solutions simples, nous sommes tombés sur le robot de téléprésence ou «Avatar», comme nous l'appelons.

Comment fonctionne-t-il?

Un iPad lui fournit ses yeux et ses oreilles. Il se déplace comme un Segway et maintient son équilibre tout seul. Grâce à une app', l'utilisateur active et pilote facilement le robot à distance au moyen d'une tablette ou d'un smartphone. Il est donc présent physiquement à la réunion. Une connexion à Internet suffit.

Quels sont les retours du projet pilote?

Très positifs. Un robot piloté à distance détend tout de suite l'atmosphère. Son utilisation simple est tout à fait convaincante. Comme sa hauteur est réglable, il est possible d'avoir des conversations à hauteur de vue, que ce soit assis ou debout. Il n'a besoin d'aide que dans l'ascenseur et les escaliers.

Quand est-il judicieux de l'utiliser?

Ses possibilités d'utilisation sont presque illimitées. L'appareil a été utilisé pour intégrer une collègue de Lucerne lors d'une manifestation interne, par exemple. Elle a même pu participer aux conversations lors de l'apéritif dînatoire. Chez IT, un collègue a eu un accident et est resté absent pendant une longue période. Mais comme il voulait participer aux réunions importantes, il a utilisé l'Avatar. Et même à la réunion RH de cette année, le robot est entré en scène.

Une introduction est-elle prévue à l'échelle du groupe?

Il s'agit actuellement d'un essai pilote et un appareil est à disposition de tous les intéressés dans la région de Berne. Nous souhaitons ainsi identifier d'autres potentiels. Naturellement, nous apportons notre soutien lors de la première utilisation. Si vous souhaitez le tester, envoyez simplement un e-mail à avatar@poste.ch. Les autres idées d'utilisation sont les bienvenues, bien entendu. ■



Prix et données en bref

Poids total 7 kg

Vitesse 4 km/h

Hauteur 119 à 150 cm

Batterie temps de chargement: 2 heures;

autonomie: 6-8 heures

Rayon d'action partout dans le monde, là où il y a un accès à Internet

Prix dès 4000 francs (selon le modèle)



Un bout de Suisse en voyage

Le tunnel de base du Saint-Gothard sera inauguré le 1^{er} juin. Pour cette occasion historique, la Poste émet un timbre spécial unique en son genre.

Texte: Lea Freiburghaus

Doux comme la peau, parfumé au chocolat, brodé ou en or véritable: la Poste surprend toujours avec des timbres originaux. Pour l'inauguration du nouveau tunnel de base du Saint-Gothard, c'est un timbre avec de la vraie poudre de pierre de la montagne qui vient s'ajouter à la liste. Plus de 28 millions de tonnes de pierre ont été extraites de la montagne pour réaliser cet ouvrage. Un petit fragment de 15 kilos a été remis à l'imprimerie pour être appliqué sous forme de poudre avec de la laque spéciale sur les timbres spéciaux «Gottardo 2016». Les deux timbres spéciaux avec interpanneau, conçus par l'agence zurichoise Vaudeville Studios, montrent le relief du massif du Saint-Gothard. Les timbres spéciaux sont disponibles dans tous les offices de poste et sur PostShop (dans la limite des stocks disponibles). ■

Concours

Envoyez un e-mail à redaction@poste.ch avec la mention «Timbre Gottardo» jusqu'au 15 juin et participez au tirage au sort de cinq souvenirs d'une valeur de 19 francs et de 10 feuilles de timbres d'une valeur de 15 francs.



Film sur la fabrication des timbres
www.postshop.ch/gottardo



Partenariat social mis en péril

L'initiative populaire «En faveur du service public», soumise au vote le 5 juin prochain, est largement rejetée. Les syndicats s'y opposent résolument, eux aussi.

Texte: Chantal Fischer

L'Union syndicale suisse (USS) rejette fermement l'initiative populaire «En faveur du service public», comme elle l'a officiellement communiqué lors de sa conférence de presse le 3 mai dernier. A première vue, les exigences de l'initiative – un service élargi et pas de salaire démesuré pour les cadres – semblaient attirantes. Le projet «affaiblit cependant les sociétés d'infrastructure de manière conséquente, sans corriger aucun dysfonctionnement», souligne Dore Heim, secrétaire centrale de l'USS. Pour elle, les négociations salariales avec les partenaires sociaux sont menacées par l'initiative: le texte stipule que les salaires de tous les collaborateurs de la Poste doivent s'aligner sur ceux des collaborateurs de l'administration fédérale. Par consé-

quent, le Parlement aurait à statuer sur des augmentations de salaire annuelles. «Les syndicats ne pourraient plus du tout négocier les évolutions salariales.»

Le conseiller national et président de transfair Stefan Müller-Altermatt voit lui aussi les acquis syndicaux menacés: «La Poste doit rester un employeur attrayant et verser des salaires conformes au secteur à ses collaborateurs. L'initiative sur le service public remet cela en question. Elle met en péril les entreprises liées à la Confédération, mais aussi des milliers de postes de travail à long terme!» ■

Se faire du bien en faisant le bien

Le mois de juin est placé sous le signe du mouvement à la Poste. Soyez actifs, aidez la fondation Cerebral et gagnez de superbes prix!

Texte: Lea Freiburghaus

Etes-vous en forme? Faites le test! Le thermomètre du mouvement sur Intranet vous indique où vous en êtes au niveau force, endurance, souplesse et coordination. Et quelle que soit votre «température», faites quelque chose pour être en forme! Juin est le mois du mouvement. Le principe? Pratiquez au minimum 30 minutes d'activité physique pendant au moins 21 jours. Toutes les activités physiques qui accélèrent le pouls sont prises en compte: de l'entraînement de force au jardinage, en passant par la promenade. Les personnes qui atteignent cet objectif contribuent automatiquement à remplir la cagnotte au bénéfice de la fondation Cerebral. Pour chaque point de pourcentage de participants ayant atteint l'objectif, la Poste fait un don de 100 francs. Et puis, il y a de superbes prix à gagner!



Enfourcher son vélo pour aller au travail

Toute personne qui se rend au travail à vélo atteint rapidement les 30 minutes d'activité physique quotidienne. Ainsi, le mois du mouvement peut être idéalement combiné avec l'action de PRO VELO Suisse «bike to work». Formez des équipes de quatre personnes avec des collègues et inscrivez-vous en ligne. Avec de l'endurance et un peu de chance, vous ne gagnerez pas seulement une meilleure forme, mais peut-être aussi l'un des quelque 1700 prix d'une valeur totale de 130 000 francs. ■



www.post.ch/mouvement
www.post.ch/biketowork

www.biketowork.ch/post
PostConnect: Mois_du_mouvement_Juin

Publicité

GALENOS
Kranken- und Unfallversicherung
Assurance - maladie et accidents
Assicurazione - malattia e infortuni



Psssst...
...Top secret:

Economisez chaque mois sur les primes!

Le contrat collectif conclu entre La Poste et l'assurance-maladie et accidents GALENOS vous garantit des rabais avantageux sur les assurances complémentaires. Vous épargnez ainsi sur vos primes chaque mois, et ce jusqu'à 35%!

Le compte est bon!

10% rabais société
+ 5% rabais famille
+ 20% rabais bonne santé

= **35%** économie de primes!

Contactez-nous!
Tel. 044 245 88 88
info@galenos.ch

Urs Schwaller a été élu

Le nouveau président du Conseil d'administration de la Poste est avocat indépendant à Fribourg. Il a à son actif de nombreuses années d'expérience dans la politique nationale.

Texte: Dominic Bruce / Photo: Béatrice Devènes



Le 26 avril dernier, l'Assemblée générale de La Poste Suisse SA a élu Urs Schwaller à la présidence du Conseil d'administration de la Poste. Il succède à Peter Hasler, qui a quitté ses fonctions lors de l'Assemblée générale ayant atteint la limite d'âge fixée (70 ans). Urs Schwaller est né le 31 octobre 1952 à Fribourg et réside à Tavel dans le canton de Fribourg. Les étapes importantes de sa carrière professionnelle ont notamment été ses fonctions de chef de service à la Direction de la police du canton de Fribourg, de préfet du district de la Singine et de conseiller d'Etat

du canton de Fribourg, d'abord en qualité de chef du Département de l'intérieur, puis comme directeur des finances. Pendant de nombreuses années, il a siégé au Conseil des Etats pour le canton de Fribourg et présidé le Groupe PDC-PEV. Il a aussi été membre permanent de la délégation suisse auprès du Conseil de l'Europe à Strasbourg de 2011 à 2015. Urs Schwaller, avocat indépendant à Fribourg, a acquis son expérience en gestion d'entreprise au sein de différents conseils d'administration et associations. ■

Urs Schwaller a découvert les locaux du siège de la Poste à Berne.

Les stands font peau neuve

La Poste inaugure un concept modulaire en cinq éléments pour les foires et les salons.

Texte: Muriel Baeriswyl / Photo: Jiri Reiner



La devise «La Poste est là où tu en as besoin» vous invite à tester de manière ludique différentes prestations de la Poste sur cinq stands modulables, reliés entre eux par un concours. Faites-vous envoyer gratuitement à la maison les catalogues que vous avez collectés ou prenez la pose dans le studio photo mobile. Avec WebStamp, vous créez vos propres timbres personnalisés avec votre photo, ce qui ne manquera pas de faire sourire votre destinataire. Découvrez tous ces univers lors de cinq grandes foires grand public, dont le Comptoir Suisse à Lausanne, la Züspa à Zurich et l'OLMA à Saint-Gall. L'équipe du stand du salon se réjouit de votre visite! Les événements Postorama sont aussi l'occasion de se familiariser avec les différents éléments du nouveau concept de salon. ■

Depuis cette année, la Poste est présente dans les salons avec un concept modulaire reliant différents univers.

Testez votre courage!

Les cas de criminalité économique en Suisse sont plus nombreux que jamais et dans ce domaine, des scandales font régulièrement les gros titres. Faites le test pour vérifier si vous vous comporteriez correctement en cas de soupçon à la Poste et si vous oseriez prendre vos responsabilités en conséquence.

Texte: Muriel Baeriswyl / Illustration: Denis Kormann



1. Votre unité doit attribuer un ordre d'une valeur de 180 000 francs. Vous avez demandé trois offres qui se situent dans la même fourchette. Votre chef connaît personnellement l'un des fournisseurs et le choisit. Comment réagissez-vous?

- A J'en parle à mon chef.
- B Je signale anonymement le cas à Poste Courage.
- C Je ne fais rien, son comportement est acceptable, après tout, c'est lui qui en assume la responsabilité.

2. Votre unité est en cours de réorganisation. Votre supérieur se comporte injustement dans la réattribution des postes. Comment réagissez-vous?

- A Je m'adresse à Poste Courage.
- B Je m'adresse au Conseil RH.
- C Je cherche le dialogue avec mon supérieur.

3. Votre collègue tombe malade, mais doit encore accomplir une tâche urgente et vous demande de l'aider. Mais vous n'avez pas accès à son ordinateur. Il vous donne donc son mot de passe. Comment réagissez-vous?

- A Je lui fais remarquer qu'il n'agit pas correctement et je refuse le mot de passe. La tâche reste en attente.
- B Je m'adresse à Poste Courage.
- C J'utilise le mot de passe et l'aide volontiers.

4. De nombreux achats importants sont effectués dans votre unité. Votre supérieur est donc souvent invité au restaurant ou à des événements sportifs ou culturels par des fournisseurs, ce qu'il accepte volontiers, car il trouve important de soigner ses relations. Qu'en pensez-vous?

- A J'aimerais avoir cette chance aussi.
- B Je m'adresse à Poste Courage.
- C Je lui dis qu'aujourd'hui les invitations de la part de fournisseurs sont délicates.

5. Le résultat annuel de votre unité n'est pas optimal. Vous apprenez par hasard que le résultat est en train d'être amélioré à l'aide de quelques astuces comptables. Que faites-vous?

- A Rien, ils sont au courant de ce qui est légal.
- B Je discute de ce que j'ai appris avec un collègue de travail.
- C Je m'adresse à Poste Courage.

6. Votre collègue et vous travaillez dans la vente. Il souhaite à tout prix gagner un gros client et lui propose une grosse remise. Quel comportement adoptez-vous?

- A Vous discutez avec lui pour lui expliquer qu'avec une telle remise, ce client n'est plus rentable.
- B Vous vous adressez à Poste Courage concernant une éventuelle infraction au droit des cartels.
- C La manière dont mon collègue acquiert ses clients ne me concerne pas.



Vous trouverez les réponses sur:
<http://journaldupersonnel.poste.ch/fr>

Poste Courage: osez dénoncer les infractions économiques

Signalez un soupçon fondé de

- corruption
- infraction à la protection des données
- infraction au droit des cartels
- non-respect du Code de conduite
- ou tout autre comportement potentiellement illégal

www.poste-courage.ch

Maîtriser la question des adresses

Les données d'adresses de la Poste sont excellentes. Le Centre de compétences Adresses de la Poste permet de les exploiter de manière optimale. Le responsable Christian Stucki s'exprime sur un nouveau produit.

Texte: Lea Freiburghaus / Photo: Alessandra Leimer



Christian Stucki, responsable du Centre de compétences Adresses (CCA) à Kriens.

Selon les estimations, 850 000 personnes déménagent chaque année en Suisse. Près de 400 000 demandes de réexpédition sont déposées à la Poste, ce qui correspond à 600 000 personnes qui déménagent. Tenir les adresses à jour dans une base de données client n'est donc pas une tâche facile. La Poste est la seule entreprise à connaître chaque boîte aux lettres et chaque case postale. 13 000 facteurs collectent quotidiennement les adresses les plus récentes. Près de 2200 communes travaillent avec la Poste pour la définition des noms de rue et des numéros d'immeuble. En matière d'exploitation des adresses et des géodonnées, tout prédestine donc la Poste au rôle de prestataire de premier plan. «Nous voulons maîtriser la question des adresses en Suisse», affirme également Christian Stucki, responsable du Centre de compétences Adresses (CCA) à Kriens depuis 2013. Lui et son équipe de 34 collaborateurs sont organisés en tant que centre de profit propre et sont rattachés à PostMail. Grâce aux prestations dans les domaines du traitement d'adresses et des géodonnées, le CCA veut prévenir des retours, mais aussi gagner de l'argent. Car les retours coûtent cher à la clientèle et à la Poste. Pour pouvoir offrir aux clients des produits les plus simples et conviviaux possible, la gamme a été remaniée l'an dernier. De nombreuses prestations relevant du traitement, de la vérification et de la recherche d'adresses sont proposées. Mais aussi des solutions personnalisées en matière d'adresses et d'analyse de géodonnées. De nouvelles prestations arrivent progressivement sur le marché. Christian Stucki évoque le nouvel outil «Traitement d'adresses en ligne» et l'activité liée aux données de manière générale.

Que signifie le «Traitement d'adresses en ligne»?

Grâce à cet outil, il est possible de traiter simplement les adresses isolées tout comme les fichiers contenant jusqu'à 300 000 adresses. Les adresses sont analysées, corrigées, actualisées et leur délivrabilité est vérifiée.

Quelles sont les nouveautés?

Le «Traitement d'adresses en ligne» est un paquet global qui comprend l'ensemble des anciennes prestations de traitement d'adresses et aide à améliorer sensiblement la qualité des adresses des clients.

A qui est destiné le service en ligne?

Aux PME et aux clients privés. C'est une application standard avec une limite supérieure fixe. Les clients ayant des bases de données plus importantes pourront sélectionner dès sep-

tembre le produit «Traitement d'adresses via Webservice». Les données y seront actualisées automatiquement chaque jour dans le CRM via une interface intégrée.

Quel est l'avantage du «Traitement d'adresses en ligne» pour les clients?

Il leur permet d'éviter des retours coûteux et des recherches laborieuses. De plus, le service en ligne est simple à utiliser et requiert juste un compte utilisateur auprès de la Poste.

Combien coûte le produit?

La livraison des nouvelles adresses après un déménagement officiel et les informations sur des adresses non valables coûtent un franc par adresse. Les corrections, les communications sur la délivrabilité et l'identification de doublons coûtent quelques centimes par adresse soumise.

Comment la Poste a-t-elle obtenu ces données d'adresses?

Toutes les données d'adresses sont collectées directement par la Poste. Parmi les données que nous achetons, il y a par exemple les avis de décès publiés officiellement ou les données socio-démographiques.

Que se passe-t-il avec les données que fournit le client ?

Elle sont enregistrées pendant 60 jours puis supprimées. Si le client le souhaite, il peut enregistrer les données dans la gestion des adresses proposée par la Poste pour ne pas devoir les réimporter à chaque envoi.

Qu'en est-il de leur protection?

Les données sont protégées contre les traitements non autorisés par des mesures techniques et organisationnelles strictes. Le client décide seul qui a accès aux données dans son entreprise. La Poste traite les adresses des clients selon leurs directives et ne les mélange pas avec ses propres données d'adresses.

La Poste vend-elle les adresses aux clients commerciaux intéressés?

Non, nous ne faisons aucun commerce avec les adresses. Nous nous limitons exclusivement à la synchronisation et l'actualisation de données existantes dont le client dispose déjà dans sa base de données d'adresses. Pour l'actualisation d'adresses, la Poste n'utilise les adresses que si la personne concernée a donné son accord. ■

En bref



88,88%

1

1 88,88%

... des colis et petits envois ont été dédouanés correctement par la Poste, qui arrive ainsi en tête de tous les prestataires de dédouanement dans ce secteur. C'est ce que révèle le classement de l'Administration fédérale des douanes. Une des tâches de la Poste consiste à prélever les charges et redevances (TVA, redevances sur le tabac ou l'alcool) sur les envois à l'importation. La Poste se charge quotidiennement du dédouanement de 85 000 envois de ce type.

2 Découvrir la Suisse à prix spécial

Jusqu'au 12 juin 2016, il est encore possible d'acheter à prix spécial les cartes journalières pour un ou deux jours dans tous les offices de poste et sur postshop. Elles permettent de découvrir la Suisse avec ou sans demi-tarif. Toutes les cartes journalières pour un ou deux jours doivent être utilisées d'ici le 3 juillet 2016.



www.postshop.ch

3 Vibrez pour le foot: à vos fanbands!

Jusqu'au 10 juillet 2016, la Poste offre à ses clients un fanband de l'EURO 2016 à l'achat d'un produit non postal. Ces fanbands sont disponibles pour les 24 pays qualifiés. Il est possible aussi de les acheter au prix attractif de 90 centimes pièce dans tous les offices de poste ou en ligne.



www.postshop.ch



5

4 Alex Glanzmann responsable Finances

Depuis le 1^{er} mai, Alex Glanzmann est le nouveau responsable Finances et membre de la Direction du groupe. Il succède à Pascal Koradi qui a décidé de relever de nouveaux défis auprès de la Banque cantonale d'Argovie. Alex Glanzmann (46 ans) est entré à la Poste en 2005 et est responsable Finances dans l'unité du groupe PostLogistics depuis 2010.



6

5 Distinction pour l'histoire orale

Les Archives des PTT ont reçu une distinction de la Société des archivistes allemands en économie pour leur projet d'histoire orale. Dans le cadre d'un projet où les témoins d'une époque racontent leur vie professionnelle de l'époque, les archives documentent les transformations technologiques et sociales au sein des PTT. Le site web interactif a été créé en collaboration avec la Haute école des arts de Berne.



www.oralhistory-pttarchiv.ch

6 Une troupe RH flexible

La conférence RH de cette année était placée sous la devise «RH: une organisation inerte ou une troupe flexible?» Elle s'est concentrée sur des sujets comme l'innovation, la flexibilité et la numérisation. Une centaine de participants ont eu l'occasion de discuter, de tisser des liens et de profiter d'exposés passionnants dans un cadre plutôt inhabituel: le dépôt de trams de Burgernziel.

Faire du sport ensemble



Trekking sur glacier
2-3 juillet 2016, Kandersteg
Cet été, nous partons pour la quatrième fois en excursion avec un guide à destination de la cabane du Mutthorn par le Gasterntal et le glacier. Viens passer deux jours avec tes collègues au cœur d'un magnifique panorama de montagne.



PostActivity Summer
24-25 juin 2016, Tenero
Es-tu déjà inscrit(e)? Le week-end d'été de la Poste t'offre un large éventail d'activités garantissant découverte et plaisir: self-défense, voile, natation, beach-volley, longboard, concours de cuisine et bien d'autres. Tu peux encore t'inscrire jusqu'au 31 mai 2016.



Agenda

DAS ZELT
18.8-21.8.2016
Obersaxen, Meierhof

27.8-10.9.2016
Interlaken,
Höhenmatte

L'offensive e-Commerce de La Poste

De la distribution de colis le soir et le samedi à l'éventuelle utilisation de drones dans la logistique, de la notification

Textes: Simone Hubacher / Illustration: Branders Group AG



a Poste dure depuis trois ans

par SMS à la plateforme de shopping same day: l'offre e-Commerce de la Poste est vaste et va continuer de croître.



Mars 2015
TWINT, le porte-monnaie numérique



Juin 2015
Installation des automates My Post 24 dans les gares CFF



Juillet 2015
Tests de l'utilisation commerciale de drones dans la logistique



Octobre 2015
Test de distribution le dimanche. Login Post Connector, le login unique pour les boutiques en ligne. Aperçu des envois dans le Centre clientèle sur le site Internet, avec possibilité de gérer les envois manqués



Novembre 2015
Elargissement du réseau PickPost de 1700 à 2400 points de retrait. Réception et envoi de lettres recommandées via My Post 24



Février 2016
Réseau de 60 automates My Post 24 dans toute la Suisse



Mars 2016
Kaloka: plateforme de shopping same day pour Berne



A venir
Gestion complète de la réception des colis

Acheteurs en ligne: le boom

Quels ont été les investissements effectués par la Poste en matière d'e-Commerce ces trois dernières années? Où en est-on aujourd'hui et quels sont les plans pour l'avenir? Nous avons posé la question.

Acheter des billets d'avion, réserver des voyages, faire garder son courrier à l'office de poste pendant les vacances, commander des chaussures et même son repas du soir: les Suisses sont connectés une grande partie de leur temps, que ce soit via un ordinateur ou, comme de plus en plus de sondages l'indiquent, via leur smartphone ou tablette. L'e-Commerce est en plein boom et la tendance se confirme: en 2015, les Suisses ont totalisé pour 7,2 milliards de francs d'achats en ligne, soit 7,5% de plus qu'en 2014. Ces chiffres sont tirés de l'étude sur le marché suisse de l'e-Commerce en 2015, réalisée par l'institut d'étude de marché GfK. Ses auteurs décrivent les acteurs de l'e-Commerce comme confiants, tournés vers l'avenir et animés d'une véritable volonté de réussite. Près de 60% des entreprises interrogées telles que Manor, La Redoute, les CFF et TUI souhaitent augmenter leurs investissements par rapport à l'année dernière. Le positionnement est renforcé. Quant aux thématiques relevant de la communication avec la clientèle et de la conception de l'offre, elles sont passées en revue pratiquement tous les jours. Il en va de même pour la Poste qui a lancé sa propre offensive e-Commerce il y a trois ans, en juin 2013. Elle offre des prestations tout au long de la chaîne de création de valeur de l'e-Commerce (commercialisation, mise en place et exploitation des boutiques, paiements, logistique et suivi de la clientèle). Clients commerciaux et particuliers en bénéficient.

Besoin stratégique

«La Poste a su identifier à temps cette tendance et lui accorder une importance stratégique. En tant qu'entreprise leader dans le domaine de la logistique et du trafic des paiements en Suisse, nous nous sommes fixé pour objectif d'être aussi numéro un en matière d'e-Commerce. Nous avons ancré cet objectif dans la stratégie du groupe il y a trois ans. Nous pouvons aujourd'hui affirmer avec fierté que nous y sommes parvenus, explique Susanne Ruoff, directrice générale. La Poste constitue un véritable moteur d'innovation en termes d'e-Commerce. Elle a par ailleurs prouvé que la numérisation offrait de nouvelles opportunités pour renforcer l'activité logistique traditionnelle. L'e-Commerce est un exemple révélateur d'initiative réussie au niveau du groupe, toutes unités confondues. Et l'initiative s'inscrit directement dans ce que nous recherchons avec la nouvelle vision pour l'ensemble de la Poste: proposer à nos clients des solutions simples et convaincantes d'un seul tenant pour leurs questions complexes.»

Pour les clients privés

Outre l'offre complète tout au long de la chaîne de création de valeur, l'offensive e-Commerce de la Poste pour les clients privés inclut différentes prestations qui visent à faciliter la réception et l'envoi de colis et donc les achats en ligne. En mai 2013, la Poste a mis en place la distribution le soir et le samedi et en juillet 2013, pick@home, un service de prise en charge des colis retours. Depuis septembre 2013,

les envois manqués peuvent être gérés en ligne tandis que les automates My Post 24 ont fait leur apparition en novembre 2013. L'infographie des pages 10 et 11 donne une vue d'ensemble de toutes les nouvelles prestations des trois dernières années.

Pour les clients commerciaux

A la Poste, les clients commerciaux bénéficient de solutions complètes incluant le conseil, le marketing, les outils de commande et de paiement, la logistique et le service à la clientèle. La solution logistique YellowCube (lancée en mai 2014), qui prend en charge l'ensemble de la chaîne logistique du commerce en ligne, y compris la gestion des retours, représente une partie importante de cette offre.

Logistique, facteur clé

«La société mobile attend des prestations qui fonctionnent 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7», explique Dieter Bambauer, responsable de PostLogistics et membre de la Direction du groupe. La Poste n'est pas la seule à développer ses prestations: ses concurrents aussi s'y mettent. Elle doit donc redoubler d'efforts dans le domaine logistique et investir largement pour s'affirmer en tant que moteur de l'innovation. C'est la raison pour laquelle elle étend aussi son infrastructure. Pour traiter le volume de plus en plus important de colis (115 millions en 2015), la Poste a

ainsi équipé ses centres colis de Härkingen, Frauenfeld et Daillens de nouvelles installations de tri pour un total de 60 millions de francs. Les aménagements sont déjà terminés à Härkingen et Frauenfeld. Ce sera le cas à Daillens en automne 2016. Cette mesure doit permettre de traiter jusqu'à 25% de colis de plus dans les mêmes délais. Les augmentations concernent non seulement le volume des colis, mais aussi le nombre de colis Priority, car la rapidité de livraison est devenue un point essentiel.

D'après Dieter Bambauer, la Poste entreprend ces changements pour deux raisons: d'abord parce que le marché de l'e-Commerce est en pleine croissance et aussi parce que la concurrence est à l'affût. En effet, sur le marché de la logistique, du trafic des paiements et d'autres secteurs d'activité, la Poste est soumise à la libre concurrence. Seules des prestations intelligentes et de bonne qualité pourront convaincre les clients d'aujourd'hui et de demain. Ainsi, la Poste va prochainement introduire la gestion complète de la réception des colis. Et elle surveille de près le développement des drones. Fiction ou bientôt réalité? Ce nouveau type de livraison est encore en phase de test, mais recèle un potentiel évident. Surtout lorsque les conditions d'accès sont difficiles – typiquement les villages de montagne –, ou que la rapidité est un facteur déterminant – colis hyper urgents, pour le domaine de la santé par exemple. ■

«Seules des prestations intelligentes pourront convaincre les clients.»

Trois clients donnent leur avis

«Dans l'ensemble, nous avons une collaboration très étroite et très partenariale avec la Poste.»

Quelles sont les prestations de la Poste que vous utilisez en matière d'e-Commerce? En êtes-vous satisfait?

Nous expédions la majorité de nos envois par le canal colis. Nous utilisons surtout l'envoi Priority. Les différentes prestations complémentaires telles que la signature ou la souscription de contrats d'abonnement mobile sur place viennent compléter l'offre. Elles permettent un envoi individualisé et impeccable. Nous faisons bien sûr aussi appel à d'autres services comme l'envoi de courriers ou de marchandises. Nous étendrons bientôt nos prestations à la livraison à l'étage et au service de montage.

Voyez-vous un potentiel d'amélioration? Qu'est-ce qui vous manque?

Dans l'ensemble, nous avons une collaboration très étroite et partenariale. Et en cas de problème, nous pouvons généralement régler les choses par la voie hiérarchique directe.

Digitec Galaxus, Johannes Cramer, COO

«Nous voulions une solution d'e-Commerce d'un seul tenant. La Poste a su nous proposer une offre aboutie.»

Quelles sont les prestations de la Poste que vous utilisez en matière d'e-Commerce? En êtes-vous satisfait?

Nous voulions une solution d'e-Commerce complète et d'un seul tenant. La Poste a su nous proposer une offre aboutie depuis la logistique des stocks au service à la clientèle en passant par la facturation, le paiement et l'envoi. Pour nous, il s'agit de la solution idéale, car nous profitons ainsi du savoir-faire et des compétences de la Poste pour les paiements en ligne et de la qualité éprouvée de l'expédition de colis. Avec notre boutique en ligne, nous pouvons proposer à nos clients un assortiment plus étendu que ne le permet le commerce de détail et nous touchons également les clients des régions périphériques.

Voyez-vous un potentiel d'amélioration? Qu'est-ce qui vous manque?

Il nous manque encore la mise à jour automatique des données. A moyen terme, nous aimerions aussi pouvoir envoyer nos produits surgelés par la Poste.

Dr. Oetker, Reto Bleuer, professionnel IT

«Nous apprécions la précision de la planification et la fiabilité dans la distribution de nos catalogues.»

Quelles sont les prestations de la Poste que vous utilisez en matière d'e-Commerce? En êtes-vous satisfait?

Lorsque les clients cherchent des idées originales pour la maison, la beauté, le jardin ou les dernières tendances de la mode, ils s'inspirent du catalogue et commandent ensuite en ligne. Pour ses marques VEDIA et Kays, VEDIA utilise PromoPost pour une vaste diffusion du catalogue à l'échelle nationale afin d'attirer de nouveaux clients. Pour ses envois adressés, VEDIA utilise Expert Mail. Nous apprécions surtout la précision de la planification et la fiabilité dans la distribution de notre catalogue mensuel.

Voyez-vous un potentiel d'amélioration? Qu'est-ce qui vous manque?

Avec PromoPost, nous aimerions bénéficier d'offres financièrement plus intéressantes pour nos mailings supplémentaires (flyers, cartes postales) et de solutions pour nous adresser aux ménages qui ont apposé l'autocollant «Non merci, pas de publicité». Nous pensons aussi que des délais de livraison plus flexibles (Sameday, le soir après 20 heures, le week-end) permettraient de stimuler davantage l'e-Commerce en Suisse.

Vedia SA, Cornelia Kuckelkorn, directrice Marketing

De nouvelles perspectives

Stefan Niederhauser (PL) et Frédéric Devrient (PV) sont à l'origine de «Kaloka». Cette place de marché en ligne ouvre de nouveaux horizons en matière d'e-Commerce.

L'e-Commerce modifie nos habitudes de consommation. Depuis des années, le commerce stationnaire stagne, alors que les achats en ligne ne font que croître. Pour la Poste, il est capital d'être aux avant-postes de cette évolution. A la tête d'une petite équipe, Stefan Niederhauser (PL) et Frédéric Devrient (PV) ont ainsi développé la nouvelle place de marché en ligne locale Kaloka, testée depuis avril en ville de Berne (voir notre édition d'avril). Kaloka rapproche la population urbaine de Berne et les com-

merces de quartier. Elle renforce ainsi les entreprises locales dans l'e-Commerce. Avec Kaloka, la Poste teste aussi des concepts innovants, comme un service de suggestions par SMS et la distribution le jour même. Dans une brève interview, Stefan Niederhauser et Frédéric Devrient parlent de Kaloka. ■



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



Innovateur



L'e-Commerce va croître. La Po

Dieter Bambauer, responsable PostLogistics, s'exprime sur l'offensive e-Commerce de la Poste. Certains défis sont à dans ce domaine, le futur appartient aux entreprises qui sauront comprendre leurs clients.

Interview: Annick Chevillot / Photo: Béatrice Devènes

Il y a trois ans, la Poste a lancé une offensive sur le marché de l'e-Commerce. Pourquoi?

Internet permettant d'effectuer des achats en ligne rapidement et efficacement, il était évident pour nous qu'un marché porteur s'ouvrait à la Poste. La distribution, de lettres comme de colis, et le trafic des paiements constituent notre activité traditionnelle de base. Et tous deux concernent également le commerce en ligne: les commandes ne fonctionnent que lorsqu'un prestataire logistique fiable se charge de la livraison et lorsque le mode de paiement est sûr. Mais cela ne suffit pas. Une boutique en ligne implique aussi la publicité, la gestion clientèle ou encore le traitement des commandes. Pour tous ces services, la Poste dispose dans son portefeuille de prestations qu'elle peut proposer à ses clients commerciaux, les commerçants en ligne.

L'environnement actuel étant très concurrentiel, nous devons impérativement participer activement à certaines transformations profondes, afin de renforcer notre position de leader du marché: dans le secteur des colis et du trafic des paiements, en tant qu'interface pour le commerce en ligne, mais aussi de manière générale. De nouveaux acteurs peuvent apparaître à partir de rien. Ils sont également susceptibles de travailler avec des modèles commerciaux tout à fait différents des nôtres, en particulier dans la manière de réaliser des bénéfices. Les nouveaux prestataires numériques comme Amazon, eBay et Google se lancent dans la distribution de colis et réalisent leurs bénéfices grâce à leur activité de base et non par les prestations logistiques. Nous devons donc absolument être actifs sur le marché de l'e-Commerce.

Pour vous, quels ont été les moments forts de ces trois années?

Le lancement de notre offre globale a certainement été un moment fort. Mais aussi lorsque nous avons réussi à combler la dernière lacune de notre offre, le conditionnement, grâce à YellowCube, la solution logistique hautement

automatisée. YellowCube est un véritable bijou de technologie! La flexibilisation maximale de notre offre de prestations avec My Post 24, pick@home et la distribution le samedi et le soir prouvent que nous sommes très attentifs à réagir rapidement aux besoins de la clientèle. A cet égard, le suivi par SMS ou par e-mail des colis et des lettres recommandées, qui tend vers la distribution individuelle, représente une avancée significative. Et grâce à TWINT, la possibilité de paiement par smartphone et sans espèces développée par

«La caractéristique principale de l'e-Commerce 3.0 sera la personnalisation»

PostFinance, nous sommes à la pointe en matière d'innovation!

Quels sont les succès dont vous êtes le plus fier?

L'intégration réussie des nouvelles technologies de l'information et de la communication, leur développement et la mobilité qu'elles facilitent, ainsi que l'introduction du scanner multifonctions. Je suis aussi fier de nos trois centres de tri de colis de Daillens, Härkigen et Frauenfeld et de nos centres courrier. Leur capacité a été augmentée de 25% afin de faire face à l'augmentation du volume de colis. Les personnes qui visitent les exploitations sont impressionnées par la rapidité avec laquelle tout fonctionne et par les bons résultats. Outre les produits et les prestations, je suis aussi particulièrement fier de l'esprit d'équipe et de la collaboration au sein des équipes et entre les unités, à laquelle chacun et chacune contribue beaucoup et sans laquelle nous ne serions pas si performants.

On entend souvent que nous sommes à l'ère de l'e-Commerce 2.0. Qu'est-ce que cela signifie?

Utiliser Internet de manière commerciale signifiait au début mettre un catalogue de

produits en ligne et susciter ainsi la curiosité des utilisateurs. C'était l'e-Commerce 1.0, celui qui était là à l'origine et que l'on n'appellerait même pas e-Commerce. 2.0 est une étape de développement, un nouveau modèle commercial plus réactif, plutôt orienté vers le marketing et axé sur la clientèle. Il prend également en compte des facteurs comme la mobilité et la société, propose des possibilités de paiement et de commande plus rapides et plus flexibles, en se basant sur les analyses et le Cloud Computing, et crée continuellement de nouveaux outils.



ste avec!

peine relevés que l'entreprise doit en affronter de nouveaux. L'e-Commerce 3.0 pousse à encore plus d'innovation.



diatété, la distribution partout et à tout moment, l'effacement des frontières, le développement de solutions individuelles au lieu de produits et une forte augmentation du nombre d'appareils connectés. Pour la Poste, l'e-Commerce 3.0 implique donc des prestations toujours plus personnalisées, ainsi que des services qui fonctionnent en temps réel et au-delà des frontières nationales, et ce dans un environnement très concurrentiel.

La dernière étude portant sur la réputation de la Poste montre que ses nouvelles prestations sont encore relativement méconnues. Comment peut-on changer cela?

La Poste a huit millions de clients en Suisse. En premier lieu, il s'agissait d'occuper le terrain. Cela a été fait via My Post 24, pick@home et YellowCube. Grâce à ces offres, nous avons été des précurseurs et nous avons pu occuper le marché. Nous devons maintenant mettre tout cela en scène. La vidéo des colis qui se déplacent tout seuls dans les rues a eu un succès viral: elle a été la deuxième meilleure vidéo commerciale suisse sur YouTube en 2015. Nous l'avions faite juste pour le «fun». Elle n'a été lancée nulle part officiellement; les réseaux sociaux ont été utilisés juste pour leur mode de diffusion

et leur portée. Nous devons continuer à prendre des mesures de ce genre pour rester au cœur des débats.

Et vous-même, testez-vous les produits et services de l'e-Commerce?

Je ne suis ni un laboratoire de test, ni un journal de consommateurs! Mais j'utilise bien sûr régulièrement les possibilités des achats en ligne. J'achète des livres, des appareils et accessoires électroniques et je réserve surtout des voyages, des vols et des chambres d'hôtel en ligne. ■

On devrait donc bientôt voir arriver l'e-Commerce 3.0. Que pouvez-vous dire à ce sujet?

L'e-Commerce 3.0 est comme une évolution supplémentaire dans le commerce en ligne. Une caractéristique importante est l'intégration du fameux «Big Data», c'est-à-dire l'exploitation d'énormes quantités de données dans le but de générer une plus-value pour les destinataires et les émetteurs. Les analyses Big Data permettent d'établir des profils de client toujours plus précis, afin de soumettre au client des offres sur mesure, en fonction de ses préférences, de ses habitudes et de ses décisions

d'achats les plus courantes. Ces analyses peuvent même prendre en compte la météo, car elle influence le moral des consommateurs. L'objectif des analyses est bien sûr d'augmenter les ventes grâce à une connaissance précise du client, mais surtout de faciliter la vie des acheteurs en ligne, car ils trouvent rapidement et aisément ce qu'ils recherchent. En tant qu'interface logistique, la Poste s'intéresse beaucoup au Big Data, car la caractéristique principale de l'e-Commerce 3.0 sera la personnalisation dans tous les domaines. Elle comprend la mobilité, une vitesse qui frôle l'immé-

«En matière de disponibilité, il fa

Nicola Jacobshagen est psychologue et mène des recherches sur la reconnaissance et le stress au poste de travail

Interview: Lea Freiburghaus / Photo: Monika Flückiger / Infographie: Dennis Oswald, Branders

Andreas Coradi, PM

(...) Comme pour tout dans la vie, il s'agit de savoir jongler savamment entre les outils ou les possibilités. (...) je n'ai aucun problème à me rendre disponible, à condition qu'il n'y ait pas d'abus.

Florence Saillen, PV

Non, non et non. Nous passons déjà plus d'un tiers de notre vie au travail, je pense que c'est largement suffisant.

Marianne Probst Colombage, PM

Nous avons fait un atelier en équipe qui s'intitulait «Disponibilité constante». Certaines règles de comportement ont été définies. Je ne puis que conseiller cet atelier. Nous sommes à votre disposition.

Luis Fernandez, PV

Oui pendant mes heures de travail, un peu plus de huit heures par jour, autrement je trouve que non.

Thomas Meier, P

Je suis convaincu qu'il faut définir un cadre entre supérieurs hiérarchiques et collaborateurs. Le principe – l'exception confirme la règle – trouve ici aussi son application. Cela vaut également dans le cas inverse, lorsque les supérieurs doivent être constamment disponibles pour leurs collaborateurs. D'un autre côté, avec les outils de travail mobiles, nous sommes «joignables» d'une manière ou d'une autre 24 heures sur 24, 7 jours sur 7. L'avantage est que je peux envoyer mes demandes quand cela me convient. Qu'on n'y réponde pas tout de suite fait partie de l'accord.

Peter Renfer, PF

Je pense que non, car le repos et une vie équilibrée finissent par payer aussi bien du côté de l'employeur que du côté de l'employé. Quelqu'un constamment «sous tension» ne peut pas exploiter correctement son potentiel.

Résultat du sondage du mois d'avril

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



ut un signal clair de l'entreprise»

à l'Université de Berne. Elle explique les effets de la disponibilité permanente sur les employés.



Nicola Jacobshagen

Plus de 90% des collaborateurs de la Poste ayant participé au sondage répondent non à cette question. Cela vous surprend-il?

Non, car nous opérons une séparation entre les différents domaines de la vie. Le travail est très important, mais nous en avons bien d'autres, comme la famille, les amis, les loisirs, etc., qui sont aussi exigeants, en termes de temps et d'attention.

Avec les nouvelles possibilités technologiques, la disponibilité constante est de plus en plus exigée de la part des collaborateurs. Qu'est-ce que cela signifie?

Le défi des smartphones et tablettes repose sur le fait qu'en deux clics, vous pouvez tout de suite lire vos e-mails les plus récents.

Quels sont les effets de cette évolution sur les gens?

Il faut toujours se demander ce que l'employeur et l'employé recherchent. L'employeur escompte une bonne

productivité qui se traduit par l'engagement du collaborateur. L'employé veut être confirmé dans son travail. Le fait qu'on me sollicite aussi en dehors des heures de travail me montre que j'ai de l'importance. Et souvent, c'est aussi lié à des perspectives de carrière. Souvent, on exige justement des cadres qu'ils soient disponibles en permanence.

Quelles sont les répercussions négatives?

Comme les domaines de la vie se mélangent, l'équilibre entre vie privée et travail est menacé. En outre, toutes ces pressions exigent de pouvoir récupérer: il est important d'avoir assez de sommeil et de moments de détente. Mais ce n'est pas possible si le smartphone sonne même la nuit et si vous consultez en permanence vos e-mails, tant professionnels que privés.

Comment peut-on s'en protéger?

En matière de disponibilité, il faut

un signal clair de l'entreprise aux collaborateurs. Il est aussi important de former les supérieurs: nombre d'entre eux ont encore connu la période où il était d'usage d'être joignable en permanence. C'est ce qu'ils attendent maintenant. Au niveau des collaborateurs, il s'agit surtout de sensibilisation: quand et où suis-je joignable, que puis-je accepter? Pour cela, il faut des accords au sein des équipes et une charte proposant un cadre clair.

Qui doit être toujours joignable?

Pour certains postes c'est inévitable, par exemple au service d'urgence ou lorsqu'on est de piquet. Mais là aussi, le même principe s'applique: l'entreprise doit s'assurer que les collaborateurs puissent aussi «récupérer».

Que dit la loi sur le travail à propos de la disponibilité?

Pas grand-chose. Ce point n'est pas discuté dans le contrat de travail juri-

dique, mais il l'est au niveau psychologique (entretien d'embauche et entretien avec le collaborateur, ndlr): Quelles exigences doivent être remplies, que peut-on attendre en échange et à quoi faut-il renoncer? Le fait qu'un collaborateur puisse se détendre est bien plus important pour la performance et les possibilités de productivité que la disponibilité permanente.

Comment gérez-vous la disponibilité?

Sur ma porte de bureau, un tableau indique quand je suis là ou non. Malgré cela, il m'arrive aussi de consulter mes e-mails en dehors des heures de travail. Mais à un moment de la soirée, j'arrête de le faire, au risque de frustrer ceux qui voulaient encore me joindre. ■

Les conseils de la Poste

«Les moyens de communication modernes nous accompagnent partout. Ils créent de nouvelles possibilités et permettent, selon la fonction, de travailler de manière flexible, sans contrainte de temps et de lieu. Mais être joignable en permanence, pour les affaires ou en privé, peut aussi être un handicap. Pour la santé, il est important de déconnecter et nous insistons sur ce point. C'est pourquoi la Poste applique le principe suivant: **votre temps libre vous appartient!** En cas de besoin, parlez-en au sein de votre équipe et discutez des attentes réciproques. Quand et comment voulez-vous être joignable, et pour qui? Quand ne le souhaitez-vous pas? **Organisez vos tâches en conséquence.** Vous pouvez en tout temps vous référer à notre principe et aux accords définis dans l'équipe. Soyez responsable de votre santé: **utilisez les moyens de communication modernes de manière à rester en bonne santé.**»

Yves-André Jeandupeux, membre de la Direction du groupe, responsable Personnel

La question du mois

Allez-vous adapter votre quotidien pour regarder les matches de foot durant l'Euro?



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

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

Le client de demain: une vision

Mobilité illimitée



Daniel Landolf
responsable CarPostal

«Comme l'avenir s'inscrit forcément dans le prolongement du présent, je veux d'abord parler du client d'aujourd'hui. Depuis plus d'un siècle, nous avons à cœur de lui offrir sans cesse de nouvelles possibilités. Aujourd'hui, avec nos 2200 véhicules desservant 877 lignes, nous faisons presque huit fois le tour de la Terre chaque jour.

Nos clients actuels pourraient raconter plus de 145 millions d'histoires sur les raisons pour lesquelles ils prennent le car postal et sur les trajets qu'ils empruntent, car tel est le nombre de voyageurs que nous transportons chaque année!

A en juger par les résultats des sondages, ils sont satisfaits de nos services. Selon la dernière enquête, notre bonne réputation

tient principalement à des facteurs classiques: offre, prestation de services, qualité et confiance. Ce sont là les aspects auxquels la clientèle de CarPostal attache la plus grande importance.

Nous faisons le maximum pour que le client de demain soit tout aussi satisfait, voire davantage. Pour vous convaincre, il me suffirait de dresser la liste des projets et des initiatives pilotes engagés à cet effet: billetterie électronique (billets mobiles et CiBo), services de covoiturage sur mesure (PubliRide), vastes réseaux de location de vélos (PubliBike), cars postaux sans conducteur (SmartShuttles), et j'en passe... Mais revenons à notre sujet: qui sont nos clients de demain? Les natifs de l'ère numérique! Leur accès au monde réel passe par le smartphone. Un prestataire qui n'est pas présent sur la place du marché numérique n'existe pas à leurs yeux, même s'il fournit des services de transport. Pour le voyageur de demain, pouvoir disposer d'un moyen de transport partout et à toute heure va de soi. Il planifie son trajet en quelques secondes et opte pour une application qui lui permet de consulter le plus large éventail de modes de transport en un minimum de temps et avec un maximum de sécurité. Les distributeurs automatiques de tickets sont pour lui de l'histoire ancienne, même si les titres de transport classiques ont encore un bel avenir. Chaque moyen de transport doit pouvoir être réservé sur une plateforme en ligne, comme c'est déjà le cas pour les hôtels. Je parle là de «moyens de transport» au sens large et pas seulement des cars postaux, des bus, des trams et des trains, car les lignes de démarcation entre transports publics et privés tendent à s'estomper. Par exemple, je pourrai choisir de parcourir une portion du trajet avec un vélo PubliBike ou avec un véhicule loué en autopartage. Je pourrai aussi voyager à bord d'une voiture privée dont le conducteur se rend au même endroit que moi. Dans chaque cas de figure, c'est l'application qui m'indique quelle est la meilleure solution.

En tant que leader du transport par car en Suisse, CarPostal peut et veut jouer un rôle important sur la place du marché numérique. Si nous ne nous engageons pas activement dans la démarche, d'autres le feront. Nous serons alors menacés dans notre cœur de métier: la mobilité. Nous allons donc résolument de l'avant avec les projets mentionnés, réalisés en collaboration avec des partenaires. Pour répondre aux besoins du client de l'ère numérique, CarPostal a aussi développé une solution propre: la plateforme de la mobilité. C'est une sorte de guichet virtuel unique qui permet d'obtenir des informations sur le trajet envisagé, mais aussi de le réserver puis de le payer. Et une fois en route, on est accompagné par l'application qui communique les avis de perturbation en temps réel, indique les itinéraires de remplacement et signale des offres spéciales proposées par des partenaires. Sans compter que la plateforme de la mobilité n'est pas une vision: CarPostal va la mettre en ligne dès cet été! ■

«Nos clients de demain? Les natifs de l'ère numérique!»

tion tient principalement à des facteurs classiques: offre, prestation de services, qualité et confiance. Ce sont là les aspects auxquels la clientèle de CarPostal attache la plus grande importance.

Nous faisons le maximum pour que le client de demain soit tout aussi satisfait, voire davantage. Pour vous convaincre, il me suffirait de dresser la liste des projets et des initiatives pilotes engagés à cet effet: billetterie électronique (billets mobiles et CiBo), services de covoiturage sur mesure (PubliRide), vastes réseaux de location de vélos (PubliBike), cars postaux sans conducteur (SmartShuttles), et j'en passe... Mais revenons à notre sujet: qui sont nos clients de demain? Les natifs de l'ère numérique! Leur accès au monde réel passe par le smartphone. Un prestataire qui n'est pas présent sur

Ce sujet vous intéresse? Posez vos questions en direct le 31 mai ou à l'avance à l'adresse suivante:
redaction@poste.ch



Le live-chat avec Daniel Landolf aura lieu le 31 mai 2016 à 10h15:
www.post.ch/livetalk

Florence Muriset

Gymnasienne à Yverdon, domiciliée à Valeyres-sous-Montagny (VD).



Cliente de CarPostal depuis ses débuts à l'école primaire en 2003.

J'aime CarPostal parce que:

«La classe jaune m'a toujours amené à bon port. Avec le CarPostal, je peux me déplacer en toute confiance: pour aller au gymnase, rejoindre mes amis ou aller faire du shopping. Les chauffeurs sont polis, aimables, souriants et consciencieux. Ils nous renseignent sur les horaires, même s'ils ont peu de temps à nous consacrer vu qu'ils doivent tenir un horaire.»

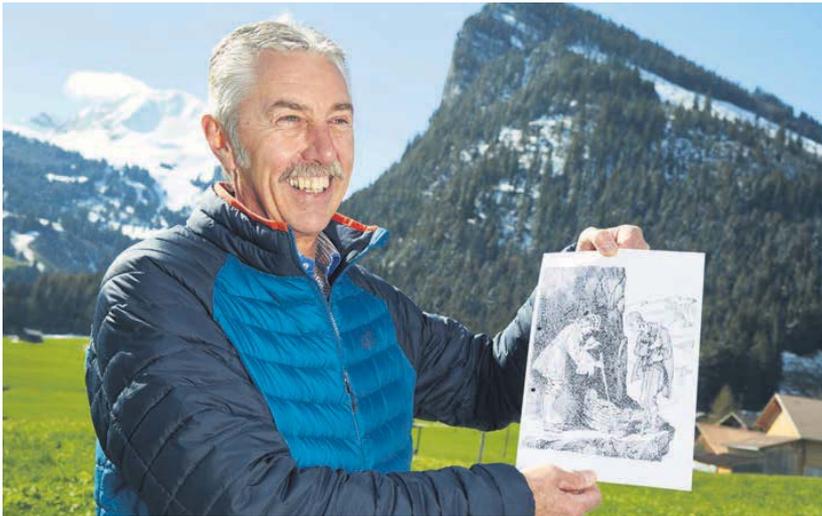
Son potentiel d'amélioration:

«La classe jaune pourrait mieux desservir certains villages isolés, comme le faisait le PubliCar, il y a quelques années dans le Nord vaudois. CarPostal pourrait aussi installer des panneaux numériques aux arrêts. Ils seraient reliés à une centrale permettant d'informer les gens si le bus a du retard ou s'il rencontre d'autres problèmes sur son parcours (travaux).»

Conteur de légendes

Lorsque Hans von Allmen n'est pas en train d'arpenter la montagne, de parcourir la Toscane à vélo ou de garder ses petits-enfants, il raconte des légendes dans le magnifique cadre naturel du Diemtigtal.

Texte: Sandra Gonseth / Photos: Annette Boutellier



Infos personnelles

*Hans von Allmen, 62 ans, originaire de Lauterbrunnen (BE)
Retraité depuis décembre 2015 après 43 ans de service
Responsable de l'office de poste d'Oey-Diemtigen pendant 33 ans
Auparavant expédition de lettres Genève, bureau ambulant,
bureau de chèques postaux, instructeur des apprentis
Offre de trekking depuis 2001 (sorties à ski et à vélo, randonnées)
Président de la commune mixte de Diemtigen depuis quatre ans
Marié à Silvia, deux enfants (Hans et Barbara)
et trois petits-enfants (Amy, Ray et Lea)
Joue du cor des Alpes depuis trois ans.*

Il suffit d'entendre la voix de Hans von Allmen au téléphone pour remarquer qu'elle se prête parfaitement à la narration. Et lorsqu'il se trouve au milieu des décors exceptionnels – comme la ferme du Simmental bâtie il y a deux cents ans à Sälbezen, à Schwarzenberg ou encore dans les gorges de Chollerren – et conte ses histoires, c'est comme s'il n'avait jamais rien fait d'autre. Les yeux pétillants de malice, il transforme les mythes des temps passés en visages et en émotions. Parfois, il joue du cor des Alpes pour rendre les histoires encore plus authentiques. «Je remarque immédiatement si les visiteurs sont réceptifs à un récit ou pas», explique le responsable de l'office de poste d'Oey-Diemtigen – porte d'entrée du Diemtigtal dans l'Oberland bernois – retraité depuis peu. Ce qui le fascine, c'est le mélange de fiction et de réalité qui caractérise les descriptions. Bien qu'il existe une morale dans la plupart des contes, moraliser n'est pas sa tasse de thé. Il veut plonger son public dans la vie d'autrefois, de préférence dans des décors qui sortent de l'ordinaire. Hans von Allmen propose des balades sur le thème des légendes dans le cadre de son offre de trekking mise en place parallèlement à son activité professionnelle.

Comme dans le Far West

Le hasard a conduit cet habitant de Lauterbrunnen dans le Diemtigtal. L'ancien instructeur des apprentis aux PTT voulait exercer une activité «où je suis mon propre patron». Qu'il ait dû d'abord construire son propre office de poste en tant que tout nouveau buraliste postal à Oey-Diemtigen, Hans von Allmen en rit encore aujourd'hui: «L'ancienne Poste semblait tout droit sortir du Far West.» Le vaste territoire à habitat dispersé représente aujourd'hui encore un défi pour la distribution postale dans la vallée. En raison de son activité accessoire d'accompagnateur de trekking, il a été convoqué à la «Schönburg». «J'imaginai

déjà le licenciement», raconte-t-il. Mais il en a été autrement: on lui a laissé entrevoir une formation d'entrepreneur postal en cours d'emploi. Elle correspondait totalement à sa nature et Hans von Allmen a ainsi commencé à vendre des vases et des broches en plus des téléphones mobiles.

Riche collection de mythes et de légendes

«J'ai réfléchi à la manière dont je pouvais faire venir les habitants à l'office de poste.» Ainsi, il a placé un grand tonneau rempli de cacahuètes dans le hall des guichets. Il s'est inspiré d'un bureau de poste situé dans un village reculé et calme du Nebraska qu'il avait découvert durant une traversée des Etats-Unis à vélo. «Evidemment, cela a provoqué pas mal de désordre, car les clients jetaient les coques par terre. Mais nous avons réalisé un chiffre d'affaires remarquable.»

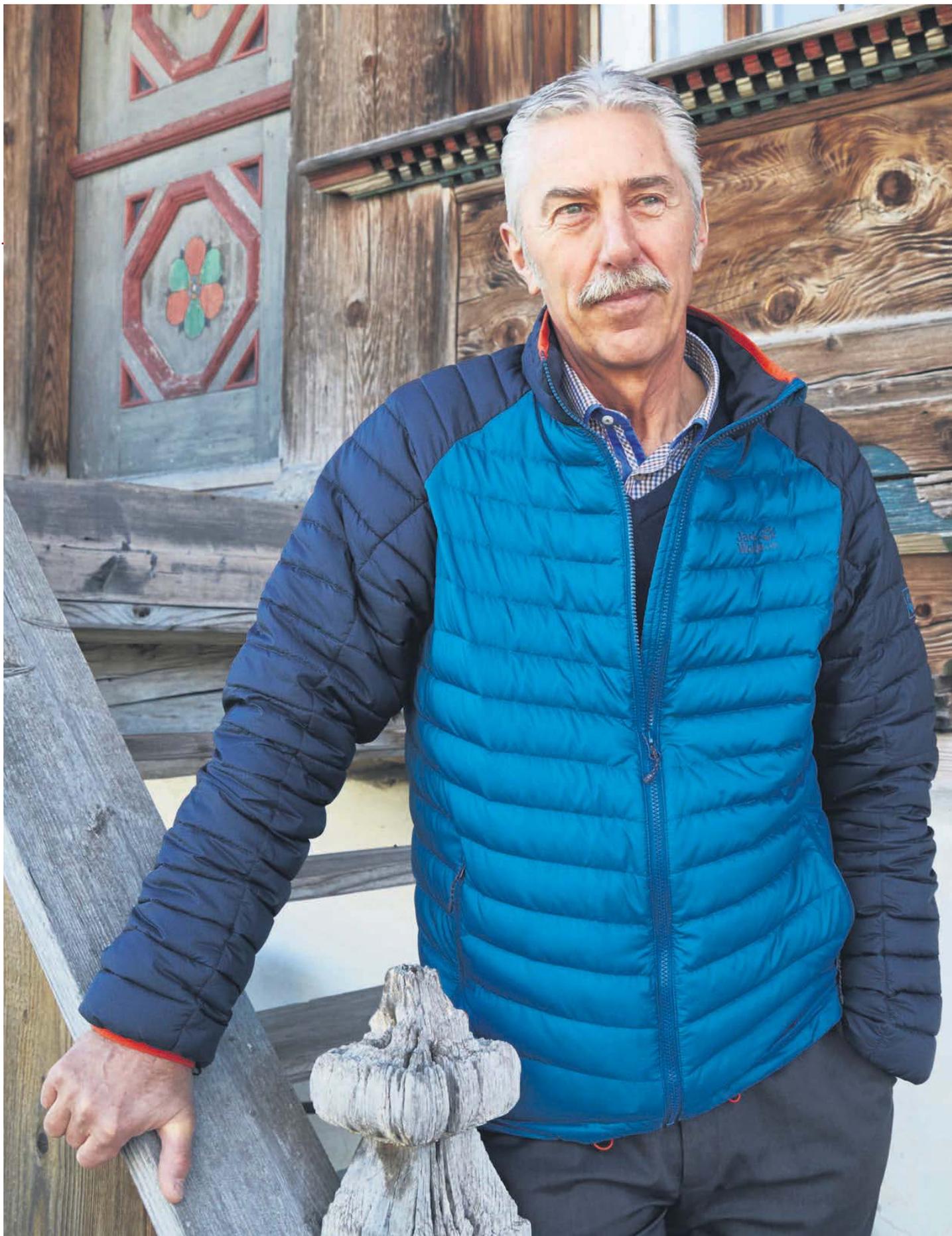
Ce sont ces moments-là qui l'incitent à toujours aller de l'avant. Et bien évidemment l'originalité des habitants de Diemtigtal. «Les légendes mettent justement souvent en scène des autochtones rusés», confie le grand-père de trois petits-enfants. Bon nombre de ses récits sont inspirés par le défunt pasteur et auteur Otto Nyffeler que Hans von Allmen a connu personnellement. Son oncle qui lui racontait des histoires à la cabane du Lobhorn l'a aussi influencé. «Et croyez-le ou non, quand je raconte une légende, je suis toujours convaincu que tout s'est vraiment passé comme ça.» ■



Balades et légendes avec Hans von Allmen
(seulement en allemand) www.trekking-diemtigtal.ch



D'autres photos dans notre édition en ligne.





La distribution commence à 6 heures du matin par les cases.



Vers 9 heures, Vincent Steullet s'offre une pause café bien méritée.



La tournée va de ferme en ferme.

Et au milieu coule le Doubs

Vincent Steullet est facteur. Et pas n'importe quel facteur: il s'occupe de la tournée la plus longue de Suisse romande et l'une des trois plus longues du pays. Il parcourt 107 kilomètres par jour en voiture, sauf le dimanche.

Texte: Annick Chevillot / Photos: François Wavre

«Un facteur, ça se fait mordre!» En 43 ans de carrière, Vincent Steullet s'est fait mordre et pincer à huit reprises. Mais il ne tient pas rigueur à ces chiens. Cela fait partie des risques du métier. Il n'en a pas peur non plus: il en voit tous les jours. Dans sa tournée de ferme en ferme, il sait lesquels sont calmes et gentils. Ceux-là ont droit à un gratouille derrière l'oreille. Les autres, il les tient à distance. Les paysans sont rarement loin et interviennent au besoin.

A 59 ans, le Jurassien connaît sa région par cœur. Il en connaît également tous les secrets. «La première poste de Soubey a été fondée le 31 mars 1868 par mon arrière-arrière-grand-père. Depuis, la poste de Soubey est restée une affaire de famille jusqu'à sa fermeture en 2005.»

Rattaché à l'office de Saint-Ursanne, le postier qui est également le maire de sa petite commune d'environ 140 âmes fait désormais le trajet deux

fois par jour entre Soubey et Saint-Ursanne.

A 6 heures du matin, il s'active déjà dans l'office de poste de Saint-Ursanne. Il faut s'occuper des cases postales en priorité: «Elles doivent être prêtes au plus tard à 7h30 lorsque l'office ouvre.» Ensuite, avec son collègue et chef d'équipe Claude Fiche, il prépare les tournées mixtes (lettres et colis) pour ses collègues et finalement la sienne. La plus longue. «La plus belle aussi!»



Les boîtes aux lettres font partie du quotidien.



Dans les fermes, les chiens ne sont jamais loin.



Vincent Steullet prendra sa retraite en 2018.

Sonores hirondelles

Et il ne ment pas lorsqu'il dit cela. Quels paysages! A peine a-t-il quitté Saint-Ursanne vers 7h50, qu'il traverse le Doubs pour rejoindre des fermes reculées à Epauvillers et Epiquez. Le paysage est vallonné, la végétation s'éveille à l'arrivée du printemps. Les trisseries des hirondelles déchirent l'air. Buses, milans, bergeronnettes, mésanges, pies, pinsons et rouges-gorges leur répondent dans un concert joyeux. Ses trajets sont faits d'allers et retours sur des routes sinueuses en pleine forêt ou au milieu des champs. En rejoignant la commune de Clos-du-Doubs, composée de quelques hameaux ayant fusionné, il pile sur la route. Et son regard se tourne sur la pâture à sa gauche: «Vous avez vu le chevreuil?» L'animal s'en va tranquillement se mettre à couvert dans la forêt. Le facteur donne aussi souvent des petits coups de volant «pour ne pas rouler sur les escargots».

La frontière comme limite

C'est avec le même soin qu'il s'adresse aux habitants. «Salut!» C'est certainement, le mot qu'il prononce le plus. Tout le monde le connaît et sa voiture jaune est souvent attendue. Il entre dans les fermes, remet courrier et colis en mains propres quand c'est nécessaire, s'attarde un peu pour comprendre les besoins d'une cliente faisant appel au service à domicile.

Et il reprend la route qui monte, monte, monte jusqu'à l'ancienne douane de Le Chaufour. La voiture n'ira pas plus loin. «Retournez-vous. Regardez. D'ici, on voit le Chasseral.» Une pause s'impose. Et il faut redescendre jusqu'au Doubs. Frontière et méandres de la rivière franco-suisse dessinent sa tournée l'obligeant à de nombreux détours.

Pas lassé après toutes ces années? «Non, j'aime mon travail, mon village, ma région, dit-il. Mais l'âge venant, je pense à la retraite. Je la

prendrai le 31 mars 2018. 150 ans après les débuts de mon arrière-arrière-grand-père.» Sa fille et son fils n'ont pas embrassé la vie de facteur. La tradition familiale va s'éteindre.

Après son repas de midi pris au calme à la maison. Il reprend la route jusqu'à l'office de Saint-Ursanne. «Je dois aller m'occuper du courrier B.» Sa voiture longe le Doubs avant de disparaître derrière une colline. ■

La Poste des VIP

Tatyana FranckDirectrice du Musée de l'Elysée
à Lausanne*La jeune femme adore envoyer des cartes postales.*

Interview: Annick Chevillot / Illustration: Jennifer Santschy

La Poste est-elle une entreprise innovante selon vous?

Oui, comme toute entité publique qui se met à la disposition de ses usagers pour répondre à ses besoins en évolution.

Avez-vous déjà utilisé le WIFI dans les cars postaux?

Oui. J'ai aussi remarqué que c'était très utile, notamment pour les touristes internationaux.

Et Twint?

Non, pas encore.

Envoyez-vous encore des cartes postales de manière traditionnelle?

Oui, j'apprécie énormément de recevoir des cartes manuscrites et essaie d'en envoyer le plus possible. J'encourage ce type de communication personnelle en offrant aux visiteurs du Musée de l'Elysée la possibilité d'acheter des cartes postales issues de nos collections.

L'e-Commerce est en plein boom. Commandez-vous aussi des articles sur Internet?

Bien sûr, comme tout un chacun et pour des raisons pratiques, je pense. Mais je privilégie l'achat direct lorsque je le peux pour entretenir des liens directs avec les commerçants.

Utilisez-vous souvent les points d'accès de la Poste?

A outrance. Dans le privé et pour des raisons professionnelles, car je suis une enfant de mon siècle! ■

www.elysee.ch

Publicité

Bougez pour votre santé, vous ne pouvez qu'y gagner!

Devenez actif et participez à l'action du mois de juin: le mois du mouvement et à l'action bike to work. Par ces deux actions, vous faites non seulement du bien à votre corps et à votre esprit, mais vous pouvez également remporter de superbes prix d'une valeur totale de CHF 130 000.

Vous trouverez d'autres informations dans la brochure sur l'activité physique et sur Intranet: pww.post.ch/mouvement
Composez dès aujourd'hui votre équipe pour bike to work et inscrivez-vous en ligne sur: www.biketowork.ch/fr/post

BIKE TO WORK.ch

LA POSTE 
Dynamique jaune.

Editeur

La Poste Suisse SA
Communication, Wankdorfallee 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

Annette Boutellier, Dominic Bruce,
Dominic Büttner, Béatrice Devènes,
Chantal Fischer, Monika Flückiger,
Denis Kormann, Alessandra Leimer, Jiri Reiner,
Jacqueline Schwander, Jennifer Santschy,
François Wavre

Traductions et corrections

Service linguistique Poste, Diana Guido

Layout

Branders Group AG, Zurich

Annonce

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

Impression

Mittelland Zeitungsdruck AG, Aarau

Photo de couverture

Annette Boutellier

Reproduction 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 vis 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



«Etre facteur, c'est tout un sketch!»

Alois Gamma fête le 16 juin son 75^e anniversaire. Il fait du sport et enfile encore l'uniforme de la Poste pour jouer la comédie.

Interview: Sandra Gonseth / Photo: François Wavre

Comment avez-vous gardé des liens avec la Poste?

Surtout grâce aux sketches que je raconte lors d'anniversaires et de fêtes familiales, qui mettent en scène le quotidien d'un facteur. Je revêts mon ancien uniforme et je joue le rôle d'un facteur qui regrette le bon vieux temps (voir image).

Était-ce mieux avant?

Beaucoup de choses ont changé à la Poste au cours des dernières années, tout simplement. Autrefois, quand on choisissait un poste, on savait qu'on s'engageait pour la vie et quand on quittait la même entreprise pour partir à la retraite, on était fier. Si on faisait correctement son travail, on n'avait pas à craindre de le perdre.

Vous souvenez-vous de votre premier jour de travail?

Je m'étais porté candidat à l'âge de 17 ans pour une place de formation dans l'ancienne entreprise des PTT et j'ai dû attendre une année entière, car les places étaient très prisées. Le premier jour, j'ai croisé un ancien copain de classe. Notre amitié dure encore aujourd'hui.

Quelles fonctions avez-vous exercées à la Poste?

Je suis arrivé en 1958. Après ma formation, j'ai travaillé au service des transports, puis 43 ans au service de bureau, dont 20 auprès de la batterie de cases postales de Zoug 1 jusqu'à la retraite.

Quels changements vous ont le plus marqué?

Le passage du transport postal du rail à la route. Avant, nous devions aller chercher le courrier et les colis à la gare, les charger à la main sur un camion et conduire le tout à travers la ville jusqu'à la gare principale.

Avez-vous une anecdote piquante à raconter?

Une fois, nous avons dû livrer dix souris blanches. Comme le zoo avait déjà fermé ses portes, nous avons décidé de garder les souris dans le bâtiment postal pour la nuit. Quand je suis arrivé le lendemain à 3h45 pour le service du matin, toutes les bêtes étaient sorties de leur cage et nous avons dû les attraper une à une avant de commencer à travailler. ■



RECYCLÉ

Papier fait à partir
de matériaux recyclés

FSC® C005019

Fidélité à la Poste**50** ans**CarPostal**

Meier Jakob, Chur

45 ans**Immobilier Management et Services**

Daleström Herbert, Bern

Personnel

Thomer Urs, Bern

PostMail

Amstutz Hans, Reconvilier
 Arni Roland, Kirchberg BE
 Baur Martin, Rorschach
 Calmonte Martin, Thun
 Chavanne Bernard,
 La Chaux-de-Fonds
 Demonti Râto, Scuol
 Elsener Klemens, Baar
 Gilgen Karl, Wohlen b. Bern
 Hirschi Ulrich, Bern
 Hunziker Markus, Spreitenbach
 Hürlimann Martin, Wädenswil
 Hürzeler Roland, Zofingen
 Junker Daniel, Neuchâtel
 Kamber Rolf, Härkingen
 Léchenne Roger, Delémont
 Lüdi Erwin, Rüti b. Büren
 Mäder Andres, Kerzers
 Marchand Pascal, Delémont
 Rickli Hans, Ursenbach
 Sahli Hans Ulrich, Kirchlindach
 Sehmer Marianne, Härkingen
 Siegenthaler Ulrich, Ostermundigen
 Sommer Hanspeter, Härkingen

Studer Hans-Rudolf, Ostermundigen
 Trombert Armand, Monthey
 Turtschi Jürg, Bern
 Wenk Rolf, Root

PostLogistics

Cueni Bruno, Basel
 Della Chiesa Oraldo, Daillens
 Schmid Urs, Basel
 Senti Florian, Niederurnen
 Spycher Rudolf, Ostermundigen
 Wolf Marcel, Zürich

Réseau postal et vente

Arni Roland, Burgdorf
 Binggeli Eduard, Worben
 Buchli Ruth, Thusis
 Doerfliger Yvette, Cernier
 Durrer Paulina, Buochs
 Höpli Marie-Luise, Aadorf
 Juillerat Anne-Lise, Bassecourt
 Rast Esther, Ebikon
 Riedener Margrit, Teufen AR
 Rusterholz Yvonne, Elgg

PostFinance

Schenk Alfred, Oensingen

CarPostal

Camenisch Erwin, Bern

SecurePost

Schenk Alfred, Oensingen

40 ans**Immobilier Management et Services**

Rusch Josef, Appenzell

PostMail

Abgottspon Brigitte, St. Niklaus
 Allenspach Rainer, Amiriswil

Altwegg Peter, Märwil
 Aschwanden Urs, Zürich-Mülligen
 Balmer Pierre, Marin-Epagnier
 Brogli Beat, Stein AG
 Christen Hermann, Ostermundigen
 Graber Susanna, Zürich-Mülligen
 Hunsperger Markus, Ostermundigen
 Hunziker Martin, Lenzburg
 Jakob Hans Jörg, Burgdorf
 Kästli Roland, Spiez
 Kästli Walter, Bern
 Kobelt Christian, Zürich
 Lüchinger Beat, Thun
 Meier Lorenz, Glattbrugg
 Peter Kurt, Zürich
 Rusch Josef, Appenzell
 Schaad Markus, Laufenburg
 Schmidlin Louis, Zürich-Mülligen
 Studer Markus, Härkingen
 Waldburger Hans-Peter, Zürich-Mülligen
 Würsch Christian, Zürich

PostLogistics

Christian Peter, Härkingen
 Fischer Hanspeter, Mägenwil
 Jordan Gilbert, Daillens

Réseau postal et vente

Bernasconi Fabrizio, Stabio
 Brühlhart Pius, Giffers
 Decuyper Mireille, Vernier
 Fahrni Therese, Steffisburg
 Gobbi Rita, Lugano
 Häni Verena, Solothurn
 Hürzeler Kurt, Koppigen
 Kälin Verena, Wiesendangen
 Kaufmann Sabina, Zürich
 Minder Brigitte, Bremgarten b. Bern
 Oberholzer Roman, Erlen
 Petermann Susanne, Wetzikon ZH
 Schenk Heidi, Basel
 Spichiger Heinz, Bern

PostFinance

Gemma Russo-Philipona, Bern

CarPostal

Jung Heidi, Chur

Swiss Post Solutions

Stampfli Susanne, Härkingen

Bon anniversaire**95** ans

Joehr Ueli, Bern (14.06.)

90 ans

Achermann Georg, Stans (08.06.)
 Anex Pierre, Gryon (24.06.)
 Baldinger Edgar, Genève (29.06.)
 Boschung Felix, Zollikofen (29.06.)
 Bourquin René,
 Sonceboz-Sombeval (10.06.)
 Cottagnoud Jean, Vétroz (17.06.)
 Egli Willi, Weinfelden (15.06.)
 Garcia-Mediavilla Dolores,
 Espagne (21.06.)
 Gaudard Pierre, Bousens (26.06.)
 Gubler Louis, Buus (05.06.)
 Gurt Anton, Davos Dorf (01.06.)
 Hofer Willi, Tägerwilen (28.06.)
 Jaggi Walter, Birsfelden (12.06.)
 Läng Fritz, Grindelwald (03.06.)
 Loosli Jean-Pierre,
 Montreux 1 (11.06.)
 Lütsch Ida, Glarus (06.06.)
 Meier Gottfried, Chur (11.06.)
 Rappaz Pierre, St-Maurice (29.06.)
 Regli Rudolf, Erstfeld (16.06.)
 Rhinisperger Paul,
 Full-Reuenthal (28.06.)
 Rindisbacher Fritz,
 Schliern b. Köniz (06.06.)
 Saurer Jakob, Innertkirchen (07.06.)
 Vallat Pierre, Porrentruy (06.06.)
 Vaudroz Pierre, Olon VD (14.06.)
 Veillard Geneviève, St-Blaise (17.06.)

Retraite**Immobilier Management et Services**

Badertscher Verena,
 Wasen im Emmental
 Bollhalder Edgar, Zürich
 Mandic Katarina, Bern
 Marques Calheiros De Jesus Maria
 De Lurdes, Zürich
 Micieli Damiano, Dübendorf
 Pffiffer Anton, Chur
 Rizza Franceschina, Sopraceneri

Finances et achats du groupe

Hugentobler Alfred, Bellinzona

PostMail

Amstutz Lisalotte, Sigriswil
 Bolengo Françoise, Nyon
 Eberhard Alex, Zürich-Mülligen
 Eberhard Denise, Crissier
 Gaspoz Pierre, Ostermundigen
 Gillabert Gérald, Collombey

Haldimann Peter, Bern
 Horisberger François, Bern
 Hügli Johann, Breitenbach
 Kuster Josef, Hinwil
 Lambrigger Rolf, Fiesch
 Lambrigger Rosmarie, Bellwald
 Lanz Gisèle, Lonay
 Marchesi Ornella, Lugano
 Mengarelli Cesare, Zürich
 Panitti Francesco, Härkingen
 Pichler Bruna, Zürich
 Porchet Olivier, Penthalaz
 Rossier Françoise, Fétigny
 Schmucki Rita, Brugg AG
 Sprenger Urs, Olten
 Stössel Hanspeter, Zürich
 Tschudin Katharina, Riehen
 Weilenmann Beatrice, Diessenhofen
 Widmer Theres, Niederwil AG
 Zahner Rolf, Stein am Rhein

PostLogistics

Fuhrer Ruth, Urdorf
 Hazeraj Sherif, Biel/Bienne

Ljatifi Nazim, Mägenwil
 Rentsch Willi, Härkingen

Réseau postal et vente

Angehrn Markus, Amriswil
 Badertscher Verena,
 Wasen im Emmental
 Brand Walter, Sarnen
 Fischer Johanna, Baden
 Fuchs Katharina, Biel/Bienne
 Giger Dora, Zürich
 Giger Marlise, Horw
 Jegerlehner Ursula, Uetendorf
 Klossner Susanna, Toffen
 Kübler Karin, Laufen
 Leuenberger Rosmarie,
 Dietikon
 Meier Silvia, Laufen
 Moser Sonja, Egerkingen
 Otti Ursula, Brugg BE
 Pane Françoise, Cressier NE
 Rogger Martha, Luzern
 Sorgen Beatrice, Port
 Unternährer Erika, Birsfelden

Weber Dora, Wohlen AG

PostFinance

Frey-Schoch Helene, St. Gallen
 Lächler Erika, St. Gallen
 von Bülzingsloewen Günter, Bern

CarPostal

Dhahbi Hédi, Mont-sur-Lausanne
 Thierrin Gérald, Thierrens

85ans

Berra Rémy, Monthey (15.06.)
 Bisaz Heidi, Zizers (21.06.)
 Brändli Fritz, Stallikon (15.06.)
 Brunet Bernard, Fribourg (03.06.)
 Bühler Franz, Schüpbach (15.06.)
 Chollet Rémy, Maraçon (30.06.)
 Francioli Isabelle, Lausanne (01.06.)
 Frey Anna Verena, Biberstein (27.06.)
 Frey Gertrud, Suhr (23.06.)
 Füchslin Xaver, Zürich (12.06.)
 Furginé René, Zofingen (21.06.)
 Gartmann Karl, Thalkirch (27.06.)
 Giger Sebastian, Untervaz (25.06.)
 Gilliard Jean-Daniel, Paudex (12.06.)
 Gruber Juliette, Lausanne (10.06.)
 Hochreutener Anny, Goldach (14.06.)
 Hueber Walter, Oberdorf BL (03.06.)
 Jenal Rudolf Josef,
 Samnaun Dorf (02.06.)
 Lichtsteiner Georg, Luzern (04.06.)
 Livers Aluis, Breil/Brigels (21.06.)
 Mäder Klara, Bern (17.06.)
 Martella Antonio, Ascona (17.06.)
 Miauton Charles, Pully (20.06.)
 Monnier Clara,
 Les Geneveys-sur-Coffrane (19.06.)
 Noël Gérard, Petit-Lancy (02.06.)
 Schüpbach Johann, Bern (30.06.)
 Stadelmann Adolf, Birsfelden (05.06.)
 Staehli Jakob, France (16.06.)
 Steiner Klara, Wattwil (17.06.)
 Steiner Peter, Biberist (11.06.)
 Tartaglia Livia, Origlio (21.06.)
 Tissot Rita, Neuchâtel (19.06.)
 Tschanz Maurice, Mont-Soleil (08.06.)
 Vaucher Henri, Lessoc (24.06.)
 Vollmer Wilhelm, Chur (15.06.)

80ans

Arnold Franz, Wangen b. Olten (27.06.)
 Artho Franz, Jona (03.06.)
 Aubort Elisabeth, Chermex (16.06.)

Battaglia Paul, St. Moritz (12.06.)
 Bognuda Defendentino,
 S. Antonino (17.06.)
 Bovet Marguerite, Estavayer-le-Lac (05.06.)
 Broder Willi, Dübendorf (16.06.)
 Bruggmann Peter, Goldach (28.06.)
 Budmiger Anton, Birsfelden (08.06.)
 Cantieni Eva, Pignia (11.06.)
 Collaud Gilles, St-Aubin FR (19.06.)
 Damiano Agostino, Lausanne (05.06.)
 Eggimann Fritz, Kirchberg BE (02.06.)
 Eichenberger Hans, Genève (17.06.)
 Emmenegger Alfred, Escholzmatt (28.06.)
 Feltscher Yvonne, Fürstenuau (15.06.)
 Feuz Sonja, Birr (05.06.)
 Fontannaz Francis, Daillon (21.06.)
 Freiburghaus Ernst, Laupen BE (06.06.)
 Gassinger Hilde, Österreich (30.06.)
 Germann Walter, St. Gallen (21.06.)
 Graf Rosmarie, Klingnau (10.06.)
 Grandjean Marius, Genève (13.06.)
 Guillet Elisabeth, Genève (18.06.)
 Häfliger Franz, Willisau (19.06.)
 Leoni Fernando, Minusio (22.06.)
 Mesot Hermann, Romont FR (07.06.)
 Minder Meieli, Roggwil BE (23.06.)
 Monnet Jean, Iséables (17.06.)
 Moresi Mirto, Giubiasco (14.06.)
 Nacht Marlis, Wabern (25.06.)
 Nick Franz, Triengen (28.06.)
 Novak Istvan, Hongrie (11.06.)
 Ramser Walter, Schnottwil (09.06.)
 Raschèr Curradin, Susch (08.06.)
 Rickli Werner, Wettswil (21.06.)
 Ricklin Peter, Zürich (16.06.)
 Rufener Odette, Hauterive NE (01.06.)
 Ryser Renée-Jeanne, Neuchâtel (27.06.)
 Schalch Erwin, Oberengstringen (21.06.)
 Schwab Werner, Birsfelden (26.06.)
 Siriu Annetta, Nürensdorf (19.06.)
 Spichiger Willy, Neuenegg (24.06.)
 Steiger Kurt, Abtwil SG (16.06.)
 Steiner Anna, Zillis (18.06.)
 Stettler Marianne, Nidau (20.06.)
 Stettler Walter, Melchnau (16.06.)

Streit Willy, Stans (11.06.)
 Tartini Paolina, Iragna (22.06.)
 Teufel Eric, Lausanne (06.06.)
 Tissot Francis, Wil SG (24.06.)
 Tuor Walter, S. Benedetg (19.06.)
 Urben Franz, Herzogenbuchsee (16.06.)
 Walker Gertrud, Bürglen UR (02.06.)

75ans

Agostini Ronald, Zürich (01.06.)
 Alves-Pereira Sampaio Maria,
 Le Sentier (10.06.)
 Bärtsch-Stüffler Johannes, Zizers (01.06.)
 Becerra Francisco, Espagne (01.06.)
 Bischof-Dubach Claudine,
 Biel/Bienne (12.06.)
 Bissig Rudolf, Schattdorf (11.06.)
 Borcard Georges, Genève (11.06.)
 Bovet Lucie, Belfaux (15.06.)
 Bürgler Emil, Illgau (18.06.)
 Burri Blurette, Fleurier (24.06.)
 Cramatte Roland, Alle (24.06.)
 Cramer Prospero, Richterswil (26.06.)
 De Bernardis-Mounoud Françoise,
 Clarens (08.06.)
 Debieux Gaston, Meyrin (30.06.)
 Del Sastre-Gonzalez Milagros Juana,
 Espagne (24.06.)
 Eisenring Ernst, Jonschwil (20.06.)
 Falconnier Willy,
 Chézard-St-Martin (09.06.)
 Fischer Hans, Triengen (08.06.)
 Frank-Juhász Erica, Ennetbürgen (18.06.)
 Gächter-Bühlmann Marie-Thérèse,
 Altenrhein (11.06.)
 Gamma Alois, Zug (16.06.)
 Gehrig Alfred, Ammerswil AG (20.06.)
 Heim Maria Helena, Kappel SO (03.06.)
 Herzog Emil, Amlikon-Bissegg (30.06.)
 Herzog-Keller Hulda, Gebenstorf (04.06.)
 Hostenstein Walter, Gorduno (07.06.)
 Hügi Hanspeter, Münsingen (28.06.)
 Hutter René, Pfäffikon ZH (18.06.)
 Huynh Van My, Lausanne (07.06.)
 Imhof Erwin, Bigenthal (09.06.)
 Jenni Rudolf, Rüfenacht BE (07.06.)
 Kilchher Manfred, Golaten (24.06.)
 Kupferschmid Denis,
 Lausanne (10.06.)
 Letzkus-Gruber Verena,
 Solothurn (03.06.)
 Macheret René, Petit-Lancy (25.06.)
 Mascaro Alda, Wetzikon ZH (02.06.)
 Meile Paul, Dübendorf (23.06.)
 Merz Peter, Niederlenz (21.06.)
 Metraux Marie-Claire, Genève (08.06.)
 Orlando Cesarina, St. Gallen (09.06.)
 Paine Robert, Arni-Islisberg (18.06.)
 Palmieri Arthur, Zollikofen (05.06.)
 Pointet Gilbert, Penthalaz (14.06.)
 Quarroz Martial, Signèse Ayent (30.06.)
 Recher-Schüpbach Heidi, Basel (11.06.)
 Ritzmann Kurt, Seewis Dorf (21.06.)
 Rossi-Zanuto Maria, Seuzach (17.06.)
 Rotta-Martignoni Carla, Gudo (09.06.)
 Schätti Max, Heiden (25.06.)
 Schärz Eduard, Schwarzenburg (09.06.)
 Schindler Niklaus, Kreuzlingen (05.06.)
 Schöpfer Niklaus, Inwil (08.06.)
 Senn Werner, Buchs SG (10.06.)
 Seppey Camille, Vétroz (12.06.)
 Streule Josef, Weiningen ZH (20.06.)
 Suri-Roderer Hulda, St. Gallen (19.06.)
 Tresch-Zraggen Rosa,
 Ostermundigen (18.06.)
 Van Der Bij Stella, Le Lignon (29.06.)
 Vicini Edwin, Bettlach (09.06.)
 von Gunten Simone, Chambésy (02.06.)
 von Rotz-Wallimann Werner,
 Sarnen (25.06.)
 Weber René, Belp (20.06.)
 Werren Kurt, Thörishaus (25.06.)
 Wiesmann Otto, Effretikon (26.06.)
 Willimann Oskar, Zürich (03.06.)
 Williner-Humbel Josef, Boniswil (27.06.)
 Wittwer Hans Ulrich, Biglen (23.06.)
 Zumbrennen Walter,
 Hörhausen (08.06.)
 Zurfluh Irène, Intschi (27.06.)

Nos regrettés

Personnel actif

Immobilier Management et Services

Schnider Beat, Zuchwil, né en 1955

PostMail

Egger Katharina, Ostermundigen,
 née en 1956
 Mwaka Andre, Zürich-Mülligen,
 né en 1958

CarPostal

Zurbruggen Alex, Brig né en 1957

Retraités

Auderset Hildegard, Liebistorf (1931)
 Bagnovini Caterina,
 Monte Carasso (1926)
 Ballif André, Genève (1941)
 Bamert Anton, Uznach (1936)
 Bärtschiger Marcel, Zofingen (1949)
 Bonnet Antoine, Corcelles NE (1937)
 Borsos Miklos, Meilen (1917)
 Brandt Edgar, Zürich (1926)
 Brunner Albert, Nesslau (1920)
 Burkard Yvonne, Lausanne (1922)
 Camenzind Adalbert, Gersau (1927)
 Défago Robert, Troistorrens (1930)
 Eggenberger Roesli, Grabs (1933)
 Frey Arnold, Wangen b. Olten (1923)
 Gasser Anton, Isenthal (1930)
 Guex Rose-Marie, Genève (1928)
 Hählen Reinhard, Spiez (1940)
 Häne Anton, Zürich (1927)
 Henneberger Victor, Sévery (1924)
 Herrmann Constantin, Chur (1933)
 Hofmann Rudolf, Münchenbuchsee (1935)

Hofstetter Jean,
 La Chaux-de-Fonds (1923)
 Horat Peter, Ibach (1927)
 Junod Daniel,
 Chavannes-près-Renens (1933)
 Kern Gebhard, Niederbüren (1921)
 Kovarik Miroslav, Zürich (1947)
 Kuster Paul, Frauenfeld (1941)
 Lehmann Marcel, Waldkirch (1934)
 Liechti Bernhard, Münsingen (1940)
 Lörtscher Gottlieb, Ittigen (1925)
 Lüscher Ulrich, Nidau (1936)
 Meier Walter, Neuenhof (1933)
 Menoud Michel, Biel/Bienne (1926)
 Mühlethaler-Hänni Ursula,
 Märstetten (1939)
 Nafzger Erwin, Gelterfingen (1928)
 Nicola Marcel, Zürich (1941)
 Niederhauser Hans, Schangnau (1933)
 Nigg Herbert, Mels (1933)
 Ott-Bless Susanne,
 Münchwilen TG (1959)
 Perler Jean, La Roche (1930)
 Pfund Jean, Les Ponts-de-Martel (1940)

Rohner Hans, La Chaux-de-Fonds (1937)
 Rufer Hans, Thun (1923)
 Schiesser Heinrich, Linthal (1935)
 Schütz Hansruedi, Siebnen (1925)
 Siegfried Erich, Grand-Lancy (1935)
 Späni Alois, Zürich (1925)
 Strebel Johann, Wittenbach (1935)
 Stricker Matthäus, Buchs SG (1944)
 Sturzenegger Ernst,
 Walzenhausen (1920)
 Tagmann Kurt, St. Gallen (1931)
 Tendon Hubert, Courfaivre (1940)
 Thür Josef, Amriswil (1927)
 Trochler Fritz, Zug (1928)
 Tschanz Hans, Münchenbuchsee (1929)
 Uldry Joseph, Genève (1929)
 Volkart Alfred, Dinhard (1948)
 Wanner Fredy, Zürich (1923)
 Weber Jolanda, Bern (1930)
 Weibel Karl, Kaiserstuhl AG (1932)
 Wullschlegler Hans,
 Ringgenberg BE (1929)
 Zihlmann Heinrich, Luzern (1915)
 Zimmermann Karl, Balsthal (1926)



Concours

Connaissez-vous notre Service à domicile? Envoyez-nous une photo illustrant cette prestation de la Poste, par exemple le facteur devant chez vous ou l'écrêteau sur votre boîte aux lettres, à l'adresse redaction@poste.ch. Nous publierons toutes les photos le mois prochain en ligne. L'auteur de la meilleure photo gagnera deux cartes journalières de CarPostal!

© Dominic Büttner

Point d'accès du mois: pavillon des clients commerciaux, Bösingén

Avec plus de 3500 points d'accès, la Poste est à la disposition de ses clients sur tout le territoire suisse. En plus de ses offices de poste traditionnels, elle offre aussi une large variété de nouveaux points d'accès comme les agences postales, les automates à colis My Post 24 ou les offices de dépôt réservés aux clients commerciaux. Ces pavillons situés en zone industrielle, comme ici à Bösingén (FR), permettent aux clients commerciaux de déposer leurs envois préaffranchis en toute simplicité et à toute heure, grâce à un badge d'accès. Le soir, un collaborateur prend en charge les lettres et colis et les amène à la base de distribution. Cette prestation est gratuite, il suffit aux entreprises de signer une convention d'utilisation avec la Poste. ■

www.poste.ch/points-d-acces