

Les nouvelles tendances: de véritables opportunités

Dossier – Page 10

Les robots de livraison débarquent à Zurich

Actualités – Page 7

Ursi Gehrig

Elle porte le courrier jusque tout là-haut

Reportage – Page 22



Tradition et avenir

Comme l'a montré la fréquentation de la Fête fédérale de yodel et de la fête d'Unspunnen, les Suisses sont attachés aux traditions. L'une d'elles est la randonnée. A travers son engagement en faveur de la marche, la Poste incite ses collaborateurs à bouger et à profiter de la beauté de la nature. Pas nécessairement lors d'une longue randonnée en montagne. Lorsque l'objectif est une cabane du CAS, il est parfois possible de l'atteindre en moins de deux heures. C'est le cas de la Sewenhütte, dans le canton d'Uri, que nous avons visitée pour vous. Dans notre reportage à la page 22, découvrez comment les lettres et les colis sont acheminés jusque tout là-haut, à plus de 2000 mètres d'altitude.

La Poste sait aussi avancer avec son temps. La numérisation, l'individualisme et les rythmes qu'il induit reflètent la réalité de notre société. La Poste se met donc au diapason. Elle sait identifier les tendances et y répondre par des innovations, comme le robot de livraison (voir page 7). Notre dossier dès la page 10 vous fera aussi découvrir quelles sont les répercussions de la transformation de la société sur la Poste et la manière dont elle jette des ponts entre la tradition et l'avenir.

Sandra Gonseth

Sandra Gonseth, rédactrice



Personnel

25 Postier et maire

Silvano Vezzoli nous parle d'amour, de fonction publique et du jour où il a vu la mort en face.

Dossier

10 Tirer parti des transitions

Le monde change à toute vitesse. Les milieux économiques et la société mettent à profit le numérique pour innover, développer de nouveaux modèles et se réinventer en permanence. La Poste aussi.

Dialogue

16 L'avenir du marché des colis

Marc Hasler, responsable Développement des produits et du marché chez PL, évoque le changement des habitudes des clients, l'essor du marché des colis et les nouveaux moyens de distribution.

Stratégie

18 Développement du réseau

Que signifie la stratégie de RéseauPostal pour les collaborateurs? Thomas Baur, responsable RéseauPostal, nous en dit plus.



Les gens

20 Carolyn Lansdell

Quand elle est pilote de vol biplace, la collaboratrice de CarPostal montre aux touristes ce que sinon seuls les aigles peuvent voir.



Votre avis!

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



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

Mobilité électrique à Interlaken

Dès cet automne, un car postal électrique circulera pour la première fois sur des lignes régulières à Interlaken. CarPostal souhaite ainsi engranger des expériences dans les futurs domaines d'utilisation des bus électriques.

Texte: Sandra Gonseth



Le car postal électrique sillonnera la région en silence pendant une phase de test de trois ans.

Passée la fête d'Unspunnen, la station touristique d'Interlaken dans l'Oberland bernois a retrouvé son calme. Un calme qui caractérise également le bus électrique de CarPostal, mis en circulation pour la première fois sur des lignes régulières. Avec

son moteur électrique respectueux de l'environnement, il sillonnera la région en silence pendant une phase de test de trois ans. «Nous voulons accumuler les expériences et étudier dans quelle mesure les bus électriques sont adaptés pour CarPostal», explique Silvio Gely, responsable Production CarPostal. L'attention se portera avant tout sur le comportement du véhicule sur des routes à la topographie variée et sur l'autonomie de la batterie. Pour l'exploitation pilote, CarPostal a loué le maxibus de 12 mètres de long de l'entreprise néerlandaise EBUSCO.

L'avenir en vert

Selon Silvio Gely, cette approche s'explique par l'offre et les coûts. «Dans les années à venir, les constructeurs vont encore apporter des optimisations technologiques et nous disposerons bientôt d'une offre plus large.» D'ici là, CarPostal continuera à miser sur des bus diesel et diesel hybrides. «Mais je pars du principe que dans dix ans, plus de la moitié de la flotte de CarPostal circulera sans carburant fossile», affirme Silvio Gely. Comme à Saas-Fee, où CarPostal exploite deux bus électriques en guise de navettes pour les skieurs depuis l'hiver dernier. ■

Innovatrice du mois

Envois postaux avec touche personnelle

Depuis peu, les clients commerciaux de la Poste peuvent conférer une touche très personnelle à leurs envois grâce au concours des robots calligraphes de la start-up berlinoise Wunderpen. Dans le cadre du projet pilote, la Poste examine la demande pour cette prestation jusqu'à fin 2017. Elle vérifie également l'hypothèse selon laquelle un texte manuscrit a plus d'impact qu'un texte imprimé.

Des documents de toutes dimensions peuvent être écrits, de la carte postale au format A4. Les robots disposent d'écritures standard dans leur répertoire, mais sont aussi en mesure d'imiter des écritures personnelles comme celles des cadres. L'écriture manuscrite n'est pas imprimée: la machine guide en effet un crayon sur le papier. Du stylo à bille au stylo-feutre, le robot peut utiliser toutes sortes d'outils d'écriture, y compris le stylo-plume.

Selon Sandra Lasarczik de PMG61, responsable de projet, l'utilisation des sept robots est déjà intense et on peut s'attendre à un véritable pic avant Noël. Elle se tient à la disposition des personnes intéressées pour leur fournir des renseignements sur les capacités et les prix. ■



▶ Le film



«Des objectifs ambitieux, mais tout à fait réalistes»

L'Organisation d'achats de la Poste (OAP) doit être plus efficace et plus rentable. Axel Butterweck, responsable des programmes, livre ses réflexions sur les objectifs du projet OAP2020, actuellement en phase de mise en œuvre.

Interview: Sandra Gonseth / Photo: Béatrice Devènes



Axel Butterweck, responsable des programmes Organisation d'achats de la Poste

Pourquoi réorganiser l'Organisation d'achats de la Poste?

Ce projet doit servir deux objectifs: remplacer les systèmes informatiques d'approvisionnement déjà anciens par une nouvelle plateforme moderne et réaliser plus d'économies grâce à des méthodes et processus d'achat optimisés. Et ce, bien évidemment, sur la base de conditions juridiques et commerciales qui garantissent la transparence des coûts et des prestations à l'échelle du groupe.

Dans quelle mesure ces objectifs sont-ils ambitieux?

Globalement, on peut qualifier les objectifs d'«ambitieux mais parfaitement réalistes». Des comparaisons avec d'autres entreprises nous ont clairement montré qu'ils sont atteignables.

Le projet en est à la phase de mise en œuvre et doit être achevé fin 2018. Que se passe-t-il actuellement?

Suite à la formation de cet été sur plusieurs

méthodes et processus d'achat, nous sommes en train de remplacer les anciens systèmes informatiques d'approvisionnement, dont certains ont plus de 18 ans, par de nouveaux systèmes de type solution cloud. Cette optimisation présente un grand avantage, dans la mesure où nous n'aurons plus besoin de chercher nos informations dans neuf systèmes informatiques différents. Nous travaillerons tous avec le même système afin de garantir la transparence des données.

Ce changement a-t-il également des incidences sur l'organisation?

Trois responsables des clusters Véhicules/transports/maintenance, Immobilier et ICT/prestations/produits viennent compléter l'actuelle Organisation d'achats centralisée et hybride. Cela permet de renforcer la mutualisation du savoir-faire spécialement requis en matière d'achats. Pour le reste, les organisations d'achats actuelles demeurent inchangées. Globalement, nos interlocuteurs ne

verront pas d'importants changements, si ce n'est que nous entendons traiter davantage les produits et prestations par le biais de catalogues.

Qu'est-ce que cela signifie pour les collaborateurs?

Les répercussions du projet se retrouvent avant tout dans le travail des collaborateurs des différentes organisations d'achats. Ils auront d'une part l'opportunité d'évoluer dans un nouvel univers informatique pour les achats et, d'autre part, ils auront pour mission d'intégrer les nouvelles méthodes (gestion stratégique de groupes de marchandises, équipes cross-fonctionnelles, etc.) dans leur travail quotidien. Ceci implique donc un changement important qui nous demandera à tous un engagement total. ■

L'Organisation d'achats de la Poste (OAP)

Composée de l'unité centralisée Corporate Procurement (anciennement Achats du groupe (KEK)) et d'organisations d'achats (OA) décentralisées, l'Organisation d'achats de la Poste (OAP) gère l'ensemble du volume d'achats de la Poste. Les aspects écologiques ou encore les risques et/ou les potentiels d'innovation sont également pris en compte dans l'achat de marchandises et de prestations. La loi fédérale sur les marchés publics et l'ordonnance sur les marchés publics (LMP/OMP) constituent les fondements de la politique des achats de la Poste.

Que pense la population des navettes autonomes?

Les cars postaux autonomes circulent depuis juin 2016 à Sion. Une étude montre que ce nouveau moyen de transport est bien accueilli par la population.

Texte: Urs Bloch



Les personnes qui ont déjà roulé en SmartShuttle ont une attitude positive à l'égard des navettes autonomes.

Depuis le début du projet en juin 2016, des milliers de personnes ont emprunté les navettes postales autonomes. Mais CarPostal a voulu savoir si la population appréciait les SmartShuttle et les bus autonomes en général. Les études d'acceptation et d'impact menées

par l'institut d'études de marché GIM Suisse AG et la Haute école spécialisée de Suisse occidentale livrent aujourd'hui leurs résultats.

Les résultats confirment les observations

Parmi les quelque 400 personnes sondées, 51% ne manifestent aucune préoccupation ou un très faible niveau de préoccupation à l'idée d'une mise en service de bus autonomes. A Sion, où ces navettes font partie du quotidien, 62% des personnes interrogées sont de cet avis. En même temps, 49% des personnes (38% à Sion) déclarent ressentir un niveau de préoccupation modéré ou élevé à l'idée de monter dans un bus autonome. En Chine, en Inde, au Japon et aux Etats-Unis, la part des personnes qui ressentent un niveau de préoccupation élevé est nettement plus importante. Les résultats confirment les observations: les personnes qui ont déjà emprunté un

SmartShuttle ont une attitude plus positive à l'égard des navettes autonomes. Elles expriment aussi des idées pour développer l'offre, par exemple l'augmentation de la vitesse, l'allongement des trajets ou l'utilisation des navettes sur des sites hospitaliers ou d'entreprise. Globalement, la population suisse a une attitude positive à l'égard des bus autonomes. La HES-SO Valais a réalisé à Sion une étude sur le comportement des autres usagers de la voie publique dans l'environnement du SmartShuttle. Il en ressort que les navettes postales autonomes s'intègrent très bien dans le paysage urbain des transports et suscitent peu de réactions négatives. La communication entre les navettes SmartShuttle et les autres usagers de la route pour optimiser les flux de circulation, tout en maintenant une organisation harmonieuse, reste un défi. ■

Rapprocher la Poste de la clientèle

La campagne nationale actuelle pour la clientèle privée se focalise sur les différents points d'accès et les services pratiques de la Poste. Et invite les clients à les utiliser.

Texte: Björn Buri

EFFECTUEZ VOS OPÉRATIONS POSTALES DANS VOTRE MAGASIN DE QUARTIER

Vous trouverez de plus amples informations sur les quelque 900 agences postales dans les magasins de quartier, boulangeries et pharmacies sur maposte.ch

LA POSTE

Objectif de la campagne qui dure de fin août à novembre: accroître la notoriété des différents points d'accès et services de la Poste.

La campagne dédiée à la clientèle privée est menée dans toute la Suisse de fin août à novembre afin d'accroître la notoriété des différents points d'accès et services. Cette campagne véhicule l'expérience Poste «Ma Poste met tout en œuvre pour me simplifier la vie. C'est quand je veux, où je veux et comme je veux.» A cet effet, cinq services sélectionnés sont présentés: l'automate My Post 24, la filiale en partenariat, le service pick@home, les services en ligne et le versement en espèces à domicile. Outre des affiches et des écrans numériques dans les espaces publics, un vaste ensemble de mesures cross-média confère aux messages une visibilité importante. ■



Vous trouverez des informations complémentaires sur maposte.ch, dans le supplément de cette édition au milieu du journal ou en vous abonnant à la newsletter www.poste.ch/newsletter.

Les robots de la Poste jouent les livreurs à Zurich

Depuis début septembre, la Poste teste de nouveau l'utilisation de robots de livraison sur le dernier kilomètre: les machines intelligentes circulent désormais à Zurich. Un petit pas pour la logistique, mais un grand pas pour l'innovation.

Texte: Mathias Forny / Photo: Alessandro Della Bella

Ce 29 août, un robot de livraison entame sa première tournée de distribution dans les rues de Zurich sous les regards critiques d'une dizaine de journalistes. Après les essais techniques menés à Berne et Soleure, plusieurs de ces engins de transport autonomes sont mis en service pour le grand magasin Jelmolli pendant six semaines: les clients de la boutique en ligne peuvent ainsi se faire livrer leurs commandes par le robot. Il n'est pas nécessaire d'indiquer un domicile dans la plus grande ville de Suisse, le lieu de distribution peut être défini de manière flexible sur une carte. Ainsi, le nomade urbain peut par exemple se faire livrer son pique-nique sur le banc d'un parc ou sa nouvelle chemise directement au bureau.

Ce petit automate à six roues a réussi son baptême du feu avec brio: malgré des trottoirs surpeuplés et des routes à traverser, il est arrivé remarquablement vite au lieu de distribution. La sécurité du robot de livraison est assurée par des capteurs, des caméras, un GPS et même un radar. Cependant, l'absence totale d'intervention de l'homme n'est pas (encore) pour aujourd'hui: lors des tests, un spécialiste accompagne le véhicule aux traits futuristes. Il surveille le trajet, mais observe aussi les réactions des passants, qui peuvent parfois porter des jugements très critiques. Une question revient souvent: «Pourquoi la Poste s'intéresse-t-elle à ce genre de projets?» Claudia Pletscher, responsable Développement et innovation, apporte une réponse: «La Poste doit réfléchir à ce que sera le monde dans dix ans. Il est important pour nous de tester de nouvelles technologies avec les clients sur le marché, de les développer et de les intégrer dans nos processus.»

Avant même que le robot n'ait atteint son but, le smartphone du destinataire vibre: un SMS lui annonce l'arrivée de son envoi avec un lien permettant de déverrouiller le compartiment de transport et de retirer la commande. Une fois son travail accompli, le robot fait demi-tour et entame son trajet de retour en bourdonnant légèrement. Dans la rue, plus d'un passant se demande si c'est à cela que le facteur du futur ressemblera. «La Poste distribue chaque jour 18 millions d'envois, notre personnel de distribution est donc imbattable en termes d'efficacité. Mais un jour ou l'autre, le robot de livraison pourra constituer un complément judicieux», estime Claudia Pletscher. ■



Visionnez l'interview de Claudia Pletscher
sur les robots de livraison



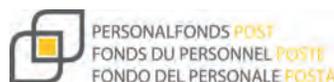
Vacances d'hiver en Suisse



**15 %
de rabais**

15 % de rabais pour tous les salariés et les retraités de la Poste sur tous les appartements de vacances Reka en Suisse. Réservez maintenant : **reka.ch/poste** ou **+41 31 329 66 99**

Powered by Fonds du Personnel Poste



reka

En bref



394 mio.

1

1 La Poste maintient le cap

La Poste clôt le premier semestre 2017 sur un bénéfice consolidé de 394 millions de francs (exercice précédent: 313 millions). Le résultat d'exploitation (EBIT) a atteint 547 millions de francs, progressant ainsi de 164 millions. Cette progression s'explique pour l'essentiel – environ 155 millions de francs – par l'amélioration du résultat obtenu sur le marché des services financiers, mais découle aussi de mesures d'amélioration de l'efficacité, de la transformation du réseau postal et de l'adaptation de nos services au changement de comportement des clients.



2

2 Jeter un œil sur le travail des adultes

Cette année encore, les écolières et écoliers de la 5^e à la 7^e année scolaire auront l'occasion de porter un regard vers l'avenir lors de la journée «Futur en tous genres» qui se déroulera le 9 novembre 2017 à EspacePost. Cette journée donnera aux enfants un aperçu des différents métiers de la Poste et leur permettra de découvrir aux premières loges le quotidien professionnel et l'environnement de travail d'un parent ou d'un proche.

3 Conseils pratiques pour le quotidien professionnel

La Poste a intégralement remanié et réorganisé sa plateforme en ligne «DirectPoint». Les clients commerciaux y trouveront de multiples contenus pertinents et passionnants, ainsi que des conseils et des check-lists sur les thèmes du management, du marketing, de la communication et du marketing de dialogue. Outre le site web, une newsletter et un magazine imprimé viennent compléter l'offre.



www.poste.ch/directpoint
www.poste.ch/directpoint-newsletter
www.poste.ch/directpoint-magazine

4



4 Marco Reber à la direction

Le nouveau responsable de la direction de Post Company Cars SA se nomme Marco Reber (44 ans). Il a pris sa fonction le 1^{er} septembre comme successeur de Bruno Fankhauser, qui dirigeait Post Company Cars SA par intérim depuis le printemps 2017 et conserve son statut de responsable Operations et membre de la direction. De 2011 à 2016, Marco Reber a été CEO de Business Fleet Management SA, une filiale de Swisscom consacrée à la mobilité.

5 Real Estate Award 2017

Avec son Service on Demand, une innovation numérique axée sur les résultats en matière de Facility Management, l'unité Poste Immobilier a été nommée pour l'attribution de la distinction Real Estate Award 2017 dans la catégorie «Gestion». Les votes en ligne se dérouleront jusqu'au 15 octobre 2017. Merci pour votre vote!



www.poste.ch/service-on-demand

Profitez des nombreuses offres



Se ressourcer à midi
De 12h15 à 12h45, Bâle 2
 Dès cet automne, profitez de la pause de midi pour vous échapper du quotidien professionnel et recharger vos batteries avec Valéria Vögtli, coach en relaxation. Ceux qui souhaitent proposer une offre comme elle sont chaleureusement invités à la publier sur postactivity.ch.



Lausanne Marathon
21 et 22 octobre 2017, Lausanne
 Courir avec d'un côté le lac Léman, de l'autre les vignobles, les bateaux, la statue de Charlie Chaplin, les Alpes et bien plus encore? La ville olympique et son paysage enchanteur n'attendent plus que vous!

Agenda

DAS ZELT - Chapiteau PostFinance
 13.10. – 24.10.2017,
 Aarau, Schachen
www.daszelt.ch

OLMA, Saint-Gall
 12 – 22.10.2017
www.olma-messen.ch

L'évolution de la société: une opportunité





Le bureau de poste de Hombrechtikon en 1918

Jamais le monde ne s'est transformé aussi rapidement. Les milieux économiques et la société mettent à profit le numérique pour innover, développer de nouveaux modèles et se réinventer en permanence. La Poste n'est pas en reste.

Textes: Sandra Gonseth / Photos: MfK Bern, Annette Boutellier, Michela Locatelli / Infographie: Christina Messerli, Fanny Güdel

Comment dit-on déjà? Les enfants sont le reflet de notre société. Barbara Baer, enseignante à Berne, le vit au quotidien: «Aujourd'hui, les élèves sont plus ouverts, critiques et réfléchis.» Avec le numérique, ils sont constamment distraits et souvent moins persévérants, mais ils ont beaucoup d'idées, montrent davantage d'intérêt et réagissent de manière très flexible à la nouveauté. De l'autre côté, on trouve la génération des seniors, qui a plutôt des difficultés à appréhender l'évolution numérique et le monde du travail globalisé. Le professeur de sociologie zurichois François Höpflinger précise: «L'évolution offre de nouvelles opportunités principalement aux personnes jeunes, mobiles et bien formées.»

Le changement est inéluctable

Mais en quoi consiste précisément ce bouleversement dans la société? «D'une part, il s'agit d'une évolution du contexte démographique, social et économique», explique François Höpflinger. La population est aujourd'hui plus âgée, bien formée et profite d'une espérance de vie plus longue. D'autre part, il y a une évolution des valeurs, comme le besoin de se sentir en sécurité dans une société moins sûre, ou l'individualisme croissant. Ce dernier se manifeste également dans le comportement d'achat: le client veut des produits qui correspondent à ses besoins individuels.

La quasi-totalité des secteurs et professions est concernée

«Nos clients sont de plus en plus mobiles et exigeants, comme Dieter Bambauer, responsable PostLogistics. «Quand ils commandent un produit en ligne, ils veulent pouvoir le déballer le lendemain.» François Höpflinger est d'ailleurs convaincu que cette tendance va se poursuivre: «Aujourd'hui déjà, la population utilise de plus en plus d'offres numériques et réalise ses achats, opérations postales ou bancaires dans des centres suprarégionaux.» Si l'évolution du comportement des clients touche la quasi-totalité des

Suite à la page 12

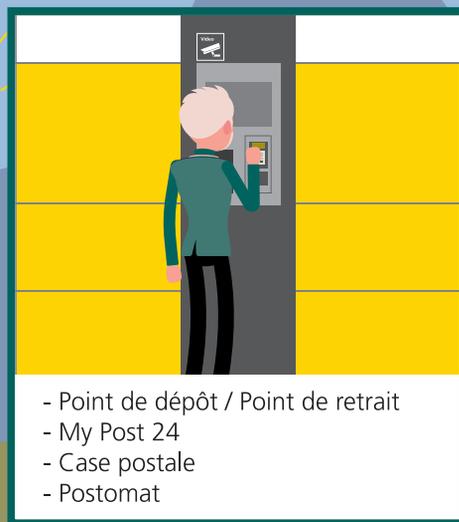
LES POINTS D'ACCÈS DE LA POSTE

A la maison



- Service de base
- Service à domicile
- Versement en espèces à domicile

En déplacement



- Point de dépôt / Point de retrait
- My Post 24
- Case postale
- Postomat



- Filiale
- Filiale PostFinance



Suite de la page 11

secteurs et des professions, les entreprises de services qui comptent parmi leurs clients des jeunes aussi bien que des seniors se trouvent face à un défi majeur. En effet, elles sont confrontées à un fossé entre les générations en termes de besoins. (Voir aussi l'entretien en page 15).

La Poste vit sa plus grande transition

Entreprise riche en traditions, la Poste est appelée ici à jeter des ponts. «Au fil de son histoire, la Poste s'est toujours adaptée aux changements et aux nouvelles technologies, rappelle Bernhard Häuselmann, responsable de projet Stratégie Poste. Dès que la première automobile a pris la route, elle transportait déjà un sac postal.» Le numérique est vraisemblablement la plus importante transformation de l'histoire de l'entreprise. «Actuellement, nous examinons en profondeur des questions de croissance et de développement, nous sommes à l'affût des tendances, et nous évaluons si elles peuvent être mises en place sur l'ensemble du territoire», explique Bernhard Häuselmann. En effet, la Poste doit être présente là où sont les clients. Par exemple au travers de la transformation du réseau postal, qui a été progressivement adapté aux nouveaux besoins de la clientèle (voir infographie). La Poste teste également la

«Au fil de son histoire, la Poste s'est toujours adaptée aux changements et aux nouvelles technologies.»

Bernhard Häuselmann

viabilité pratique des innovations comme les navettes autonomes ou les robots de livraison, afin d'identifier les technologies permettant d'améliorer encore la qualité de service pour nos clients.

Autres moteurs de changements

A la Poste, les moteurs des changements sont les aspects sociétaux et technologiques, mais aussi le contexte politique et juridique. «La Poste a en partie les mains liées», souligne Bernhard Häuselmann. Dans le



Numérique

- Services en ligne
- Applications

Collaborateurs et clients de la Poste



Nicole Marchon Besson (43 ans), responsable de projet CEM à PostMail
A deux enfants et habite à Berne avec sa famille. Elle se rend au travail en vélo électrique et fait ses courses dans son quartier.

«Mes habitudes ont changé en ce sens que je souhaite que mes besoins soient satisfaits rapidement. Quand je commande en ligne, je veux recevoir mon colis le plus vite possible. Lorsque ce n'est pas le cas, je préfère changer de prestataire. J'utilise principalement la prestation «Mes envois» car je ne souhaite pas dépendre des horaires d'ouverture d'une filiale. Je trouve pratique de pouvoir demander une nouvelle distribution des lettres recommandées, ou que le facteur dépose les colis directement dans l'abri de jardin, en toute sécurité. Je me rends à la filiale uniquement pour acheter des timbres. En tant que cliente de la Poste, il est important pour moi d'avoir le choix d'utiliser une prestation numérique ou physique. La Poste suit le rythme des innovations, je trouve ça bien.» ■

secteur bancaire, par exemple, la Poste ne dispose toujours pas d'une licence bancaire. L'association faîtière des milieux économiques économiquesuisse a même récemment appelé les politiques à ne pas restreindre la liberté nécessaire à la transformation par le biais de réglementations hâtives. Sa nouvelle étude montre que la Suisse est en position favorable pour gérer avec succès la transformation numérique, notamment grâce à l'excellence de son système de formation professionnelle. «Aujourd'hui, l'enjeu principal est la capacité à aborder les défis liés au numérique de manière positive, ouverte et en toute confiance», explique Rudolf Minsch, économiste en chef chez économiquesuisse. En effet, à l'heure qu'il est, nul ne peut dire avec certitude où les développements actuels nous mèneront dans cinq, dix ou vingt ans. ■



Diane Cattin (23 ans), factrice à la base de distribution de Boudry
Habite avec son ami dans le Val-de-Ruz (Jura neuchâtelois), se rend au travail en voiture, effectue une grande partie de ses achats sur Internet et dans des magasins locaux.

«La société ne faisant qu'évoluer, il faut s'adapter. Je trouve surtout le suivi des envois très pratique. Comme mes habitudes en tant que cliente n'ont guère changé pour le moment, ce qui compte avant tout pour moi est d'avoir une filiale dans mon village. Les filiales permettent de montrer l'image sociale de la Poste et bon nombre de personnes comme moi ne peuvent s'en passer. Je trouve bien que la Poste offre de nouvelles prestations, pour autant qu'elle n'exige pas davantage de travail tout en diminuant le temps nécessaire pour le faire. Parfois, il faut accorder un peu plus de temps pour un travail bien fait.» ■



Michel Rolli (27 ans), conseiller à la clientèle dans la filiale PostFinance de Bienne
Vit en colocation à Berne avec deux amis de longue date, utilise les transports en commun pour venir au travail, réalise ses achats principalement à la gare centrale de Berne et le week-end dans son quartier.

«Je vois le numérique comme une opportunité et pas du tout comme quelque chose de négatif. A mes yeux, il est important que les prestations me facilitent la vie. C'est pourquoi je privilégie les produits qui s'adaptent aux besoins du client. A titre privé, j'utilise principalement les automates My Post 24, les timbres-poste SMS, la PostFinance App, mobile e-trading et PostFinance Benefit. Je trouve bien que la Poste soit ouverte au changement, qu'elle tienne compte du numérique et qu'elle propose toujours de nouvelles prestations. En tant que client de la Poste, il est important pour moi de continuer d'avoir accès aux prestations que j'utilise et, lorsque ce n'est pas possible, de bénéficier d'une alternative satisfaisante.» ■



Pietro Cattaneo (56 ans), responsable RéseauPostal région Tessin et Moesa
Vit avec sa femme à Meride. A son bureau à domicile et fait principalement ses achats au centre commercial de la région. Aime aussi commander des articles non alimentaires en ligne.

«Le numérique facilite beaucoup mon quotidien. Quand mes enfants étudiaient à l'étranger, je pouvais échanger avec eux et même gérer leurs comptes via e-finance grâce à des applications. Naturellement, les nouvelles technologies suscitent aussi des craintes. Personnellement, je préfère le contact direct avec mon interlocuteur. J'utilise quasiment tous les services numériques de la Poste. Les plus demandés sont les applications de la Poste, PostFinance, TWINT, PostCard Creator et E-Post Office. Je peux suivre mes envois et les faire distribuer dans les automates My Post 24 à proximité de mon lieu de travail. Grâce aux nouvelles technologies, je n'ai plus besoin de me déplacer au bureau; je peux échanger directement avec mes collaborateurs depuis mon bureau à domicile. Je trouve très positif que la Poste soit à l'avant-garde en matière d'innovation et de nouveaux produits.» ■

«Chaque tendance entraîne tôt ou tard une contre-tendance»

A qui profitent les mutations sociétales et qui sont ceux qui se sentent dépassés par leur époque? Les réponses de François Höpflinger, 69 ans, professeur émérite de sociologie de l'Université de Zurich.

Interview: Sandra Gonseth / Photo: Keystone

«En principe, toutes les branches et professions sont concernées par l'évolution des besoins des clients.»

François Höpflinger



Pourquoi avons-nous souvent des réserves face aux nouvelles tendances?

Ce qui est ancien nous est familier, mais la nouveauté représente l'inconnu. De fait, souvent, les nouveautés suscitent d'abord le scepticisme. Cependant, le rapport ancien/nouveau s'est fondamentalement transformé dans notre société: avant, il fallait justifier l'introduction de nouveautés, alors qu'aujourd'hui, il faut justifier pourquoi on ne doit rien changer.

Qui est le plus à même de gérer le changement?

D'une manière générale, le changement offre de nouvelles opportunités aux jeunes: par exemple, la mondialisation du marché du travail multiplie les options de carrière pour les jeunes travailleurs mobiles et bien formés, là où les travailleurs plus âgés qui n'ont pas effectué de perfectionnement se sentent menacés. Cela vaut également pour la mutation numérique, dont sont surtout exclues les personnes plus âgées qui ne sont pas ouvertes à la nouveauté.

Dans quels secteurs le changement est-il le plus significatif?

En principe, presque toutes les branches et professions sont concernées par l'évolution des besoins des clients. Même les métiers artisanaux classiques sont confrontés à des clients exi-

geants et bien informés la plupart du temps. Les entreprises de services, dont les clients sont aussi bien des personnes jeunes que des personnes plus âgées, font face à un défi particulièrement important car en matière de besoins, il existe de profondes divergences intergénérationnelles.

Les filiales en partenariat dans les épiceries permettent aussi de faire ses courses pour la semaine. Est-ce que ceci correspond aux orientations actuelles de la société?

La tendance, accentuée par les boutiques en ligne, est à la disponibilité permanente, y compris le soir et le week-end. Parallèlement, on assiste à un détachement des commerces spécialisés, auxquels on préfère des lieux polyvalents où l'on peut effectuer différentes activités et plusieurs types d'achats.

Etes-vous en train de dire que les épiceries et les postes de village ne revêtent plus autant d'importance pour les jeunes familles?

Les jeunes familles, notamment lorsque les deux parents travaillent, sont plus mobiles et donc moins disposées à profiter des offres locales. Ceux qui sont très sollicités comme les jeunes parents privilégient le recours aux offres numériques et aux offices de poste et magasins inter-régionaux.

Le changement est sur toutes les lèvres.

Mais qui est à l'origine des tendances, au juste?

Certaines évolutions, comme le vieillissement de la population, ne sont le fait d'aucun acteur. Alors que d'autres tendances sont insufflées par des entreprises de marketing et de mode, notamment dans les domaines créatif et culturel. Les nouvelles orientations sociétales, comme le phénomène actuel de partage des ressources communes mieux connu sous le nom d'«économie collaborative», naissent dans les zones urbaines qui mettent en réseau des jeunes issus de différentes cultures et spécialisés dans différents domaines. On constate que chaque tendance entraîne tôt ou tard une contre-tendance. C'est intéressant d'un point de vue sociologique. Ainsi, la mondialisation a contribué à une contre-tendance: la revalorisation des traditions locales en Suisse.

Quels sont les changements qui vous ont le plus marqué?

L'émergence de l'ordinateur, puis d'Internet a joué un rôle fondamental dans la vie professionnelle, car elle a permis de relier mieux et plus simplement les choses entre elles. Sur le plan personnel, ce sont le passage à l'âge adulte de mes deux enfants et la naissance de mes quatre petits-enfants qui m'ont beaucoup marqué. ■

«Au final, ce sont nos collaborateurs fiab

Davantage de flexibilité et de confort à la réception des envois grâce à de nouvelles prestations complémentaires? Marc des clients, l'essor du marché des colis et les nouveaux moyens de distribution.

Interview: Lea Freiburghaus / Photo: Yoshiko Kusano / Illustration: Dennis Oswald, Branders

Réactions

Andreas Moser, PM

Les points d'accès actuellement disponibles me suffisent. Les automates My Post 24 en particulier m'apportent une véritable valeur ajoutée, car je ne suis pas tenu de respecter des horaires et que cette possibilité n'implique aucun coût supplémentaire.

Peter Burch, PN

En principe, je bénéficie d'une valeur ajoutée lorsque je peux décider moi-même de la fenêtre de livraison. Mais c'est aussi une question de prix. En général, on aime recevoir les produits commandés à domicile aussi vite que possible. Si la différence entre un colis «normal» et le «colis avec indication de la plage horaire» est de plusieurs jours pour la distribution (comme pour le courrier A et B), sans oublier le supplément, alors je devrais examiner cela plus en détail.

Giuseppe Marcucci, PN

Pour ma part j'estime qu'il y a actuellement assez de moyens pour retirer des colis, My Post 24, PickPost et points d'accès PN ainsi que distribution par facteur. Pourquoi chercher encore à inventer des solutions qui, à mon avis, ne répondent pas spécialement à un besoin clientèle, surtout en sachant que, dans la journée, les clients sont au travail et que le soir, les loisirs priment avant d'être tributaire d'une plage horaire de distribution?

Markus Kohli, K

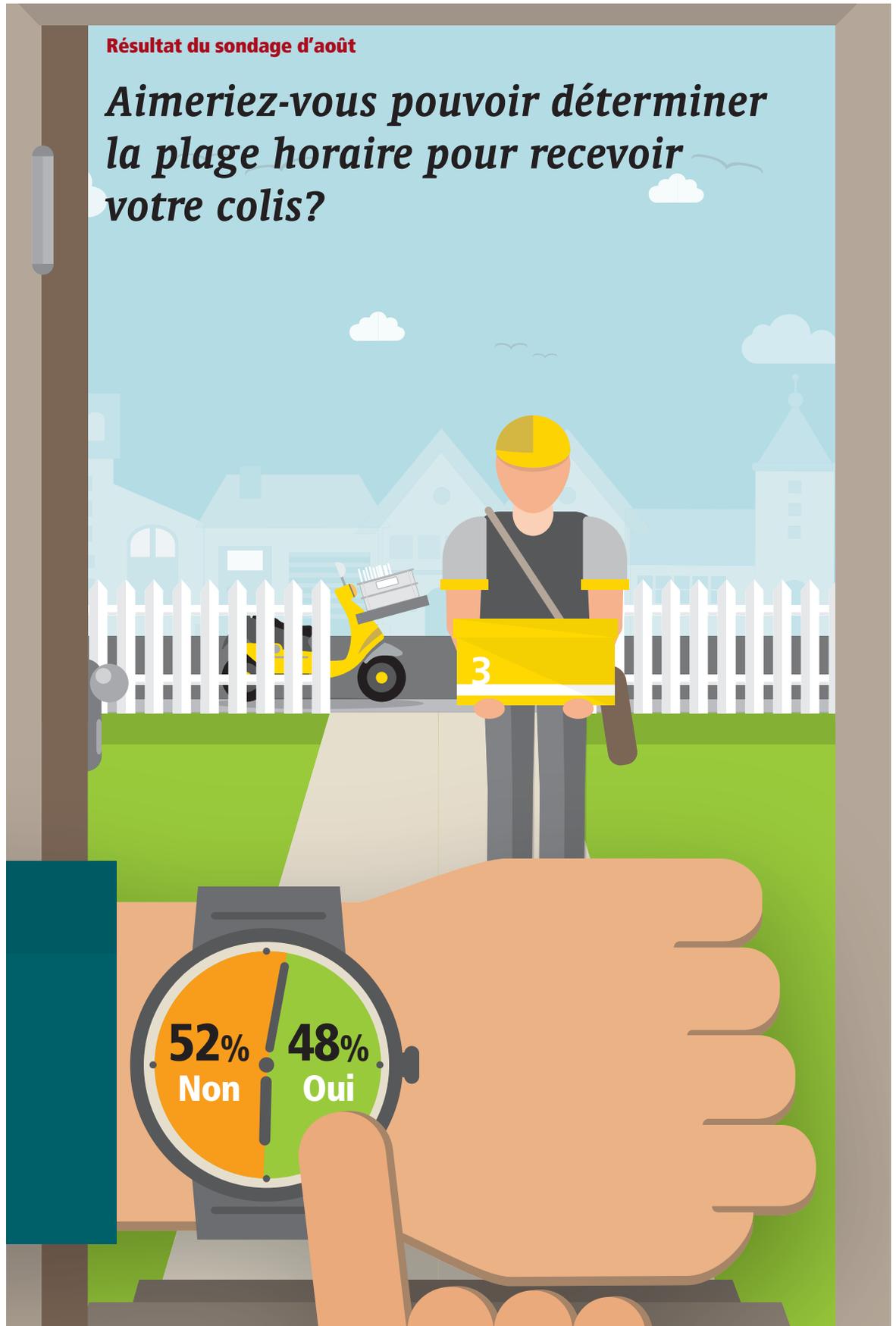
Peut-être devrait-on examiner l'approche d'autres prestataires de services logistiques qui peuvent d'entrée de jeu indiquer au client à environ une heure près quand leur commande sera livrée. Cela représenterait une nette amélioration pour les clients au lieu de pouvoir réserver une plage horaire de presque une demi-journée moyennant paiement. Je ne vois pas de grande valeur ajoutée dans ce cas.



Plus de réactions online:
www.post.ch/journaldupersonnel > Archive

Résultat du sondage d'août

Aimeriez-vous pouvoir déterminer la plage horaire pour recevoir votre colis?



les et aimables qui font la différence»

Hasler, responsable Développement des produits et du marché chez PostLogistics, évoque le changement des habitudes

La moitié des facteurs qui ont participé au sondage aimeraient pouvoir décider eux-mêmes de la plage horaire dans laquelle ils reçoivent des colis. Ce résultat vous surprend-il?

Non. Au contraire, c'est un chiffre réjouissant qui prouve que la nouvelle offre est très appréciée. Bien sûr, cela ne suffit pas pour que nous atteignons tous les clients, ces derniers ayant des besoins variés. Nous proposons toute une palette de services aux destinataires. L'un choisit la possibilité de gérer l'envoi par le biais du service en ligne «Mes envois» tandis que l'autre utilise la disponibilité 24h/24, 7 j/7 de nos automates My Post 24.

Dans quelle mesure les prestations complémentaires proposées par la Poste sont-elles demandées, par exemple la distribution le samedi, le dimanche ou le soir?

Ces dernières années, la Poste a introduit ces prestations complémentaires ainsi que le service en ligne «Mes envois» pour donner aux clients davantage de flexibilité et de confort pour la réception et l'expédition de leurs envois. La distribution le samedi et la distribution le soir ont trouvé leur place et affichent des taux de croissance réjouissants. La distribution le dimanche est encore en phase d'introduction et fait l'objet d'une utilisation intensive par quelques gros clients.

L'e-commerce est en plein essor et le volume des colis augmente. Comment le marché va-t-il évoluer à l'avenir?

En 2016, le volume de l'e-commerce a progressé de 8,3% pour s'établir à 7,8 milliards de francs. Nous partons du principe que cette croissance va persister. Les progrès du numérique dans le secteur du commerce nous amènent à tabler sur une nouvelle intensification de la croissance parallèlement à une extension dans de nouveaux domaines.

La distribution doit être toujours plus rapide et plus flexible. Les habitudes des clients continueront-elles à évoluer dans ce sens?

Le baromètre de l'e-commerce suisse 2016



Marc Hasler, responsable Développement des produits et du marché à PL

confirme que les clients attendent une livraison rapide – en Suisse, de préférence dès le lendemain de la commande. L'augmentation des volumes de colis Priority que nous traitons en atteste. De plus, la distribution le jour même est de plus en plus demandée. Les modèles d'Instant Delivery à l'intérieur des villes avec une livraison en 90 minutes gagnent aussi en importance. Par ailleurs, les clients en ligne souhaitent pouvoir choisir entre différentes options d'expédition, telles que le choix d'un lieu de livraison alternatif, la distribution en dehors des heures habituelles ou la notification de la distribution par SMS. Et ce n'est pas tout: les destinataires souhaitent encore plus de flexibilité dans la gestion des envois et une réception à la carte, allant jusqu'à la distribution sur la base de la localisation par GPS.

Zurich teste actuellement le robot de livraison de deuxième génération. Quelle sera la suite des événements?

Actuellement, nous testons avec le grand magasin Jelmoli les moyens d'intégrer des robots de livraison dans une chaîne logistique existante. Notre objectif consiste à engranger des expériences dans les domaines les plus variés, de la livraison de repas à la distribution le jour même d'envois spéciaux, en passant par l'expédition de produits médicaux. Nous percevons un potentiel

chez les robots de livraison pour un transport de manière flexible, rapide et avantageuse de petits envois.

Qu'en est-il de la distribution avec des drones?

Au niveau mondial, la Poste joue un rôle de pionnier dans la logistique de drones. A Lugano, des drones de livraison vont transporter des échantillons de sang de manière régulière entre deux hôpitaux dès 2018. Une exploitation à titre de test est déjà en cours. Les drones joueront un rôle croissant dans la logistique, surtout pour le transport d'envois hautement prioritaires et/ou dont le contenu est de grande valeur. Cependant, même à long terme, les drones ne remplaceront pas les capacités de nos 1900 véhicules de distribution.

A quoi ressemblera la distribution des colis dans dix ans et quelles seront les répercussions pour nos collaborateurs?

Je perçois cinq tendances qui exerceront un impact décisif sur le marché des colis. Premièrement, le commerce en ligne – et donc le volume des colis – continuent de se développer. Deuxièmement, la concurrence, mais aussi la pression sur les marges, continuent de s'intensifier. Troisièmement, avec les nouvelles technologies, nos activités vont évoluer. Quatrièmement, les clients sont toujours plus exigeants et souhaitent des offres toujours plus personnalisées. Cinquièmement, l'urbanisation croissante et la population vieillissante poseront de nouveaux défis. Quelles sont les conséquences pour les collaborateurs? Nous continuerons à évoluer dans un marché en croissance âprement disputé. Malgré de nouveaux moyens de distribution, nos collaborateurs fiables et aimables vont rester indispensables. Plus encore, ce sont nos collaborateurs qui contribuent largement à générer des expériences clients positives. Au final, c'est ce qui fait la différence. ■



<https://e-commerce.poste.ch>

La question du mois

Confieriez-vous vos données médicales à la Poste?



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

ou par écrit à: La Poste Suisse SA, Rédaction
«La Poste» (K12), Wankdorfallee 4, 3030 Berne

«Nous sommes le visage de la Poste»

Dans le cadre de la nouvelle stratégie 2017-2020, l'unité du groupe RéseauPostal (PN) se prépare à donner au réseau postal toute la place qu'il mérite. Concrètement, qu'est-ce que cela signifie? Et quel est le but de la démarche? Thomas Baur, responsable RéseauPostal, nous en dit plus.

Interview: Gabriel Ehrbar, Vera Trachsel / Photo: Monika Flückiger



Thomas Baur, responsable RéseauPostal

En juin, vous avez exposé la nouvelle stratégie aux cadres de PN. Comment ont-ils réagi?

Très positivement. J'avoue que j'ai été relativement surpris, car je ne leur avais pas annoncé que de bonnes nouvelles, et carrément épaté quand j'ai constaté ensuite que les perspectives dévoilées avaient déclenché chez eux une véritable envie de renouveau. Ils sont bien conscients de la finalité de la démarche, du rôle qu'eux-mêmes et l'unité PN ont à jouer au sein du groupe, du potentiel offert par les médias numériques et de notre volonté d'investir dans le personnel. Ils ont aussi bien accueilli notre nouveau modèle de gestion, qui vient renforcer les responsabilités et les compétences sur le terrain.

La stratégie comporte quatre grandes orientations assorties de différentes mesures. Quelle est votre priorité à court terme?

Continuer à assurer le développement du réseau, tout en nous mobilisant autour du projet «Filiale du futur», qui ne vise pas seulement à réaménager nos filiales, mais aussi, et surtout, à les «parer» pour le numérique. En clair: nous devons miser sur la formation et sur l'optimisation de notre infrastructure pour que notre personnel arrive à maîtriser parfaitement le conseil en matière de produits numériques.

Quels sont les principaux changements qui seront palpables pour le personnel de PN dans les mois à venir?

Pour moi, il est important que notre personnel perçoive que c'est désormais une autre philosophie de gestion qui prévaut, surtout avec le renforcement des responsabilités et des compétences sur le terrain que j'évoquais à l'instant.

Une stratégie ne peut porter ses fruits que si l'ensemble du personnel contribue à sa mise en œuvre. Comment procédez-vous pour impliquer le personnel dans la démarche?

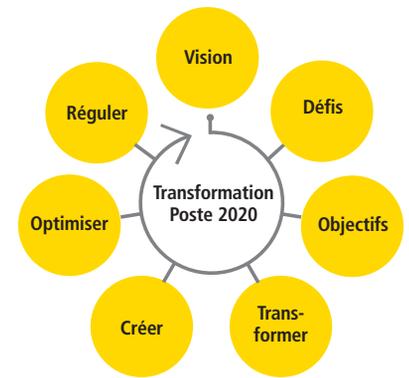
Une stratégie ne doit pas rester un document abstrait, mais être bien assimilée par tous et portée par une dynamique collective. C'est pourquoi nous devons sans cesse réexpliquer à notre personnel en quoi elle consiste et quelle est sa raison d'être, pourquoi des changements sont nécessaires et dans quel but nous prenons telle ou telle mesure. Tous les collaborateurs doivent avoir compris la stratégie pour pouvoir être les acteurs de son déploiement. De plus, il est fondamental de veiller à ancrer en permanence la stratégie dans le travail quotidien, car elle doit avoir un sens bien concret pour chacun. Enfin, des promesses ont été faites et elles doivent être rapidement suivies d'effets. Il faut que le personnel sente que les choses bougent!

Quelles sont les opportunités offertes par la nouvelle stratégie PN aux autres unités du groupe?

Le Poste a déjà développé une foule de bons produits et concepts dans le domaine du numérique, mais, dans tous les cas ou presque, le groupe et les unités se trouvent confrontés à un même grand défi: comment faire pour atteindre un vaste public avec ces offres? C'est sur ce point que le réseau postal peut jouer un rôle majeur, en facilitant la pénétration du marché.

Une dernière question: pour vous, que représente le réseau postal?

Nous tous, y compris le personnel de distribution, sommes le visage de la Poste. Nous accueillons la clientèle et lui ouvrons les portes du monde jaune. ■



Les quatre grandes orientations de la nouvelle stratégie PN

Plus de jaune

Avec nos offres, nous simplifions la vie quotidienne de notre clientèle.

A 100% pour 100 de plus

En nous engageant à 100%, nous souhaitons améliorer le résultat financier de 100 millions de francs.

Plus de clients enthousiastes

Avec des offres adaptées à ses besoins, nous créons des expériences positives pour le client.

Mon domaine de responsabilité – mon entreprise

Nous assumons toute notre responsabilité, mettons nos points forts à profit et agissons en entrepreneurs.



Plus d'infos sur la stratégie PN sur Intranet: www.post.ch/strategiepn
Echanger maintenant via le TommyBlog: www.simplement-proches.ch > TommyBlog

Postorama 2017

Intéressés par les nouveautés de la Poste? Vous désirez aussi poser des questions à Susanne Ruoff? Alors ne manquez pas notre prochain événement Postorama, de 19 à 22 heures.

- 25 octobre à Schlieren

Pour s'inscrire: www.poste.ch/postorama

Nouvelles sources de revenus pour IMS

Des prix avantageux pour la Poste et de nouvelles idées pour le marché tiers afin d'accroître les bénéfices: tels sont les objectifs de Poste Immobilier Management et Services SA pour les années à venir. Voici comment les réaliser.

Texte: Claudia Iraoui / Infographie: Pixelfarm

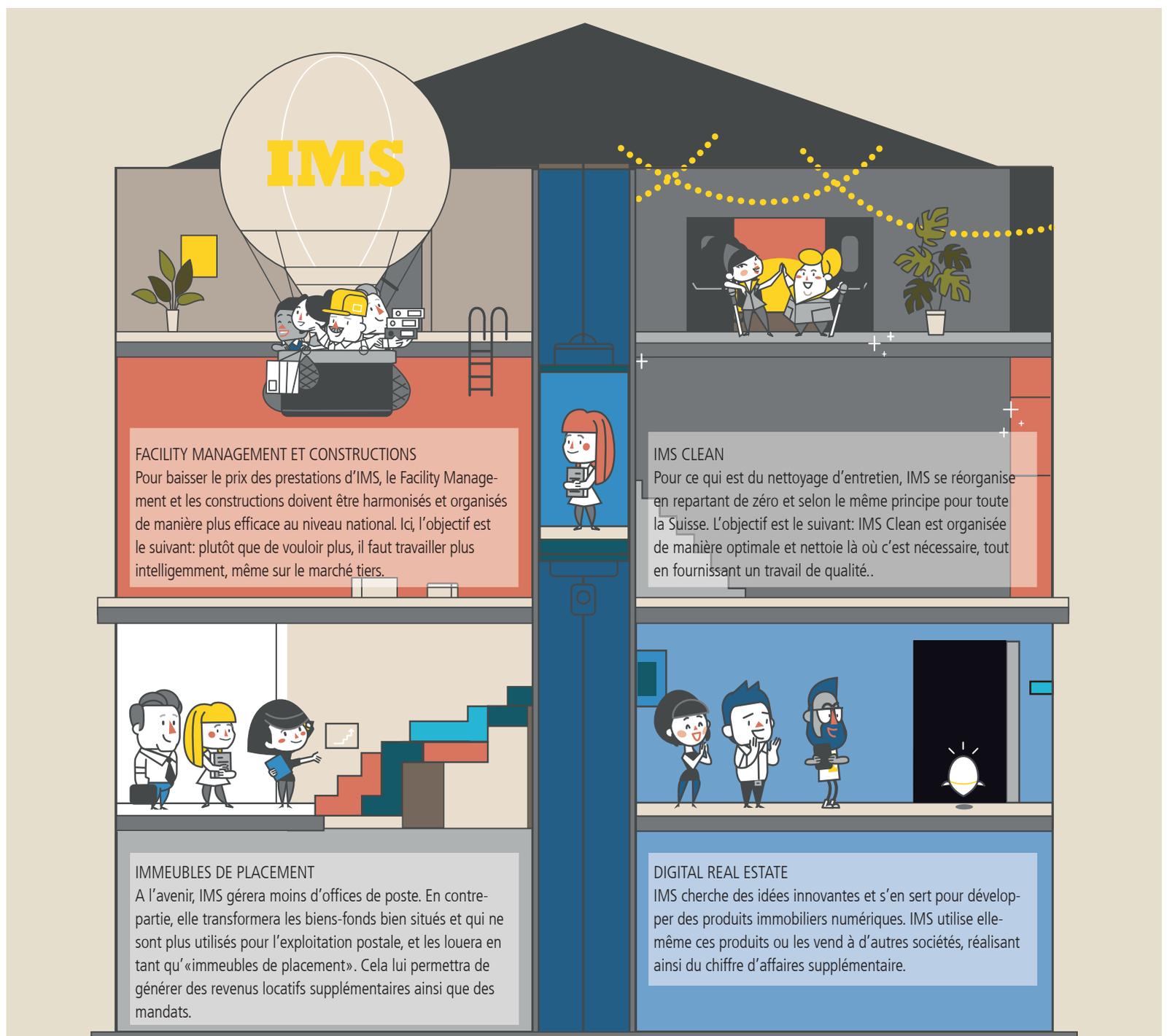
Les évolutions de la société et la numérisation ont des répercussions directes et indirectes sur toutes les unités de la Poste. En tant que prestataire de services immobiliers couvrant l'ensemble du cycle de vie d'un bâtiment, Poste Immobilier Management et Services SA n'est pas épargnée. «IMS poursuit principalement deux objectifs: mettre à disposition des unités de la Poste des surfaces adéquates aux prix du marché et générer à long terme des revenus locatifs de tiers en développant le par-

immobilier non utilisé pour l'exploitation postale», explique Stefan Dürig, responsable IMS. La transformation du réseau postal a des effets majeurs sur l'unité: le remplacement des offices de poste par de nouveaux formats induit des pertes de mandats et de chiffre d'affaires pour IMS. Parallèlement, la Poste exige des prestations plus avantageuses, et ce dans les domaines du Facility Management et du nettoyage. Mais comment dégager de nouvelles sources de revenus tout en réduisant les coûts par

mètre carré? La réponse se trouve dans la nouvelle stratégie d'IMS, expliquée dans notre infographie et la vidéo Intranet. ■



Visionner la vidéo



Pilote à la Mecque des vols biplaces

Quand elle est pilote de vol biplace, Carolyn Lansdell montre aux touristes à Interlaken ce que sinon seuls les aigles peuvent voir. Avec le car postal, elle emmène ses passagers sur l'une des lignes de montagne les plus difficiles.

Texte: Ruth Hafen / Photos: Monika Flückiger



En vol d'approche.

Elle sait ce que signifie découvrir le monde vu du ciel. Elle aime par-dessus tout utiliser les thermiques pour tourner dans les airs avec son parapente comme un oiseau. Voler est sa passion – et son métier. Depuis trois ans et demi, elle complète ses revenus avec le car postal. Là encore, elle grimpe vers les sommets en empruntant la ligne de montagne qui va de Wilderswil vers Saxeten avec son minibus. C'est une ligne à une voie difficile, pleine de virages serrés, mais cela lui convient tout à fait. Evidemment, Carolyn Lansdell préférerait éviter les quelques secondes de grosse frayeur qu'elle éprouve lorsque des cyclistes arrivent soudain en face d'elle, lancés à pleine vitesse. Mais elle sait qu'elle peut faire son travail en toute tranquillité. Côté horaires, elle n'a pas de grosse pression. Elle apprécie d'autant plus son travail quand elle entend les annonces d'embouteillage à Berne et à Lucerne.

Née à Bâle, Carolyn, qui a aujourd'hui 51 ans, a déménagé dans la région voilà 16 ans. «Saxeten est très proche du Petit Dubäi, comme j'aime appeler Interlaken. Très proche, mais en même temps très loin de tout. J'aime ce contraste.» Carolyn Lansdell est chauffeur de car postal à 30%, sinon elle travaille à Interlaken, «la Mecque des vols biplaces», en tant que pilote de vol biplace en parapente.

Découvrir le monde en mode saltimbanque

Cela fait maintenant presque 30 ans que Carolyn Lansdell a débuté sa carrière de parapentiste. Elle a découvert ce sport en 1988 après avoir fait du plongeon, du trampoline et du ski acrobatique. Le parapente l'a très vite emporté sur tout le reste. A partir de 1994, elle intègre la ligue suisse et parcourt le

Infos personnelles

Carolyn Lansdell (51 ans)

Depuis trois ans et demi chez CarPostal

Formation d'employée de commerce

Brevet de monitrice de snowboard et certificat de pilote de vol biplace FSVL et USHPA

2^e rang final à la Coupe du monde de parapente en 1999

Vit avec sa fille Robyn (16 ans) à Matten près d'Interlaken

Quand elle n'est pas dans son jardin, elle aime se détendre sur l'eau en pratiquant du stand up paddle

ou du snowboard en hiver

monde pendant sept ans pour participer à des compétitions. Cette vie de «saltimbanque», dit-elle, lui a beaucoup plu. Pour les vols de distance, il s'agissait de rallier certains sites en volant plus vite que les autres pour gagner. Une sorte de jeu de piste dans les airs, aventures garanties! «Si tu évalues mal les thermiques et que tu atterris n'importe où dans la nature, il faut encore pouvoir se débrouiller pour retourner à la civilisation. En Chine, c'est un véritable défi car personne ne parle anglais dans les campagnes et toutes les cartes sont en chinois. Durant cette période, j'ai appris que les gens sont toujours prêts à vous aider, où que vous soyez dans le monde.»

Une grande expérience du vol et beaucoup de tact

Après la naissance de sa fille Robyn en 2001, elle s'est concentrée sur son travail de pilote de vol biplace et vole aujourd'hui souvent avec des femmes du monde arabe qui exigent des pilotes femmes. Il arrive que certaines de ses clientes fassent un vol biplace uniquement par amour pour leur mari. Si la peur vient s'ajouter au manque d'entrain pour le sport, Carolyn Lansdell doit, outre son expérience de vol, faire preuve de tact. En effet, les vols doivent s'enchaîner sans perdre de temps: monter au site de décollage, donner les instructions, décoller, voler, faire des photos, descendre en spirale, transférer les photos et les remettre au client. Next, please! C'est peut-être pour cela qu'elle apprécie tant la ligne CarPostal vers Saxeten, qui compense le tumulte de la vallée. ■

*«Où que vous
soyez, les gens
sont toujours
prêts à vous
aider.»*





Le facteur Werner Fedier est déjà attendu avec impatience à Isenthal.



Encore quelques mètres et Ursi aura rejoint la cabane.



Du courrier pour la cabane

Les cabanes du CAS sont des destinations de randonnée très prisées en été et au début de l'automne. Nous avons voulu savoir comment fonctionnait la distribution postale sur place. Par exemple à la Sewenhütte (UR).

Texte: Lea Freiburghaus / Photos: Monika Flückiger

Le sac à dos est bouclé, les chaussures de randonnée lacées. Il ne manque plus que le courrier! Et voilà le facteur Werner Fedier qui gravit la rue étroite vers Isenthal, tourne au coin et approche de la maison devant laquelle Ursi Gehrig, gardienne de la Sewenhütte, l'attend. L'adresse privée des Gehrig est aussi l'adresse postale de la cabane du CAS, que son mari et elle gardent de début juin à octobre. «Le courrier pour la cabane comporte essentiellement des factures, explique Ursi. Mais il arrive parfois que nous recevions des lettres et des cartes postales envoyées par d'anciens clients». Ursi fait un brin de causette avec le

facteur avant de prendre la route d'Altdorf. Après un bref arrêt chez le grossiste de légumes, où elle ajoute encore dix kilos à son sac à dos, elle passe rapidement par Erstfeld et Wassen en direction du col du Susten. Peu avant d'arriver au col, Ursi gare sa voiture sur le parking Goretzmettlenbach. A partir de là, elle finit le trajet à pied. 500 mètres de dénivelé, d'abord à travers la forêt, puis à travers la bruyère, pour parvenir à 2150 mètres d'altitude. «Si mon sac à dos n'est pas trop lourd, je fais le trajet en 50 minutes», explique cette sportive de 53 ans. Mais aujourd'hui, il lui faut un peu plus de temps.



Après avoir gravi le sentier escarpé, Ursi trie le courrier pour la cabane. Il s'agit le plus souvent de factures, mais il arrive parfois qu'il y ait aussi une carte envoyée par d'anciens clients.



Les cartes descendent dans la vallée lorsque la gardienne retourne chez elle ou par hélicoptère.



Les randonneurs peuvent acheter une carte au kiosque de la cabane et l'affranchir immédiatement.

Gardiens de cabane, un travail astreignant

Arrivée en haut, Ursi enlève ses chaussures, puis salue son mari Walti à la cuisine où mijotent déjà les bons petits plats qui seront servis à midi. Elle s'assied ensuite sur le banc de pierre à l'extérieur pour parcourir le courrier de la cabane. Il ne lui reste pas beaucoup de temps pour reprendre son souffle. «Il y a toujours beaucoup à faire en haute saison. Nous faisons souvent des journées de 12 heures», explique Ursi, ancienne enseignante et mère de trois enfants. Il faut cuisiner, faire le pain, le ménage, la lessive et bien d'autres choses encore. «Ce que je préfère, c'est m'occuper de mes clients, bavarder un peu avec eux et leur servir de bons petits plats.» Walti et Ursi s'activent à tour de rôle dans la cuisine, il est boulanger et elle est aux fourneaux quand la cabane affiche complet et que 62 randonneurs affamés attendent le repas.

Beau temps, belle saison

Grâce au beau temps, la cabane a souvent affiché complet ces dernières semaines. «Jusqu'à présent,

nous avons une belle saison», se réjouit Ursi. Il se pourrait bien que la cabane comptabilise quelque 3000 nuitées à la fin octobre. «Nous sommes gérants et nous administrons la cabane pour notre propre compte», explique-t-elle. C'est la raison pour laquelle le couple essaie de réduire les dépenses au minimum. Ils coordonnent l'acheminement des marchandises par hélicoptère, un autre moyen de transport du courrier, avec d'autres cabanes de la région quand c'est possible.

Pour rendre leur cabane aussi attrayante que possible, ils choisissent leurs clients avec des menus raffinés et des gâteaux faits maison. Une aire de jeux invite les familles accompagnées d'enfants à s'attarder un moment, et le sentier des nains facilite l'ascension des petits comme des grands. En automne, on trouve en chemin des myrtilles et des cépes. Au printemps, Ursi a même découvert les traces d'un ours dans la neige. En juin, les bouquetins viennent souvent leur rendre visite et pendant les mois d'été, des nuées de papillons volent alentour.

Des cartes postales pour les proches restés en plaine

La cabane a été construite en 1974 après qu'une grosse avalanche eut emporté celle qui la précédait. Elle a été rénovée en 2006 et entièrement réaménagée. Cela fait maintenant dix ans qu'Ursi et son mari gèrent la Sewenhütte avec leurs trois filles, Lea, Katrin et Anina, qui les aident très volontiers.

Dehors, sur la terrasse, sont assis quelques randonneurs qui viennent juste de terminer leur repas. Au kiosque, on peut acheter des cartes postales et les affranchir. Il ne manque qu'une boîte aux lettres... La prochaine fois que la gardienne de la cabane retournera chez elle, elle veillera à ce que ces cartes écrites à la cabane rejoignent la vallée pour être postées et finalement parvenir à leurs destinataires. ■





RANDONNÉES POUR LES GUIDES DE MONTAGNE ET LES SHERPAS

Idées variées de randonnées
pour les familles – avec la Poste:
poste.ch/randonner

La brochure «Ran-
données pour les famil-
les» maintenant dans
votre office de poste

LA POSTE 

Partenaire principal de



Schweizer Wanderwege
Suisse Rando
Sentieri Svizzeri
Sendas Svizras



Editeur

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

Rédaction

Claudia Iraoui (responsable de la rédaction),
Lea Freiburghaus, Sandra Gonseth,
Simone Hubacher, Catherine Riva,
Sara Baraldi

Contributions

Urs Bloch, Annette Boutellier, Björn Buri,
Alessandro Della Bella, Béatrice Dévènes,
Gabriel Ehrbar, Monika Flückiger, Mathias
Forny, Fanny Güdel, Ruth Hafen, Keystone,
Yoshiko Kusano, Michela Locatelli, Christina
Messerli, MfK Bern, Pixelfarm, Vera Trachsel,
Darrin Vanselow, François Wavre

Traduction et correction

Service linguistique Poste

Layout

Branders Group AG, Zurich

Annonces

Gassmann Media AG
E-mail: anzeigen@gassmann.ch
Tél. 032 344 83 44

Impression

Mittelland Zeitungsdruck AG, Aarau

Photo de couverture

Monika Flückiger

Tirage

Edition en allemand 53 300 ex.
Edition en français 16 500 ex.
Edition en italien 5 200 ex.
Total 75 000 ex.

Reproduction avec autorisation écrite
de la rédaction uniquement.

Abonnements/Changements d'adresse

Personnel actif: Intranet (Portail RH /
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:

fondsdupersonnel@poste.ch,
www.fondsdupersonnelposte.ch



RECYCLÉ
Papier fait à partir
de matériaux recyclés
FSC® C005019



«J'ai vraiment eu chaud»

Du haut de ses 80 ans, Silvano Vezzoli nous parle d'amour, de fonction publique et du jour où il a vu la mort en face.

Interview: Claudia Iraoui / Photo: François Wavre

Est-ce que c'est vrai que vous avez trouvé l'amour grâce à la Poste?

Oui, absolument. J'ai rencontré ma femme Franca en 1961 après avoir obtenu le poste de buraliste postal à Rodi-Fiesso. Elle travaillait elle aussi dans un office de poste. Au départ, on se voyait surtout lors des réunions de buralistes postaux et le week-end. Nous nous sommes mariés en 1964 et nous fêtons cette année nos 53 ans de vie commune, au cours desquels nous avons eu trois enfants et huit petits-enfants.

Quel souvenir de votre carrière postale garderez-vous toujours en mémoire?

De mes 42 années de service à la Poste, je n'oublierai jamais ce jour de 1964 où j'ai failli mourir: comme nous le faisons autrefois, j'étais en train de décharger le courrier avec mon chariot sur les voies de la gare de Rodi. Le chef de gare a oublié d'annoncer l'arrivée d'un train en transit. Au dernier moment, j'ai réussi à l'esquiver, mais le train a renversé le chariot et l'a traîné sur plus de 100 mètres. J'ai vraiment eu chaud!

Vous avez été maire de Prato Leventina pendant 28 ans...

Sans l'aide de ma femme qui me remplaçait durant mes absences, je n'aurais jamais pu concilier ma fonction de buraliste avec celle de syndic. Cela m'a demandé beaucoup d'engagement! Etant donné que j'étais buraliste postal, il me fallait d'ailleurs obtenir l'accord de la Direction d'arrondissement postal de Bellinzone pour me porter candidat à une charge publique. J'ai dû présenter ma demande au moins sept fois.

A présent, que faites-vous de vos journées?

Je n'ai pas subi de choc suite à mon départ à la retraite à 62 ans, car j'ai continué à consacrer mon temps libre à ma famille et à diverses associations: j'ai longtemps présidé la fondation Dazio Grande et je suis membre de l'Associazione Ticinese Terza Età (Association tessinoise du troisième âge), dont j'assume la trésorerie depuis 16 ans. ■

Fidélité à la Poste**50** ans**PostMail**

Hochreutener Beda, Rorschach

45 ans**PostMail**Adami Pietro, Maggia
Ballerini Michele, Cadenazzo
Flück Anton, Sissach
Häfliger Othmar, Luzern
Lurà Gianmario, Cadenazzo
Maretti Renzo, Cadenazzo
Portmann Ulrich, Wollerau**RéseauPostal**Cavanna Claudio, Camorino
Heimgartner Markus, Brugg AG**PostFinance**

Kirchhofer Priska, Münchenstein

40 ans**PostMail**Baumann Susanna, Zürich
Berger Martin, Buchs SG
Compostella Martin, Ennenda
Desplands-Messerli Eveline,
Genève
Fischer Martin, Lenzburg
Grandi Vinicio, Locarno**RéseauPostal**Caderas Marie-Louise, Zürich
Grunder Margaretha, Langnau i. E.
Janz-Freiburghaus Nelly, Brugg BE
Niffeler-Gutfleisch Rita, Luzern
Schneider Anna Rosa, Hasle-Rüegsau
Wüthrich Patrik, Meinier**PostFinance**Brandon-Giddey Fabienne, Bulle
Hänni Therese, Bern**CarPostal**

Isenschmid Andreas, Urnäsch

Bon anniversaire**100** ans

Gigon Willy, Luzern (15.10.)

95 ansHeusser Willy, Maur (07.10.)
Simonet Luzius,
Mompé Medel (25.10.)**90** ansFehr Ruth, Olten (01.10.)
Glauser Toni, Trubschachen (30.10.)
Grütter Verena, Derendingen (03.10.)
Hugi Grulli Virginia,
Gümligen (09.10.)
Kammer Georg, Naters (09.10.)Melchior Andreas, Chur (24.10.)
Mérillat Otto, Spanien (14.10.)
Naegele Edwin, Zürich (31.10.)
Ottiger Josef, Kriens (07.10.)
Savioni Carmela,
Sta. Maria in Calanca (30.10.)
Torche Amedee, Châbles FR (23.10.)
Trafelet Franz, Zollikofen (22.10.)
Utz Andreas, Bern (22.10.)
Willi Bernhard, Zug (03.10.)**85** ansAckermann Othmar,
Mümliswil (10.10.)
Albanesi Huguette, France (10.10.)
Amstein Marie-Louise,
Romainmôtier (24.10.)
Amstutz Gerold,
Steinerberg (20.10.)
Betschart Elisabeth,
Steinen (04.10.)
Betschart Franz, Seewen (25.10.)
Bolliger Margrit, Bern (14.10.)
Bosshard Benjamin,
Weisslingen (15.10.)
Bovigny Yvonne, Vaulruz (01.10.)
Braissant Simone, Avully (12.10.)
Bühlmann Rudolf,
Rothenburg (16.10.)
Casella Piero, Roveredo GR (09.10.)
Dietrich Rosa, Gampelen (10.10.)
Eichenberger Max,
Beinwil am See (05.10.)
Fernandez Antonio,
Espagne (02.10.)
Flühmann Alexandre,
Neuchâtel (03.10.)
Garnier Elisabeth,
Giebenach (28.10.)Genre Claudine,
Yverdon-les-Bains (09.10.)
Hermann Josef, Risch (14.10.)
Jaquemet Elisabeth,
Corcelles-près-Payerne (27.10.)
Kaspar Ernst, Aarburg (14.10.)
Kohler Johann, Zollikofen (23.10.)
Kropf Alfred, Samstagern (31.10.)
Loye Maurice, Sierre (14.10.)
Mosimann Christian,
Fislisbach (25.10.)
Panzera Vito, Genève (26.10.)
Portmann Peter,
Münchenbuchsee (16.10.)
Regard Robert, Saillon (14.10.)
Schlegel-Ammann Maria Anna,
Küttigen (09.10.)
Waldesbühl Josef Jakob,
Wohlen AG (02.10.)
Weishaupt Alois, Degen (29.10.)
Winzeler Irene, Barzheim (21.10.)**80** ansBischof Maria, St. Gallen (21.10.)
Blättler Gottfried, Knonau (28.10.)
Bouza Heronides, Espagne (04.10.)
Brüngger Hansruedi,
Wermatswil (09.10.)
Brunschweiler Edwin, Chur (31.10.)
Bürgy Rosmarie, Tafers (19.10.)
Burri Helga, Fahrweid (24.10.)
Coste Michel,
Le Mont-sur-Lausanne (27.10.)
Dorigo-Gygax Heidi, Basel (24.10.)
Dreier Francis, Delémont (28.10.)
Druey Yvonne, Bern (25.10.)
Ducry Pierre, Biel/Bienne (29.10.)
Eckerlein Elsa Klara,
Winterthur (21.10.)**Retraite****Finances**

Weber Esther, Basel

Technologies de l'information

Dummermuth Christian, Zollikofen

CarPostalAschwanden Josef, Luzern
Isenschmid Andreas, Urnäsch
Nydegger Hansjörg, Endingen
Nyffeler Rolf, Endingen
Rey-Mermet Dominique, Sion
von Allmen Andreas, Chur**Personnel**

Dierberg Jutta, St. Gallen

Poste Immobilier Management et ServicesBlaser-Geser Luzia, Bütschwil
Da Silva Carneiro Joaquim, Genève
Gonzales-Abreu Carmen, Wädenswil
Reichlin Gerda, Schwyz
Schnider-Meyer Susanna, Zuchwil**PostFinance**Biancuzzi-Feigenwinter Anna
Maria, Kriens
Julmy Sonja, Bern**PostLogistics**Brillard Jean-Pierre, Genève
Dufresne Régis, Daillens
Lopez Fernando, Daillens
Renggli Albert, Rothenburg
Valentin Andrea, Landquart
Voyame Pierre-Maurice Raymond,
Delémont
Walker Eduard, Rothenburg**PostMail**Aissa Abdessatar, Teufen AR
Anders Margarita, Zürich
Bänziger-Würzer Marlies, St. Gallen
Blaser-Geser Luzia, Bütschwil
Bolay-Pesenti Laura, Lausanne
Diethelm Martha, Rapperswil SG
Eisenhut Alfred, Heiden
Engler Heinrich, Buchs SG
Gahler Kurt, St. GallenGalli Fabrizio, Locarno
Gantenbein Kurt, Gossau SG
Grämiger Silvia, Sirnach
Gubelmann Albert, Schmerikon
Kalbermatten Michel, Sion
Karassoulas Konstantinos, Zürich
Kaufmann-Raboud Jeanine, Savigny
Mathis Adolf, Buochs
Mathys-Chiesa Ortensia, Zürich
Nicolier François, Lausanne
Nogheredo-Bordoni Bruna, Li Curt
Oegerli Martin, Hägendorf
Oggier Cornelia, Susten
Olivotto-Widmer Patrizia, Arbedo
Oswald Urs, Schlieren
Perrier Marie Claude, Evolène
Rinsoz Bernard, Palézieux
Sahli Hans Ulrich, Kirchlindach
Sahli-Anderegg Erika, Kirchlindach
Schinz Nadine, Fétigny
Schmassmann Walter, Wettingen
Schreier-Wolfensberger Irene,
Mühledorf SO
Schüepf Rudolf, Wohlen b. Bern
Stoop Peter, BernVeya Thierry, La Chaux-de-Fonds
Widmer Hansjörg, Frauenfeld
Zarri Fabio, Caslano
Zürcher Hans, Trubschachen
Zwicky Charles, Vevey**RéseauPostal**Achermann-Arnold Maria, Cham
Aemisegger Sylvia, Kollbrunn
Arni Roland, Burgdorf
Bärtschi Ursula, Horgen
Blaser-Liechti Dora, Burgdorf
Brenna-Toscanelli Mariangela,
Muzzano
Fuchs Veronika, Matten b. Interlaken
Gerber Hans, Birmenstorf AG
Gerber-Künzi Theresia, Birmenstorf AG
Götte Suzanne, Zumikon
Greiner-Schlauri Margarita,
Erlenbach ZH
Haldemann-Zürcher Therese, Bern
Koller-Oechslin Philomena,
Emmenbrücke
Maeder Philippe, Malleray-Bévila
Meichtry-Schmid Veronika, Visp

Egli Anna, Sursee (30.10.)
 Ferrari Mario,
 Le Mont-sur-Lausanne (02.10.)
 Fisch Johann,
 Münchenstein (28.10.)
 Frey Theodor, Dietikon (19.10.)
 Fridrich Anton, Nidau (25.10.)
 Häfliger Georg, Nuglar (18.10.)
 Holdener Julius, Luzern (01.10.)
 Holdener Roswitha, Glarus (28.10.)
 Hug Maria, St. Gallen (01.10.)
 Jacquier-Cervilla Roger,
 Genève (09.10.)
 Jaggi Roland, Genève (08.10.)
 Karrer Willi, Birsfelden (16.10.)
 Knorr Willi, Sarnen (11.10.)
 Künzle Karl, Heiden (27.10.)
 Lässer Walter, Walterswil SO (23.10.)
 Lüthi Helene, Seftigen (04.10.)
 Mauron Marie-Louise,
 Lausanne (21.10.)
 Mei Ludmilla, Delémont (30.10.)
 Merz-Rohrer Hugo,
 Gossau ZH (31.10.)
 Mock Ernst, Necker (23.10.)
 Morach-Bernasconi Wendolin,
 Unterefelden (28.10.)
 Müller Walter, Aegerten (08.10.)
 Pellaton Henri,
 La Châtagne (22.10.)
 Poltera-Cotti Barbara, Rona (27.10.)
 Prevost Oscar, Sent (05.10.)
 Rütsche Albert, St. Gallen (19.10.)
 Schläpfer Yvonne,
 Gümligen (10.10.)
 Schneider Huguette,
 Tavannes (19.10.)
 Schrofer Balthasar, Trimmis (11.10.)
 Siegenthaler-Küenzi Paul,
 Thierachern (10.10.)
 Spengler Herbert, Thayngen (09.10.)

Staubli Rita,
 Oberlunkhofen (15.10.)
 Steiner Helga, Suhr (10.10.)
 Uebelhart Francis,
 Biel/Bienne (27.10.)
 Werner Ruth, Esslingen (31.10.)
 Zbinden Rosa, Berne (08.10.)

75^{ans}

Amrhein Josef, Kaisten (28.10.)
 Andres Bernhard,
 Zeneggen (16.10.)
 Angermann-Eggenschwiler
 Susanne, Langendorf (04.10.)
 Annen Serge, Basel (26.10.)
 Auf der Maur Karl Meinrad,
 Ibach (04.10.)
 Barmettler Werner, Ebikon (20.10.)
 Bohler Ernst, Frutigen (11.10.)
 Bruder Georg, Klosters (30.10.)
 Chassot André, Cugy FR (18.10.)
 Copt Elisabeth, Martigny (06.10.)
 Crivelli Fausto, Besazio (13.10.)
 Debrunner Georg, Aesch BL (11.10.)
 Dudan Esther, Boudry (09.10.)
 Ebinger Guido, Mühlethal (20.10.)
 Eggimann Jakob,
 Aarwangen (29.10.)
 Fahrni Samuel, Worben (29.10.)
 Felder Hans, Sempach (17.10.)
 Gaberell Charles, Savosa (04.10.)
 Gasser Benno, Birsfelden (02.10.)
 Gebhardt Alice, Eggersriet (07.10.)
 Giger Paul, Waldkirch (25.10.)
 Grossmann Hans-Peter,
 Willisau (21.10.)
 Grünenwald Robert,
 Flendruz (27.10.)
 Guillet Eric, Genève (11.10.)

Häsler Peter, Därligen (23.10.)
 Hiltbrand-Hofer Renate, Seon (04.10.)
 Infanger Herbert,
 Oberwil b. Zug (12.10.)
 Isering Bernhard,
 Wolfertswil (07.10.)
 Juon Fida, Gadenstätt (11.10.)
 Käch Fritz, Birsfelden (06.10.)
 Käser Alfred, Madetswil (17.10.)
 Käslin Anton, Stansstad (02.10.)
 Kaufmann Willy,
 Matzendorf (10.10.)
 Kessler Willy, Wängi (10.10.)
 Kunz Eduard, Elfingen (08.10.)
 Lanter Ludwig, Waldkirch (15.10.)
 Liaudat Denis, Duillier (24.10.)
 Lienhard Fritz, Erlinsbach (20.10.)
 Meier Max, Winterthur (25.10.)
 Meile Albert, Dussnang (14.10.)
 Minoli Andrea, Bellinzona (15.10.)
 Mona Rolf, Bern (31.10.)
 Müller-Stucki Julia,
 Ecublens VD (25.10.)
 Nobs-Kopp Anna, Täuffelen (21.10.)
 Oertle Vincenz, Teufen (08.10.)
 Poltera Elmar, Genève (29.10.)
 Rabuffetti Franco,
 Morbio Inferiore (05.10.)
 Rüfli Rudolf, Arch (21.10.)
 Ruspini Francesco, Astano (19.10.)
 Sandany Elena, Bern (24.10.)
 Savic Ratimir, Zürich (15.10.)
 Schmutz Francis, Cully (01.10.)
 Schuler Othmar, Arth (25.10.)
 Sciboz Lucienne, Grolley (30.10.)
 Simone-Stettler Katharina,
 Möhlin (08.10.)
 Stalder Emil, Schüpfheim (13.10.)
 Talarico Luigi, Italie (19.10.)
 Tinguely-Clerc Evelyne,
 Villars-sur-Glâne (15.10.)

Tokar Ludovit, Murten (01.10.)
 Tschärner Renata, Chur (23.10.)
 Vogel Franz, Wolhusen (07.10.)
 Weilenmann Max, Zürich (03.10.)
 Wirth Daniel, Genève (03.10.)
 Wirz Ernst, Birmensdorf ZH (03.10.)
 Zimmermann Anton,
 Ennetbürgen (18.10.)
 Zingg Paul, Abtwil SG (24.10.)
 Zürcher Ulrich, Eggwil (11.10.)

Présentez-vous!

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

Poste CH SA

Communication K12, Rédaction,
 Wankdorfallee 4, 3030 Berne

Nos regrettés

Personnel actif

PostFinance

Thomann Sandro, Bern, né en 1980

Retraités

Badertscher Ernst,
 Niederurnen (1933)
 Bless Karl, Märstetten (1927)
 Dazio Luciano, Peccia (1936)
 Dettinger Adolf, Watt (1930)
 Diserens Marcel, Epalinges (1934)
 Eberli Arnold, Benken ZH (1925)
 Fleury Jean-Marie,
 Porrentruy (1935)
 Flury Josef, Chur (1928)
 Fontaine Georges, Genève (1931)
 Guisolan Marcel, Thônex (1942)
 Hässig Emil, Romanshorn (1924)
 Haueter Werner, Münsingen (1927)
 Hofer Edwin, Rothrist (1931)
 Hofer Fritz, Erstfeld (1937)
 Knaus Ernst, Basel (1946)
 Kunz Erich, Flums (1946)
 Loeffel Yvan, Curttilles (1940)

Mischler Walter,
 Winterthur (1940)
 Nappiot Jean-Paul,
 Saignelégier (1946)
 Pralong Marcel, Sion (1931)
 Reichmuth-Kistler Gertrud,
 Lachen SZ (1929)
 Remy Michel,
 Charmey (Gruyère) (1939)
 Rime Michel, Fribourg (1942)
 Rodia Gennaro,
 Niederwangen b. Bern (1943)
 Rutishauser Paul, Seuzach (1931)
 Sala Fausto, Novazzano (1938)
 Schürch Ursula, Roggwil BE (1937)
 Schwendener Karl, Grabs (1944)
 Sterchi Margrit, Bern (1936)
 Thöny Joos, S-chanf (1933)
 Trachsel Adelheid, Bern (1933)
 Tribolet Erhardt, St. Moritz (1922)
 Tricic Hanka, Zürich (1942)
 Tschaggelar Hans-Rudolf,
 Worb (1940)
 Uldry Ginette, Nyon (1932)
 Vachoud Andre, Genève (1928)

Vitali Flavio, Bellinzona (1954)
 Wagner Paul, Münchenstein (1932)
 Weber Ernst,
 Lanzenneunforn (1930)
 Wuillemin Eliane, Fleurier (1936)
 Zäch Ernst, Remetschwil (1941)

Mentha Susanna, Bülach
 Monney Mariette,
 Vuisternens-Romont
 Plüss Morach Anna Barbara,
 Fulenbach
 Porta Mirco, Contone
 Ricciardi Christa, Zürich
 Schaufelberger Brigitte,
 Winterthur
 Spinazze-Elia Rita, Zürich
 Stocker Marcel, Eschenbach LU
 von Allmen-Schaffner Silvia, Oey

Swiss Post Solutions

Fitze Walter, Schaffhausen

SwissSign

Zumbühl Doris, Kriens

8/11

La Poste a d'incroyables talents



Christine Will (44 ans),
de Koppigen, responsable
suppléante de la RDC de Berne.

Lorsque Christine Will a démarré sa carrière à la Poste, elle venait d'une toute autre filière. Enseignante en économie familiale de formation, elle avait travaillé pendant huit ans pour Migros Aare. En 2008, alors qu'elle suivait une formation continue de spécialiste de la conduite d'un groupe, elle a rejoint la Poste et est devenue responsable suppléante à la RDC de Lyss. En 2015, le responsable de la RDC d'Ostermundigen lui a proposé une rotation de tâches que Christine Will a aussitôt acceptée. Au lieu de rester une année comme prévu, elle y a passé deux ans. Et lorsque la RDC d'Ostermundigen a été regroupée avec la RDC de Berne en janvier 2017, Christine Will a postulé pour devenir responsable suppléante de la nouvelle RDC de Berne et a obtenu le poste. Le défi que représentait le regroupement des RDC existantes en une nouvelle l'attirait. Christine Will aime concevoir et faire avancer des projets, et la Poste lui donne la marge de manœuvre nécessaire. En presque dix ans de carrière, Christine Will a trouvé à la Poste un employeur moderne et respectueux. Ces atouts s'observent notamment dans la gestion des talents que propose le géant jaune. Pouvoir diriger un jour une RDC, cela lui plairait. Curieuse et ouverte, elle pourrait cependant tout aussi bien occuper d'autres postes. Pour s'aérer l'esprit et rester en mouvement, Christine Will pratique la gymnastique dans le cadre de son club, mais aussi pour la Fédération suisse de gymnastique en tant que cheffe du secteur gymnastique./LF ■