

Berna, il 14 maggio 2020

## **La «Posta di domani»: Discorso di Roberto Cirillo, Direttore generale**

Stimate giornaliste, stimati giornalisti,

- quella della Posta è una storia di cambiamento.
- Economia e società evolvono a ritmi vertiginosi:
  1. ...la digitalizzazione avanza, emergono nuovi modelli di business.
  2. ...le persone vogliono usufruire dei servizi in modo più semplice, più rapido e più personalizzato.
  3. ...il commercio è sempre più internazionale.
  4. ...la società si trasforma anche nella sua composizione: concentrazione nelle città e una popolazione che invecchia.
- Tutto ciò non deve avvenire a discapito delle persone e dell'ambiente.
- I nostri tradizionali settori di attività si trasformeranno in misura ancora maggiore. Ciò ci pone davanti a grandi sfide: riduzioni da una parte, boom dall'altra.
- Vogliamo crescere, non diventare più piccoli. Per garantire il nostro successo come azienda e assicurare il servizio pubblico alle generazioni di domani, vogliamo realizzare le risorse economiche necessarie per investire nel nostro ulteriore sviluppo, senza dover ricorrere al finanziamento da parte dei contribuenti.
- Il vero e principale dividendo fornito dalle attività economiche della Posta è un servizio pubblico di qualità, per tutti e ovunque in Svizzera.
- ...e in futuro un servizio pubblico moderno. Ad esempio attraverso...
  1. ...più prestazioni sull'ultimo miglio, grazie alle quali le persone possono organizzare più liberamente la propria vita, o...
  2. ...la logistica delle merci, anche transfrontaliera, per assicurare i flussi di merci per l'economia svizzera, o...
  3. ...servizi di comunicazione e gestione dati fondati in misura ancora maggiore sulla fiducia, dovunque il segreto epistolare debba essere tradotto nell'era digitale.
  4. Non da ultimo, offrendo sempre più i nostri servizi anche in forma digitale: ovunque e in qualunque momento.
- Le persone e le aziende cambiano, così come le loro esigenze. Quindi, anche noi dobbiamo fare altrettanto.
- «Posta di domani» è un progetto di sviluppo ambizioso. La «Posta di domani» introduce un riposizionamento che fa leva sui tradizionali punti di forza dell'azienda. Ci focalizziamo sulle competenze e sui mercati che dal nostro punto di vista generano i maggiori vantaggi per la Svizzera.

- Lasciate che inizi da tre unità che sono parti importanti della Posta, ma delle quali non parlerò in dettaglio oggi.
  - Con AutoPostale manterremo e rafforzeremo la nostra posizione di leadership nel settore della mobilità, in particolare anche in riferimento alla sostenibilità. In questo modo assumeremo anche in futuro un ruolo attivo nella configurazione del trasporto pubblico.
  - PostFinance, società del gruppo Posta, riveste come banca un ruolo importante nel contesto del servizio universale relativo al traffico dei pagamenti in Svizzera e dovrà poter concedere autonomamente crediti e ipoteche. La decisione in merito spetta al Parlamento. Con il suo impegno in termini di capitale già molto ingente, anche per i prossimi anni la Posta si attende da PostFinance un contributo economico su cui poter fare affidamento nel lungo periodo. PostFinance comunicherà la propria strategia in un momento successivo.
  - Infine, continuiamo ad accompagnare l'attività di Swiss Post Solutions nel Business Process Outsourcing e ci assicuriamo che possa svilupparsi in maniera ottimale in ambito internazionale.
  
- E adesso passiamo ai tre ambiti che sono al centro della strategia «Posta di domani»: rete, servizi logistici e servizi di comunicazione.
  
- Iniziamo dalla rete, il settore che suscita molta attenzione nel dibattito pubblico in tutta la Svizzera.
  
- Per quanto concerne lo sviluppo della rete, abbiamo in programma un netto cambio di rotta. Apriremo la nostra rete e stabilizzeremo il numero di filiali gestite in proprio.
  
- Le filiali e i punti di accesso rimangono un pilastro centrale dell'offerta della Posta i cui servizi risulteranno così raggiungibili in ogni angolo della Svizzera anche in futuro. La Posta sviluppa e amplia i suoi oltre 4700 punti di accesso. Abbiamo già inaugurato 100 filiali del futuro e continueremo a investire in questo nuovo formato.
  
- La Posta apre la sua rete alle aziende di servizi e alle autorità.
  
- Grazie a ciò, nei prossimi quattro anni il numero di filiali gestite in proprio sarà stabilizzato intorno alle 800 unità, valore definito nell'ultimo periodo strategico.
  
- Con questo deciso cambio di rotta poniamo fine alla trasformazione delle filiali gestite in proprio praticata negli scorsi anni.
  
- I partner ai quali viene fornito accesso alla rete beneficiano così della competenza della Posta in materia di consulenza e della possibilità di offrire ai propri clienti nelle nostre filiali un contatto fisico da persona a persona anche nell'epoca digitale.
  
- Così come anche noi abbiamo filiali in partenariato, apriremo le nostre filiali per delle soluzioni shop-in-shop.
  
- Con questa apertura della nostra rete, creiamo dei centri servizi per le regioni generando un autentico valore aggiunto per la Svizzera.
  
- Questo per quanto riguarda la rete.
  
- Siamo per tradizione un'azienda di comunicazione. Da oltre 170 trasportiamo informazioni sotto forma di lettere. Una tradizione che vogliamo portare avanti trasferendo nel mondo digitale le nostre competenze di base riguardanti il trasporto sicuro e confidenziale di dati personali e sensibili.
  
- Portiamo il segreto epistolare nell'era digitale.

- Vogliamo diventare leader del mercato della comunicazione digitale affidabile, per e tra cittadini, aziende e autorità.
- Perseguiamo questo obiettivo con i seguenti punti chiave:
  1. Servizi di informazione affidabili. In quest'area di mercato trasmettiamo i dati in modo sicuro, garantendone l'integrità e la tracciabilità, e assicuriamo che soltanto i mittenti e i destinatari siano autorizzati a inviare e ricevere le rispettive informazioni.
  2. Promozione delle competenze digitali. Assistiamo le PMI, ma anche i clienti privati, per accompagnarli in modo semplice e sicuro nella digitalizzazione.
  3. Servizi di informazione sanitaria. Rafforziamo il nostro ruolo di operatore globale nel settore sanitario e dell'e-health ed esploriamo nuovi settori di attività.
  4. Servizi di e-government. Forti della nostra posizione di fornitore consolidato di prestazioni digitali sicure e a norma di legge per le autorità, intendiamo diventare un punto di riferimento ancor più centrale per la semplificazione dei processi delle autorità attraverso la digitalizzazione.
- E adesso il cuore della nostra attuale attività: la logistica.
- Le competenze di PostLogistics e PostMail vengono riunite nella nuova unità Servizi logistici: nasce così una vera e propria powerhouse logistica.
- In questo modo potremo soddisfare ancora meglio le esigenze della clientela. I servizi saranno sviluppati e commercializzati da sei unità operative.
  1. Pacchi e lettere Svizzera. In questo ambito ci concentreremo sulle possibilità di crescita nell'e-commerce e sull'ultimo miglio.
  2. Pacchi e lettere internazionale. Nel traffico transfrontaliero e internazionale per i nostri clienti commerciali, già oggi uno dei nostri punti di forza che desideriamo ampliare.
  3. Nel mercato pubblicitario e dei media. Anche questo è già oggi uno dei nostri punti di forza che svilupperemo ulteriormente.
  4. Nella logistica del collettame e di magazzino. Per collegare in modo durevole l'economia svizzera ai flussi internazionali di merci.
  5. Con soluzioni settoriali, dove soddisfiamo le specifiche esigenze di singoli settori, accrescendo così la loro competitività.
  6. Con piattaforme logistiche digitali, che considerano e rendono possibili nuovi utilizzi e ottimizzazioni dei servizi logistici.
- Mentre le unità operative fanno proprie le possibilità di crescita orientandosi al mercato, vogliamo coordinare e sfruttare i nostri punti di forza in maniera ottimale nella produzione (accettazione, spartizione, recapito), per poter continuare a offrire servizi di massima qualità.
- Per questo intendiamo accorpate le attività nel settore della spartizione e del recapito di PostMail e PostLogistics.
- Inoltre, stiamo pianificando investimenti significativi ma ottimizzati nel potenziamento regionale e nel rinnovamento della logistica delle lettere e dei pacchi, sulla base di un'infrastruttura comune. In questo modo sfrutteremo meglio l'infrastruttura e al contempo incrementeremo l'attrattiva e il potenziale futuro dei posti di lavoro.

- In totale nel corso dei prossimi quattro anni investiremo più di tre miliardi di franchi.
- Ciò ci permetterà di avere entro il 2024 una base per la nostra crescita e ridurre la nostra dipendenza dai volumi di lettere. Spostiamo la nostra priorità verso la logistica dei pacchi e delle merci per stabilizzare il nostro risultato in modo duraturo e tornare a crescere. Così potremo garantire un servizio universale di alta qualità.
- I nostri investimenti nei servizi di comunicazione creeranno i presupposti per offrire, a partire dal 2025, le nostre prestazioni digitali su più vasta scala alla popolazione svizzera, alle PMI e alle autorità.
- Gli investimenti vengono finanziati con i ricavi derivanti attività operative correnti nonché con le riserve. Ristabilendo le priorità ed evitando altri investimenti, nonché attraverso disinvestimenti mirati, vengono liberate risorse per quasi un miliardo di franchi. Se necessario, possiamo prendere in considerazione un aumento del grado di indebitamento netto.
- A questo punto, ancora due parole sulla crisi causata dal coronavirus e sui suoi effetti. Certamente è troppo presto per potere tradurre precisamente in cifre gli effetti per quest'anno, ma possiamo dire già adesso che saranno significativi.
- Soltanto dopo la crisi potremo valutare gli effetti a medio e a lungo termine. In ogni caso, appare già chiaro che gli orientamenti strategici ratificati dal Consiglio di amministrazione a dicembre si basano su tendenze e sviluppi che la crisi legata al coronavirus ha contribuito a intensificare: calo dei volumi delle lettere, boom nel trasporto di pacchi e merci, digitalizzazione più rapida. Siamo quindi tanto più convinti che questa trasformazione debba essere avviata adesso e che questa strategia preparerà la Posta in modo ottimale per il futuro.
- Infine...: la nuova strategia richiede una nuova struttura. La Posta si dota pertanto di unità responsabili del risultato in linea con gli orientamenti della nostra strategia e con una gestione funzionale per le unità di gestione.
- Nel corso degli ultimi 30 anni, la Posta ha attuato regolarmente sviluppi organizzativi significativi, anche sul fronte della produzione. Tutti con l'obiettivo di preparare l'azienda ad affrontare le sfide dei 10-15 anni successivi. La performance che registriamo oggi e la qualità dei nostri servizi, che nel corso degli anni ci hanno reso la migliore Posta del mondo, poggiano su coraggiose fasi di trasformazione, come REMA nel 2002 e Distrinova nel 2010.
- Cambiando garantiamo la qualità del servizio universale per i prossimi dieci anni. Ci riorganizziamo internamente, rafforziamo la collaborazione tra PostMail e PostLogistics, in modo tale da sfruttare meglio le nostre risorse e incrementare l'attrattiva e le prospettive future delle professioni postali.
- Proprio e soprattutto la collaborazione intersettoriale tra i colleghi dei settori delle lettere e dei pacchi è la chiave con cui abbiamo affrontato con successo le sfide poste oggi dalla crisi causata dal coronavirus.
- Permettetemi in questa sede di esprimere il mio riconoscimento e apprezzamento per l'impegno e le prestazioni di tutti i nostri collaboratori e collaboratrici durante la crisi che stiamo vivendo.
- La strategia «Posta di domani» non comporta solo cambiamenti organizzativi, ma anche a livello di personale. Uniamo due unità e ne creiamo una nuova. I responsabili delle attuali unità PostMail, Ulrich Hurni, e PostLogistics, Dieter Bambauer, membri della Direzione del gruppo, andranno entrambi in pensione prima della fine del nuovo periodo strategico e non assumeranno quindi nessuna funzione nella Direzione del gruppo nel quadriennio 2021-2024,

- ma contribuiranno con le loro vaste competenze ed esperienze a far nascere e sviluppare nei primi anni due unità cruciali per il successo della strategia nell'ambito dei servizi logistici.
- Dieter Bambauer porterà avanti lo sviluppo dell'unità Logistica delle merci dove sono previsti sostanziosi investimenti, mentre
- Ueli Hurni continua a ricoprire la carica di presidente del Consiglio di amministrazione di Asendia, la nostra joint venture con la francese La Poste. Inoltre riunirà nella nuova organizzazione Servizi logistici l'esercizio (Operations) delle unità Pacchi e lettere nazionale e internazionale con quello dell'unità Mercato dei media e pubblicitario.
- Mettiamo in atto questa nuova struttura per il futuro dei nostri collaboratori. La trasformazione della Posta andrà a beneficio dei collaboratori che svolgono attività operative e garantirà la nostra efficienza al fine di soddisfare le esigenze del mercato del futuro.
- Per la nostra strategia di crescita sarà fondamentale il tema del finanziamento. Per questo vorrei dare la parola al nostro responsabile Finanze, Alex Glanzmann.

### **Parole conclusive dopo il discorso di Alex Glanzmann**

- Con l'attuazione della strategia e la nuova organizzazione, la Posta rimane un datore di lavoro appetibile.
- Grazie all'ottimizzazione dell'impiego dell'infrastruttura saranno garantiti posti di lavoro in tutte le regioni. Le professioni postali diventeranno ancora più attrattive. In questo modo la Posta avrà meno difficoltà a compensare con nuove assunzioni l'imminente ondata di pensionamenti prevista per i prossimi anni.
- Anche se ci saranno cambiamenti nei processi a livello di spartizione e recapito, i posti di lavoro dei collaboratori e delle collaboratrici attivi nel recapito, nella produzione e nelle filiali sono garantiti.
- Chiaramente alcune mansioni e funzioni a livello dirigenziale potranno cambiare.
- La trasformazione del gruppo portata avanti con la strategia «Posta di domani» richiede lo sviluppo di nuove competenze e mira alla crescita, non a una riduzione dell'organico. Com'è consuetudine alla Posta, i cambiamenti organizzativi saranno accompagnati dalle parti sociali.
- Ora che la strategia è stata delineata, si tratta di metterla in atto in maniera scrupolosa per continuare a essere la migliore Posta del mondo e affinché le persone non possano fare a meno di noi.
- In questo modo garantiamo un servizio universale finanziato in autonomia e di elevata qualità per i prossimi dieci anni, forniamo il nostro contributo alla competitività dell'economia svizzera, rafforziamo la nostra piazza economica e continuiamo ad avvicinare ogni giorno la Svizzera.
- Questo è l'obiettivo che ci poniamo. O per dirlo in una frase: la Posta è il motore di una Svizzera moderna.

Grazie.