

**Discorso del Dr. Ulrich Gygi**  
**Direttore generale**

Conferenza stampa di bilancio  
della Posta Svizzera  
Sede principale della Posta, Berna  
25 marzo 2009

FA FEDE IL DISCORSO EFFETTIVAMENTE PRONUNCIATO

Gentili Signore, egregi Signori,

per fortuna è diventata quasi un'abitudine potervi presentare dei risultati annuali positivi. Questo vale anche per il 2008. Infatti abbiamo conseguito un **utile del gruppo** pari a **825 milioni di franchi**. Certamente è inferiore al risultato record di 909 milioni di franchi del 2007, ma si avvicina a quello del 2006, che ammontava a 837 milioni. Vista la difficile situazione economica, si tratta certamente di un buon risultato, che quest'anno non riusciremo ad uguagliare e che a lungo termine sarà difficile conseguire per via del calo dei volumi e dell'inasprimento della concorrenza.

In compenso siamo riusciti ad incrementare i **ricavi d'esercizio**: essi ammontano a 8980 milioni di franchi, ovvero 268 milioni in più rispetto al 2007, anche se i volumi delle lettere hanno continuato a scendere e abbiamo ricevuto dalla Confederazione 50 milioni in meno per il trasporto dei giornali, un taglio che abbiamo ripercosso solo in parte sulla clientela. Ad aumentare gli introiti è stato il forte afflusso di capitali presso PostFinance, un fatto che ha fatto lievitare i ricavi dei servizi finanziari. Ma siccome anche le nostre spese sono aumentate, il risultato è comunque inferiore a quello del 2007.

Inoltre – a causa della crisi dei mercati finanziari e malgrado una politica d'investimento conservatrice – abbiamo dovuto procedere a rettifiche del valore dei nostri investimenti finanziari per 179 milioni di franchi.

La Posta Svizzera avrà bisogno di ottenere buoni risultati anche in futuro. A causa della crisi dei mercati finanziari deve risanare la propria cassa pensioni

(mancano ancora 3,6 miliardi di franchi) e continuare a consolidare la base di capitale proprio, anche a causa dell'incremento dei depositi della clientela presso PostFinance. Anche in futuro retrocederà alla Confederazione una parte degli utili. Poi ci sono gli investimenti, che siamo tenuti a finanziare con le nostre risorse e che ci servono per incrementare l'efficienza e crescere in maniera mirata. Entrambi sono necessari per assicurare uno sviluppo permanente della nostra azienda. In sei anni abbiamo investito quasi 1,3 miliardi di franchi nel progetto REMA, grazie al quale oggi disponiamo di un trattamento delle lettere più efficiente e dal 2011 risparmieremo ogni anno fino a 170 milioni di franchi in spese d'esercizio. Per gli investimenti ordinari in impianti d'esercizio la Posta spende ogni anno circa 300 milioni di franchi. Tuttavia, se vuole crescere ancora e compensare l'arretramento del core business con altre attività ha bisogno di effettuare acquisizioni mirate sia in Svizzera che all'estero.

Da anni ottimizziamo i nostri processi e abbattiamo i costi allo scopo di consentire alla Posta di conseguire degli utili anche in futuro. Anche la possibilità di adeguare periodicamente i prezzi fa parte delle misure necessarie. Inoltre verrà ampliata anche la rete di agenzie: questo ci fa risparmiare sui costi, e i clienti beneficiano di orari di apertura più lunghi. Dopo la conclusione del progetto REMA, dobbiamo ottimizzare anche i processi a monte e a valle dello smistamento. L'obiettivo è quello di sfruttare al meglio i vantaggi offerti dalle nuove tecnologie abbattendo i costi di produzione.

Per gli sviluppi a lunga scadenza della Posta sarà decisivo l'atteggiamento della politica. In questo inizio anno aspettiamo il messaggio sulla revisione totale della legislazione postale, che verrà discussa in Parlamento nel corso dell'anno. Per noi sono di capitale importanza tre aspetti:

- Quali saranno i nostri compiti futuri?
- Quale spazio di manovra imprenditoriale ci verrà concesso?
- Come verrà assicurato il finanziamento del servizio di base?

Sono anni che ci prepariamo alla liberalizzazione. Se le condizioni quadro sono adeguate e ci viene concessa la stessa libertà dei nostri concorrenti saremo in grado di far fronte alle sfide future e di affermarci sul libero mercato, a tutto vantaggio dei nostri clienti e collaboratori, ma anche a vantaggio della proprietaria.

Su un mercato liberalizzato abbiamo bisogno di una maggiore flessibilità al fine di erogare un servizio di base da noi finanziato. Ci basta ricevere dal mondo politica un mandato di trasporto formulato in maniera generale. Spetta a noi decidere "come" assolvere il nostro incarico. Un mandato infrastrutturale disciplinato dalla legge – come quello presente nel disegno di legge - non è necessario da un punto di vista imprenditoriale. Noi siamo i primi ad essere interessati a disporre di una moderna rete di punti di accesso ai servizi postali, dove essere sempre reperibili per i nostri clienti.

È chiaro che la struttura di tale rete deve accordare un'importanza capitale ai clienti e alla loro domanda di prodotti e servizi. Se la Posta può muoversi liberamente in tal senso, può anche trovare soluzioni innovative e fuori dal comune. Con il Gruppo svizzero per le regioni di montagna abbiamo lavorato così per trovare nuove vie di sviluppo per tali regioni: nel comune engadinese di Ramosch, il panettiere, i negozi di alimentari, la Posta e l'ufficio del turismo si sono trasferiti in un unico edificio e continuano ad offrire alla popolazione tutti gli articoli di uso quotidiano.

Speriamo anche che il Parlamento riconosca che i tempi sono cambiati e consenta a PostFinance di concedere autonomamente crediti ed ipoteche in Svizzera. Nel corso della crisi finanziaria, PostFinance ha dimostrato di essere stabile e degna di fiducia. Nel frattempo sono diventati 2,5 milioni i clienti che accordano la loro fiducia all'istituto finanziario della Posta Svizzera affidandogli un patrimonio di oltre 60 miliardi di franchi. Sono fondi che per via delle attuali disposizioni legali non possiamo investire in Svizzera. Questo non è affatto logico. Se PostFinance avesse il permesso di mettere a disposizione dell'economia svizzera una parte dei depositi della clientela in forma di crediti ipotecari e d'esercizio, prenderemmo non due, ma tre piccioni con una fava. Primo: contribuiremmo alla stabilità dell'economia svizzera, soprattutto a favore delle PMI e dei clienti privati. Secondo: rafforzeremmo le fonti di finanziamento del servizio di base. E terzo: potremmo offrire ai nostri clienti retail tutti i servizi finanziari da un'unica fonte.

Quasi nove anni fa, il 1° luglio 2000, sono entrato in funzione come direttore generale della Posta Svizzera. Da allora, nel contesto di un'economia sempre più globale e della progressiva liberalizzazione, l'ex-regia federale si è trasformata in un'azienda orientata alla clientela e alle prestazioni, passando da monopolista a leader di mercato altamente competitivo. In questo periodo ha assunto il mandato legale di erogazione di un servizio di base di elevata qualità e anno dopo anno ha registrato risultati positivi.

In questo periodo abbiamo creato i più moderni centri pacchi e centri lettere, incrementando la nostra efficienza. Inoltre la Posta ha adattato la propria rete alle esigenze della clientela e creato nuovi punti di accesso ai propri servizi, in particolare mediante internet. Le mutate esigenze della clientela sono state uno stimolo per lo sviluppo di nuove offerte. In un periodo di arretramento dei volumi delle lettere abbiamo creato nuovi settori di attività. Oggi nei nostri centri lettere stampiamo per conto dei nostri clienti fatture e polizze, le imbustiamo e spediamo. Aiutiamo i clienti commerciali a portare avanti un dialogo permanente con i loro clienti – mediante lettera, fax, e-mail o telefono. Non da ultimo, siamo riusciti ad impiantarci fuori dalla Svizzera. Nei Paesi limitrofi AutoPostale gestisce delle linee di bus, Swiss Post International trasporta in tutto il mondo delle lettere per conto di terzi e l'unità del gruppo Clienti strategici e soluzioni coadiuva le grandi aziende internazionali nella stampa, l'invio e la digitalizzazione dei documenti. Ormai quasi un quinto dei nostri introiti proviene dalle attività internazionali.

Adesso vogliamo radicare ancora meglio nell'azienda lo spirito innovativo. Una buona idea non può essere soffocata sul nascere solo perché nessuna unità

organizzativa se ne può assumere la responsabilità. Pertanto abbiamo definito un processo per l'innovazione e creato in seno alla direzione del gruppo un comitato incaricato di valutare e finanziare le idee. Tutti possono creare qualcosa di nuovo sul posto di lavoro – molti un progetto di piccola entità, alcuni qualcosa di più vasto respiro. Se riusciremo a incoraggiare sistematicamente l'enorme potenziale rappresentato dai nostri 58'000 collaboratori e collaboratrici, a lunga scadenza i risultati si faranno vedere: in forma di prodotti orientati alle esigenze e maggiori introiti, in termini di reputazione e di soddisfazione della clientela e del personale.

Siamo per preparati per un futuro caratterizzato da un contesto difficile e il 1° aprile posso passare tranquillamente il testimone al mio successore Michel Kunz. Sono convinto che con lui la Posta ha trovato un eccellente direttore generale, e gli faccio i miei più vivi auguri di successo.

Vi ringrazio per l'attenzione.