

«La Poste est largement sous-estimée»

La Poste est-elle une entreprise dynamique? Dieter Bambauer, responsable PostLogistics et membre de la Direction du groupe, en est convaincu. Il a exposé sa vision d'une logistique efficace au Postorama.

Texte: Hans-Ulrich Friedli / Photo: Ursula Luginbühl

Dieter Bambauer préfère parler de logistique que de ses talents de cuisinier. Arrivé en octobre dernier à la Poste après une carrière dans les plus grandes entreprises logistiques, il est un fin connaisseur de la logistique, comme l'ont constaté les quelque 70 participants à la rencontre Postorama du 31 mai dernier.

«La Poste a un énorme potentiel. Elle a de multiples facettes et est largement sous-estimée. C'est une entreprise unique, très dynamique.» Mais, à travers le prisme des médias, elle est plutôt vue comme un mastodonte lourd et peu tourné vers l'innovation. Serait-ce le poids de la tradition séculaire qui unit aujourd'hui encore la Poste à la population? «C'est possible», pense notre interlocuteur. Et de citer le grand compositeur autrichien Gustav Mahler: «Pour lui comme pour moi, respecter la tradition, c'est transmettre sa flamme, et non pas des cendres froides.»

Le dynamisme, notre force

Pour Dieter Bambauer, le dynamisme est «le moteur de notre action entrepreneuriale». Une vision du dynamisme appliquée à 100% par la Poste: elle est le numéro 1 du marché des prestations logistiques en Suisse; elle a transporté l'an dernier 3,8 milliards de lettres, 104 millions de colis et 1,2 million d'envois de détail; enfin, en parvenant à dégager un bénéfice de 728 millions de francs en cette époque de crise économique, elle montre qu'elle est une entreprise saine. Elle s'affirme aussi comme l'exemple à suivre en termes de qualité ainsi que comme un employeur socialement responsable pour 61 000



Dieter Bambauer: «Malgré la libéralisation, nous avons maintenu et même renforcé notre position sur le marché des colis!»

collaborateurs en Suisse et dans le monde entier, sans oublier ses efforts pour le respect de l'environnement et d'ouverture aux différents moyens de transport.

Qualité et stratégie

La qualité et la maîtrise des coûts ne sont-elles pas antinomiques? Pour Dieter Bambauer, il est faux d'opposer ces deux notions: «Malgré la libéralisation totale, nous sommes parvenus à maintenir et même à renforcer notre position sur le marché des colis!» Et ce grâce à une orientation résolue sur les processus et à l'utilisation des outils de production les plus modernes.

La Poste Suisse entend bien rester le meilleur choix en termes

de qualité et de prix. «PostLogistics, poursuit l'orateur, offre un éventail complet de prestations de logistique autour des trois pôles coursier, exprès et colis. Nous allons continuer à nous développer et à nous renforcer sur ces trois axes, et aussi à assurer notre présence sur des marchés de niche. Mais pas question de nous reposer sur nos lauriers, nous devons toujours avoir la prochaine étape à l'esprit.» Il s'agit en l'occurrence de développer la logistique dans les secteurs des marchandises, du stockage et des solutions Innight.

«Pour nous différencier de nos concurrents, nous devons satisfaire aux plus hautes exigences de nos clients tant en ce qui

concerne les prestations que le service.» Cette avancée, la Poste a toutes les chances de la conserver et de la renforcer en tirant profit des atouts que sont la compétence et la motivation de ses collaborateurs. «Une bonne collaboration entre les unités et l'entretien de contacts suivis sont indispensables pour la bonne marche de nos affaires.

La logistique ne fonctionne parfaitement que si elle peut se reposer sur des processus et des interfaces clairement définis», ajoute Dieter Bambauer. Sa vision claire et résolue aura sans doute marqué les esprits de bien des participants à cette nouvelle édition de Postorama.