

Editrice e servizio informazioni
La Posta Svizzera
Comunicazione
Ronny Kaufmann
François Tissot-Daguet
Viktoriastrasse 21
3030 Berna

Telefono 058 338 77 21
Telefax 058 667 31 73
infoplattform@post.ch



La Posta Svizzera all'estero

Affidabile, proficua, sostenibile

Oltre al mercato interno, la Posta Svizzera è attiva in oltre 20 Paesi in tutto il mondo. Oggi circa 8000 collaboratori della Posta Svizzera sono impegnati nelle sue attività all'estero, fornendo servizi nel mercato transnazionale delle lettere e dei pacchi, nei settori affini e nei trasporti pubblici. La Posta consegue quasi il 14% del proprio fatturato all'estero. Con tali attività oltre confine essa mira a raggiungere due obiettivi principali: accompagnare i propri clienti svizzeri all'estero e consolidare così al contempo la posizione della Posta in Svizzera.

Le aziende svizzere attive a livello globale apprezzano la collaborazione della Posta a livello internazionale, per esempio per quanto riguarda le soluzioni di processo. La Posta Svizzera è da anni uno dei leader mondiali nell'invio transfrontaliero di lettere e piccole merci. Inoltre i prodotti e servizi della Posta che riscuotono successo sul mercato svizzero sono richiesti anche sui mercati internazionali. Ad esempio AutoPostale gestisce, tramite le proprie società del gruppo, undici reti di autobus in Francia nonché l'intera rete di trasporti regionali del Liechtenstein.

Direttive politiche

L'ambito di attività della Posta Svizzera all'estero è definito negli obiettivi strategici 2010–2013 del Consiglio federale: nei mercati della comunicazione e della logistica la Posta è chiamata a stringere alleanze, con l'obiettivo di assicurare le importazioni e le esportazioni, garantendo al contempo ai propri clienti l'accesso a reti globali. In tale ottica, le viene concessa la possibilità di sfruttare le opportunità di crescita presenti, atte a garantire una redditività a lungo termine, a condizione tuttavia che non accetti alcun mandato di fornitura del servizio

di base. Gli obiettivi strategici prevedono anche che la Posta garantisca l'erogazione del servizio di base nell'ambito del traffico postale e dei pagamenti in tutte le regioni della Svizzera. La Posta è inoltre tenuta a consolidare i propri ricavi e a sfruttare appieno le potenzialità presenti in materia d'incremento dell'efficienza. Infine, nella misura del possibile, essa deve anche incrementare il valore aziendale e perseguire una politica del personale socialmente responsabile. Nell'ambito degli obiettivi del Consiglio federale, la Posta Svizzera sfrutta le opportunità offerte dal mercato sia in Svizzera che all'estero.

Mercato della comunicazione

Nel mercato della comunicazione la Posta Svizzera è presente all'estero con il marchio Swiss Post. Nel 2010 l'unità del gruppo Swiss Post International occupava circa 1300 persone nell'invio transfrontaliero di lettere e piccole merci, conseguendo un fatturato pari a 788 milioni di franchi. Con la sua presenza in dodici Paesi europei e cinque metropoli asiatiche e statunitensi, in questo comparto la Posta occupa il terzo posto nel mondo fra gli operatori postali nazionali. D'altro canto, con l'unità del gruppo Swiss Post Solutions, che impiega oltre 6000 collaboratori, essa offre soluzioni per documenti e soluzioni di dialogo in 15 Paesi. I ricavi d'esercizio conseguiti all'estero in questo settore – a metà strada tra corrispondenza cartacea ed elettronica – è stato di 467 milioni di franchi nel 2010.

La Posta Svizzera opera sul libero mercato con entrambe queste unità in base ad una strategia orientata al cliente. Con Swiss Post International la Posta opera nel proprio core business con alcune prestazioni supplementari al di fuori dei confini nazionali, consolidando il mercato interno nel dinamico contesto internazionale. Con Swiss Post Solutions, invece, offre ai

clienti un'integrazione ottimale tra comunicazione cartacea ed elettronica. Per esempio, già oggi i clienti della Posta possono ricevere su richiesta e trattare la loro corrispondenza cartacea indipendentemente dal luogo in cui si trovano in forma di documento scansionato e inviato alla loro cassetta delle lettere elettronica.

Mercato logistico

Sul mercato della logistica la Posta concentra le proprie attività transfrontaliere su cooperazioni con operatori attivi nei comparti degli invii espresso, di corriere e di pacchi. Essa fa parte della rete di spedizione pacchi europea GLS e coopera con TNT nell'ambito degli invii di corriere ed espresso. Leader del mercato interno, PostLogistics persegue una chiara strategia competitiva per sfruttare le opportunità offerte dai mercati svizzero ed estero.

Trasporto pubblico di persone

Nel traffico viaggiatori su strada, oggi AutoPostale gestisce undici reti di autobus in Francia, dove si concentra principalmente sulla gestione di reti urbane e di agglomerato di media grandezza. Nel Liechtenstein invece AutoPostale gestisce, su mandato della Liechtenstein Bus Anstalt (LBA), un'attrattiva rete di autobus con un proprio Centro regionale nel Principato. Nel trasporto interno di questo Paese, giorno dopo giorno AutoPostale dimostra di essere un partner affidabile per i pendolari, gli scolari e i turisti. Nel 2010 AutoPostale ha conseguito all'estero oltre 65 milioni di franchi. Sia in Svizzera che all'estero l'operatore dei trasporti pubblici della Posta deve affermarsi sul libero mercato.

Mercato finanziario

Nel mercato finanziario la Posta dispone di un'offerta completa per il traffico internazionale dei pagamenti. In Svizzera PostFinance è il leader nazionale del traffico dei pagamenti. L'offerta è com-

pleta anche in materia di pagamenti transfrontalieri, un settore nel quale oggi realizza poco meno di otto milioni di transazioni all'anno. Inoltre PostFinance investe gran parte dei depositi della clientela sui mercati monetari e dei capitali all'estero.

La presenza all'estero si autofinanzia

In tutti i mercati in cui operano, le attività all'estero delle unità del gruppo contribuiscono ad incrementare il valore dell'intera azienda. Gli investimenti mirati in know-how e in attività di marketing e vendite hanno sempre potuto autofinanziarsi. Grazie alla rinuncia ad infrastrutture costose, Swiss Post International è rimasta ad esempio molto flessibile e può adattarsi con grande rapidità alle mutate condizioni di mercato. Ne consegue che le attività all'estero della Posta Svizzera non sono solo redditizie, ma consentono anche di fare preziose esperienze su altri mercati in modo da poter sfruttare meglio le sinergie presenti sul mercato nazionale.

Fatturato solido garantito

Nel 2010 la Posta ha conseguito un fatturato di oltre 1,2 miliardi di franchi grazie alle sue attività all'estero e

transfrontaliere. In tal modo le attività oltre frontiera della Posta Svizzera rappresentano quasi il 14% del fatturato globale della Posta (oltre 8,7 miliardi di franchi). Nello stesso periodo, il risultato d'esercizio delle società estere che operano sul libero mercato è stato pari a 24 milioni di franchi.

La posizione della Posta

La Posta vuole seguire i propri clienti non solo in Svizzera, ma anche all'estero. Nell'era della comunicazione digitale, le frontiere tra realtà fisica e mondo digitale vanno scomparendo. I clienti vogliono poter usufruire dei servizi indipendentemente dal luogo in cui si trovano. La Posta può diffondere anche all'estero i prodotti e servizi che già offre con successo in Svizzera e continuare a crescere in maniera mirata. Il gruppo non può che uscire rafforzato dal proprio impegno all'estero.

Nel mercato della comunicazione, la presenza della Posta all'estero rafforza la sua posizione sul mercato interno e, grazie alle sue filiali e alla rete logistica

internazionale, si crea una posizione indipendente dai concorrenti. La Posta intende ampliare in maniera coerente e redditizia la propria offerta di soluzioni documentarie, di dialogo ed e-business non solo a livello nazionale ma anche nel resto del mondo.

Nel traffico viaggiatori AutoPostale è il numero uno del trasporto su strada in Svizzera e intende profilarsi sempre di più come leader di sistemi globali nei trasporti in autobus. Con l'ampliamento della rete di autobus all'estero AutoPostale amplia le proprie competenze.

PostFinance è il leader di mercato nel traffico dei pagamenti della Svizzera. Nei prossimi anni intende conquistarsi il primo posto anche nel traffico internazionale dei pagamenti, dove occupa attualmente la seconda posizione.

La buona immagine della Posta all'estero è un importante sigillo di qualità: quello di un'azienda affidabile, proficua e sostenibile.

Maggiori informazioni

www.posta.ch/politica

La presenza della Posta all'estero

