P mag.

POUR NOS COLLABORATRICES
ET NOS COLLABORATEURS
DÉCEMBRE 2025

Découvre encore d'autres histoires sur poste.ch/actualites

Il est fort possible que tu connaisses Jonathan Fisch grâce à la télévision. En tant que responsable de notre Service de presse, il répond régulièrement aux questions des journalistes. Tu découvriras tout ce que lui et son équipe font d'autre dans le dossier à partir de la page 4.

Des bons CFF d'une valeur de 200 francs à gagner

Un amour né d'une carte postale

Derrière les gros titres – la Poste dans les médias

Sommaire



Les news? J'aime!

Les médias aiment bien parler de nous. Mais qu'est-ce qui se cache derrière les gros titres? Dans ce numéro, nous montrons comment des collaboratrices et des collaborateurs engagés, des décisions courageuses et des actes héroïques discrets font la une.

Poste d'observation

Un entraîneur à succès
25

Yannick, collaborateur de l'unité Finances, coache les Unihockey Tigers. La saison dernière, il les a menés jusqu'à la finale.

Des timbres en tissu
29

Quel est le rapport entre un nouveau timbre et l'estime témoignée au personnel de la Poste?



Et bien plus encore!

Tour du monde sur papier
48

Thomas, ingénieur informatique, écrit des centaines de cartes postales pendant son temps libre – et reçoit des réponses du monde entier.

Yodel au volant

Sämi, conducteur de car postal, est un chanteur talentueux. Son yodel l'a rendu célèbre jusqu'en Asie.

51



Impressum

Éditeur
La Poste Suisse SA
Communication, Wankdorfallee 4
3030 Berne
E-mail: redaction@poste.ch

Direction rédactionnelle
Mischa Stünzi (STÜ, rédacteur en chef), Thomas Häusermann (TH, rédacteur en chef adjoint)

Conditions de participation au concours
Sauf mention contraire, les conditions suivantes s'appliquent aux concours proposés dans le Pmag: seul le personnel de la Poste peut participer. Les gagnantes et les gagnants sont tirés au sort et informés par la rédaction. Tout recours juridique est exclu. Aucune correspondance ne sera échangée.



Des centaines d'exploits, un gros titre

Notre entreprise fait parler d'elle. Changement à la direction, adaptation du réseau de filiales, discussions sur la Poste au Palais fédéral… Parfois, j'en viens à me demander ce qui se passerait si nous arrêtions de nous contenter de lire les gros titres et si nous creusions davantage. En effet, derrière chaque actualité se cachent des centaines d'histoires. Celles de personnes qui s'investissent, réfléchissent et font preuve d'un engagement sans faille.

«Avec 7,5 millions de colis distribués lors du Black Friday, la Poste atteint un nouveau record», annonçait la RTS l'hiver dernier. Un titre qui a de quoi rendre fier, mais qui ne reflète qu'une fraction de la vérité. Ce record est le fruit d'innombrables heures de travail, de nuits blanches et d'un engagement sans faille. Les véritables héros des histoires comme celle-ci ne sont autres que les 45 000 collaboratrices et collaborateurs de la Poste.

Dans le Pmag, nous avons l'habitude de vous montrer ce qui se passe en coulisse. Dans ce numéro, nous allons adopter une approche particulière en revenant ensemble sur ce que les médias ont écrit à notre sujet au cours des 12 derniers mois pour découvrir quelques-unes des nombreuses histoires qui se cachent derrière les gros titres.

Mischa

Mischa Stünzi
Rédacteur en chef Pmag

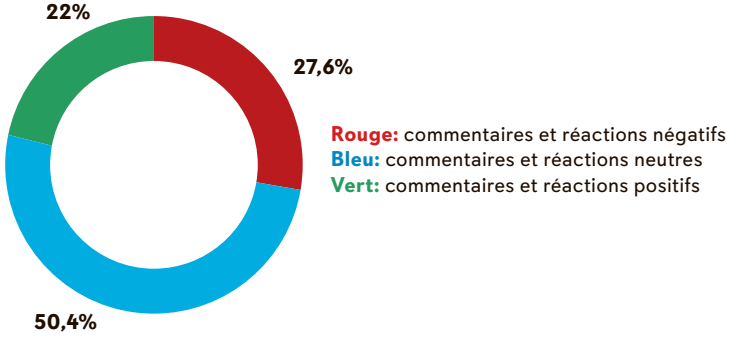
Photos: Adrian Brand, Tom Huber, Lucas Ziegler

La Poste fait les gros titres

Plus de 13 000 articles et émissions ont été consacrés à la Poste au cours des 12 derniers mois. Et ce, sans tenir compte des publications à notre sujet sur les réseaux sociaux.

Photos: Lucas Ziegler

La Poste a donné lieu à **33 390 commentaires et réactions** sur les réseaux sociaux au cours des 12 derniers mois, majoritairement neutres ou positifs.



La Poste rend les gros titres possibles

Depuis sa création, la Poste veille à ce que les journaux et périodiques en abonnement soient livrés au lectorat de manière fiable et ponctuelle. Pendant toutes ces années, les prix de la distribution ont été maintenus à un niveau bas pour des raisons politiques, afin de favoriser la **formation d'une opinion diversifiée et indépendante**, ce qui constitue un important pilier démocratique. Même si les prix ne couvrent pas les coûts, les nombreux journaux distribués contribuent de manière significative à couvrir nos frais fixes.


Parmi toutes les unités du groupe, Services de mobilité est celle qui a le plus contribué à l'**image positive** de la Poste **dans les médias** cette année.
Le Service de presse répond à près de **1400 demandes de médias** par an.
Cette année, les membres de la Direction du groupe ont accordé plus de **50 interviews**.
THE TIMES
TOP NEWS
RADIO

“Construire peu à peu sur les fondements qui font déjà notre force aujourd’hui”

Dès le premier jour, son enthousiasme est palpable: Pascal Grieder s’investit corps et âme dans son travail, avec un immense respect pour les personnes qui, chaque jour, font fonctionner la Poste. Dans cette interview, le nouveau directeur général révèle ce qui le motive, comment il envisage l’avenir de la Poste et pourquoi la franchise est essentielle à ses yeux.

Texte: Carmela Fusco



* «Lassé des télécommunications, il a trouvé un nouveau défi à relever»

Der Bund
31 octobre 2025

Âgé de 48 ans et originaire de Bâle, **Pascal Grieder** vit aujourd’hui avec son épouse et leurs trois enfants dans le canton de Vaud. Titulaire d’un doctorat en ingénierie de l’EPF de Zurich, il dispose d’une longue expérience de direction dans le domaine de l’économie numérique suisse. De 2018 à 2023, il a dirigé, en tant que CEO, l’entreprise de télécommunications Salt Mobile SA, où il a mis l’accent sur l’innovation et l’orientation client.

Pascal, il y a beaucoup à faire et à changer à la Poste. Qu'est-ce qui t'a motivé à endosser le rôle exigeant de directeur général de la Poste?

Aucune autre entreprise ne touche quotidiennement autant de personnes par autant de canaux: les voyageuses et les voyageurs dans les cars postaux, la clientèle dans les filiales, les personnes utilisant les services bancaires en ligne, les ménages recevant du courrier... La Poste jouit d'une position unique. La perspective de susciter l'enthousiasme de la clientèle, en collaboration avec les membres du personnel, me motive tout particulièrement. C'est une affaire de cœur pour moi. Car mes amis, ma famille, mes voisins sont aussi des clients de la Poste. Lorsqu'ils sont satisfaits, je le ressens. Dans le cas contraire, ils me le font savoir.

Quelles sont tes priorités pour cette période initiale?

Au cours des dernières années, la Poste a prouvé qu'elle est capable de se développer. Il ne s'agit donc pas d'un virage, mais d'une évolution: nous allons peu à peu construire sur les fondements qui font déjà notre force aujourd'hui. Mon objectif personnel est de bâtir une Poste forte et porteuse d'avenir. Une Poste qui grandit – sur les plans financier, culturel, et en tant qu'employeur. J'aimerais que nous soyons fiers des prestations que nous proposons. Et en même temps, suffisamment courageux pour changer ce qui doit l'être.

La Poste est une grande entreprise aux multiples facettes. Qu'est-ce qui est important pour toi dans ta collaboration avec les personnes qui y travaillent?

Je tiens à ce que nous soyons ouverts les uns avec les autres: parlez-moi, dites-moi ce qui va bien, ce qui vous agace ou ce qui pose problème. J'apprécie le feed-back sincère – sans fioritures, sans tourner autour du pot. Je suis convaincu qu'avec une équipe adéquate, une direction claire et une franchise à toute épreuve, tout est possible. Nous avons la chance de poser ensemble les jalons d'une Poste forte et pérenne. Main dans la main, montrons qu'en plus d'être empreinte de traditions, la Poste est aussi une institution porteuse d'avenir. Je vous remercie pour votre précieux engagement. Ensemble, tout est possible.

Soit l'un, soit l'autre

Jogging ou **canapé?**

Darf ich aber nicht mehr, weil Knie kaputt

Je ne peux plus en faire à cause de mon genou.

Lève-tôt ou **couche-tard?**

Ohne Wecker

sans réveil

Chocolat ou **chips?**

Spontané ou **sur rendez-vous?**

WhatsApp ou **carte postale?**

Traue ich mich nicht zu beantworten

Je n'ose pas répondre.

My Post 24, pick@home ou **filiale?**

... ehrlicherweise Volg Agentur bei uns im Dorf

... en toute franchise, l'agence Volg du village

Regarde l'entretien vidéo avec Pascal ici.

Le quotidien derrière les gros titres

Le Service de presse de la Poste porte notre voix vers l'extérieur – mais pas seulement. Jonathan Fisch, responsable Service de presse et affaires régionales, nous emmène à la découverte de son quotidien professionnel.

Texte: Jonathan Fisch

Lundi 20 octobre 6h00 – Coup d'œil dans les médias

Ma journée commence par un coup d'œil dans les médias. Un café à la main, je passe en revue les portails en ligne et les imprimés les plus importants. Quels sont les gros titres du jour concernant la Poste? Souvent, nous savons à l'avance à quoi nous attendre. Mais il y a aussi des surprises. Dans ce cas-là, il convient d'analyser rapidement la situation, de transmettre l'information en interne et de faire le point.

8h15 – La diversité de la Poste

Peu après 8 heures, notre revue de presse arrive. Elle regroupe tous les articles parus la veille. Je suis fasciné par la diversité de notre présence médiatique. Il semble n'y avoir aucun sujet qui n'intéresse pas les journalistes. «Quelles coupures proposez-vous dans vos distributeurs automatiques de billets?», «À quelle fréquence la Poste perd-elle ou ne distribue-t-elle pas des colis?», «Que prévoit la Poste à Bettingen (BS), exactement?». Voilà quelques-unes des questions reçues dans la boîte mail du Service de presse aujourd'hui. Il nous est même arrivé d'être interrogés sur le prix du café dans notre espace de pause.

9h00 – Vérification des faits

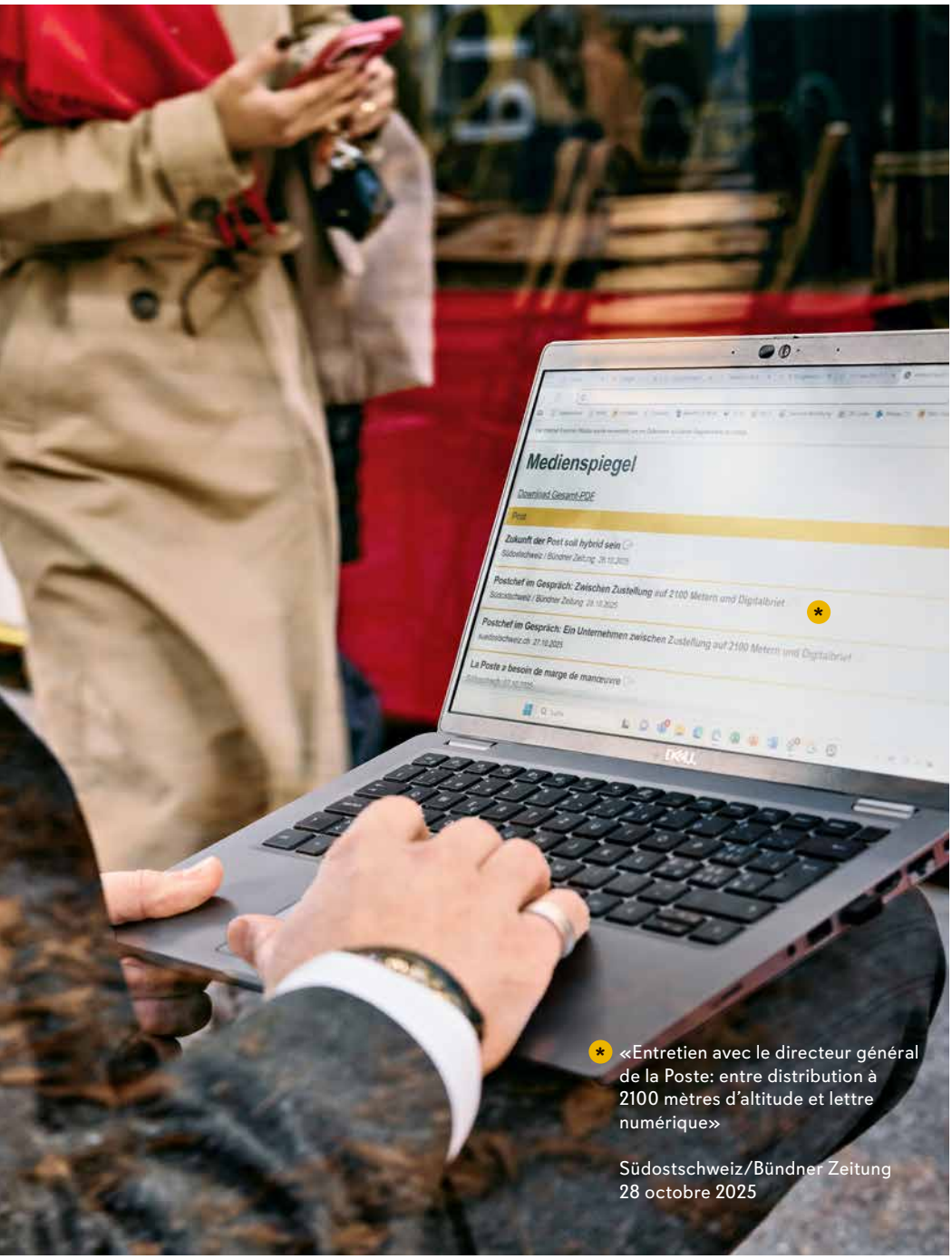
Les médias restituent-ils correctement nos propos? Tous les jours, notre équipe procède à un fact-checking. Lorsque des chiffres, des informations de fond ou des citations ne sont pas corrects, nous contactons la rédaction par téléphone – de manière objective, factuelle et en proposant des solutions concrètes. Notre réseau de journalistes nous est très précieux et nous entretenons des contacts étroits avec eux. Ils apprécient notre service simple et sans complication. Les médias nous envoient environ 1400 demandes par année. Pas un jour ne passe sans que la Poste ne soit mentionnée quelque part. Les rédactions nous ont expliqué que les articles sur la Poste sont populaires et suscitent de nombreux commentaires. En plus de transporter des personnes, des marchandises, des fonds et des informations, la Poste fait aussi bouger les esprits.

11h15 – Travail stratégique auprès des médias

La Commission de l'économie et des redevances du Conseil national souhaite restreindre notre domaine d'activité, ce qui entraînerait une baisse des prestations et des subventions. Pendant plusieurs semaines, Alex et Christian font passer notre message toujours de manière claire et homogène dans des interviews et des commentaires: notre service public est unique en son genre et il ne coule pas de source que nous puissions assurer cette prestation sans fonds publics. L'analyse de cette présence médiatique montre que nous touchons ainsi plusieurs millions de personnes, dont de nombreux décideurs politiques.

13h30 – Planification du Black Friday

Noël approchant à grands pas, le Black Friday et les volumes à distribuer durant la période des fêtes sont des sujets prisés par les journalistes. Au sein de l'équipe, nous déterminons comment nous souhaitons présenter cette période intense dans les médias, sans perturber le fonctionnement de l'exploitation. Quel message principal voulons-nous lire dans les journaux? Quels sont les médias appropriés à cet effet? Nous examinons en amont quels centres colis se prêtent le mieux à une visite des médias.



* «Entretien avec le directeur général de la Poste: entre distribution à 2100 mètres d'altitude et lettre numérique»

Südostschweiz/Bündner Zeitung
28 octobre 2025

Si une ou un journaliste prend contact avec toi, n'hésite pas à t'adresser au Service de presse: presse@poste.ch. Nous nous ferons un plaisir de répondre à la demande pour toi.

14h15 – Préparation du briefing pour une interview

Dans deux jours, Alex Glanzmann sera interviewé en tant que directeur général par intérim. Comme toujours, il y aura un entretien préalable avec la rédaction. Quel sera le thème central et les questions? Sur quels points pouvons-nous fournir des éléments intéressants et quelles sont les limites? Nous livrerons ensuite les chiffres, les développements et le contexte actuels à Alex. Quelques jours plus tard, le journal titrera: «Entretien avec le directeur général de la Poste: concilier distribution physique à 2100 mètres d'altitude et lettre numérique».

16h30 – Mesure de l'impact et définition des thèmes

Notre travail médiatique ne s'arrête pas à la publication. Nous mesurons et analysons continuellement notre image dans les médias. Une chose est sûre: il ne peut pas y avoir toujours que du positif. Par conséquent, il est primordial de raconter des histoires qui le sont. Les innovations comme les robots de livraison, le nouveau centre logistique de Villmergen ou les tests de piratage suscitent généralement un grand intérêt. Les médias aiment ce qui sort de l'ordinaire, et nous le leur offrons.

19h00 – Les médias n'ont pas d'heure de fermeture

Même lorsque la journée de travail est officiellement terminée, nous assurons un service de piquet, disponible tous les jours 24 heures sur 24.

Qui dit travail médiatique, dit travail d'équipe

Tout cela n'est possible que grâce à une équipe solide qui garde la tête froide même dans les moments les plus stressants et ne perd jamais son sens de l'humour. Notre équipe du Service de presse travaille toujours main dans la main avec des collègues de toutes les unités de la Poste. Ensemble, nous veillons à ce que la Poste soit non seulement présente dans les médias, mais aussi correctement positionnée et comprise en termes de contenu. C'est ainsi que naissent chaque jour des histoires fortes – sur une Poste forte, offrant un service public fort pour une Suisse forte.



* «Fermeture de filiale: la Poste présente une solution»

Freiburger Nachrichten
2 octobre 2025

Passion, obstacles et service à domicile

Nous adaptons notre réseau de filiales, pas par goût du changement, mais parce que les besoins de la clientèle évoluent. Nous cherchons donc des solutions avec les communes concernées. Marcel, Maude et Patrick le savent: il faut pour cela beaucoup d'échanges, de tact et de créativité.

Texte: Mischa Stünzi



Marcel Bollhalder
Spezialist Netzentwicklung

«Tout commence par un entretien: quand nous examinons le cas d'une filiale, notre première tâche est de rencontrer les autorités communales. Lors de l'échange, nous présentons l'évolution de la demande pour la filiale concernée et proposons deux solutions: filiale en partenariat ou service à domicile. Le maintien de la filiale en l'état est rarement une option. Notre démarche est mieux comprise des autorités aujourd'hui qu'il y a 17 ans: quand j'ai débuté en tant que spécialiste Développement du réseau, la résistance était beaucoup plus forte.

Il faut ensuite se mettre en quête d'un partenaire approprié, avec d'abord une visite sur place, puis des recherches sur Internet et des discussions avec des entreprises locales. Parfois, les communes ont déjà effectué de premières clarifications. Toutefois, sur la centaine d'entretiens auxquels j'ai pris part, il ne m'a jamais été présenté de solution toute prête. Il est aussi très rare qu'une administration communale se propose pour exploiter une filiale.

Je trouve particulièrement intéressantes les solutions créatives, comme celle trouvée à Berne, avec l'intégration d'une filiale dans une brocante, ou encore à Saas-Fee (VS), où le service est assuré par le guichet CarPostal. À Glis (VS), la famille Philippona gère la filiale dans la boutique de sa station-service, ouverte tôt le matin et tard le soir, sept jours sur sept.»



Maude Chollet
Spécialiste Développement du réseau

«Les entretiens avec les autorités communales sont pour moi l'occasion d'avoir des échanges variés, stimulants et enrichissants. Il faut savoir écouter et garder un esprit ouvert, mais sans perdre de vue l'objectif. Dans la plupart des cas, les autorités comprennent la situation et admettent la nécessité d'agir, mais elles ne sont pas toujours d'accord avec notre projet pour autant. Néanmoins, les entretiens restent généralement cordiaux et représentent un défi auquel j'aime me confronter.

S'il est vrai que des partenaires potentiels nous contactent régulièrement en manifestant un intérêt pour une collaboration, il n'est pas toujours simple de parvenir à mettre en place une filiale en partenariat, et il arrive même que nous ne trouvions aucune solution. J'ai parfois du mal à gérer une telle déconvenue, mais je dois m'en accommoder.

Dans ces cas, nous pouvons heureusement proposer le service à domicile, qui est une bonne formule. La clientèle effectue alors ses opérations postales directement sur le pas de la porte avec le personnel de distribution: une solution idéale quand on est souvent chez soi ou en télétravail. Utilisant moi-même ce service, je peux confirmer qu'il fonctionne très bien!»



Patrick Soldini
Specialista Sviluppo della rete

«On ne peut trouver une bonne solution sans une bonne collaboration, au sein et en dehors de la Poste. Il faut tout d'abord engager le dialogue avec la commune concernée. Pour moi, il s'agit alors de développer une même compréhension des choses et de trouver la direction commune que nous souhaitons prendre.

Nous nous efforçons toujours d'avoir des échanges ouverts et transparents. La plupart des entretiens se déroulent dans une atmosphère bienveillante et détendue. Face à une impossibilité ou à un refus, nous cherchons par nous-mêmes la meilleure solution pour le service postal, par exemple en conduisant des entretiens avec des commissions de quartier ou des commerces locaux.

Nous examinons avec soin les partenariats fiables pouvant offrir un service de qualité tout en répondant aux exigences. Nous travaillons par exemple avec des boucheries, des épiceries, des pharmacies, des maisons de retraite et des stations-service. Toutes ont une forme juridique appropriée et des locaux accessibles aux personnes handicapées. Ce sont là deux critères obligatoires, mais qui peuvent aussi constituer des obstacles dans des régions rurales, où le nombre de partenaires potentiels est souvent limité. Dans ces cas, nous proposons d'amener la Poste sur le pas de la porte avec le service à domicile.»

Portraits: Tom Huber

Des cars postaux bondés

Quand des sites touristiques comme le Val Verzasca ou la vallée de Lauterbrunnen attirent des centaines de milliers de visiteurs, les transports publics atteignent leurs limites. CarPostal se réjouit de remplir ses bus, mais un coup d'œil en coulisse révèle des problèmes de trop-plein.

Texte: Katharina Merkle

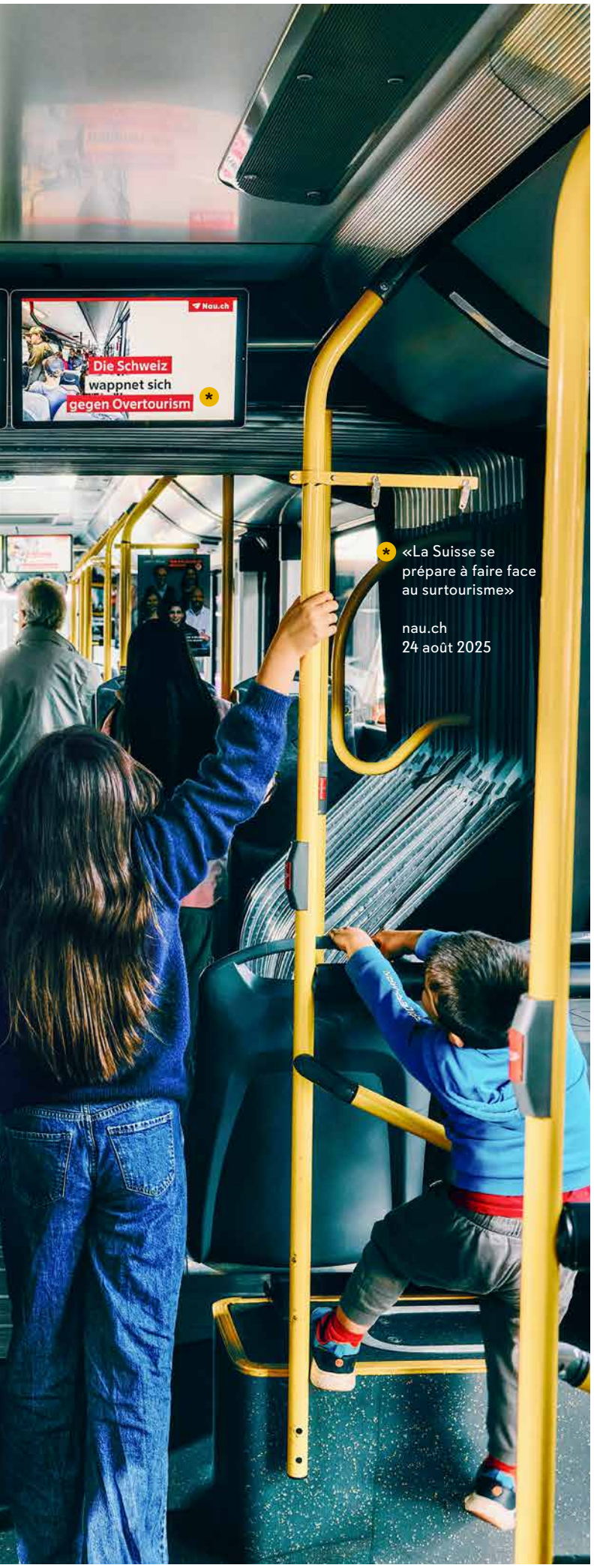
Avec ses rochers colorés polis au fil des siècles par une rivière aux eaux claires et turquoise, enjambée par un ravissant pont de pierre vieux de 400 ans, le village de Lavertezzo est l'un des joyaux du Val Verzasca. Si le site a toujours été prisé des touristes, sa beauté attire les foules depuis que de superbes photos sont diffusées dans le monde entier via les réseaux sociaux. Le Val Verzasca, au Tessin, est l'un des sites les plus recommandés par les influenceurs, et CarPostal en ressent les effets: en 2019, 207 000 voyageurs ont emprunté la ligne 321, en 2024, ce sont 267 000 voyageurs qui ont été transportés sur cette même ligne.

Six cars postaux à la fois

Qu'il y ait beaucoup de monde dans les cars postaux, c'est bien. Que certains automobilistes préfèrent se rendre dans le Val Verzasca en bus du fait du nombre de places de parking limitées, c'est aussi une bonne chose.

Toutefois, certains jours, les conditions d'exploitation deviennent très difficiles. Ainsi, il est déjà arrivé que six cars postaux au lieu d'un seul aient à assurer la liaison entre Locarno et la vallée pour pouvoir transporter tous les voyageurs, sachant que les routes étroites où circulent aussi des voitures, des camping-cars, des motos et des vélos posent un défi supplémentaire.





«La Suisse se prépare à faire face au surtourisme»

nau.ch
24 août 2025

Bus scolaires mobilisés le week-end

«La tendance semble se poursuivre. Nous mettons tout en œuvre pour adapter au mieux l'exploitation aux besoins et accueillir tous les voyageurs, même quand il y a foule», indique Jole Lancetti, responsable Marché Sud chez CarPostal. Les week-ends, des véhicules utilisés en semaine pour le transport scolaire viennent en renfort, et il arrive même que des membres du personnel administratif, titulaires du permis de conduire requis, prennent le volant.

Alex Malinverno, responsable Produit et planification chez CarPostal, est préoccupé par la situation à l'échelle du Tessin: «Si les cars postaux sont surchargés dans le Val Verzasca, c'est le contraire en basse saison et dans des régions comme la Léventine, où nous avons besoin de transporter plus de monde pour pérenniser l'offre.»

Frénésie touristique et photographique

Si le Val Verzasca est pris d'assaut de Pâques à octobre et par beau temps, la vallée de Lauterbrunnen, dans l'Oberland bernois, en revanche, ne désemplit jamais. Séduits par les photos des spectaculaires parois rocheuses avec les magnifiques chutes du Trümmelbach et du Staubbach qu'ils ont vues sur les réseaux sociaux, les touristes asiatiques et américains veulent absolument avoir leur propre photo à poster. Ainsi, pour beaucoup, l'excursion tourne à la visite hâtive et bien peu relaxante.

Le personnel de conduite CarPostal doit, quant à lui, se montrer extrêment vigilant. «Des piétons dont l'attention est focalisée sur l'appareil photo de leur smartphone peuvent commettre des imprudences et se retrouver brusquement sur la chaussée à Lauterbrunnen, tout comme il arrive que des conducteurs de voiture de location freinent subitement pour capturer la vidéo idéale sans descendre du véhicule», déclare Ruedi Simmer, responsable d'exploitation Berne/Haut-Valais.

Il y a quelques années, les visites des touristes étrangers étaient plus ordonnées. Ces touristes arrivaient en autocar, accompagnés de guides, mais maintenant, ils voyagent par eux-mêmes. Avant, on savait aussi que les touristes arabes et indiens viendraient surtout durant le Ramadan et la mousson. Désormais, c'est toute l'année.

Doublement de la capacité du téléphérique

780 000 voyageurs en 2024 contre 560 000 en 2019. Et ce nombre devrait dépasser les 850 000 en 2025. Sur la ligne de Lauterbrunnen comme dans le Val Verzasca, CarPostal ne cesse d'étoffer son offre: cette année, un troisième bus-remorque est venu compléter la flotte, et une cadence au quart d'heure a été mise en place. «Ces mesures seront maintenues à l'été 2026», indique Ruedi.

Il le sait bien: malgré cela et la bonne coordination avec les autorités et les acteurs du tourisme, le problème est appelé à s'accentuer: la capacité du téléphérique du Schilthorn situé dans la vallée et desservi par CarPostal vient de doubler après 130 millions de francs de travaux.

Avec la Poste, c'est possible – grâce à vous

Ténacité ou empathie – tous les atouts comptent! La période de l'Avent est l'occasion de montrer tout ce qui devient possible grâce à la collaboration. La Poste remercie son personnel. Mais dans quel profil t'inscris-tu avec ce que tu rends possible?

Voici venue la plus belle période de l'année, mais aussi la plus difficile pour beaucoup à la Poste. Nous distribuons alors des colis et des lettres, mais aussi des émotions, comme le montre le nouveau spot de saison: un grand-père transforme un de nos automates My Post 24 en calendrier de l'Avent pour sa petite-fille. Ce spot s'achève par des remerciements adressés au personnel pour son engagement quotidien, assortis du message: «Avec la Poste, c'est possible.»

Cette promesse ne peut être tenue qu'avec l'aide de vous toutes et tous, quel que soit votre métier, dans l'ensemble des régions et des unités. Rendre les choses possibles passe par de nombreuses qualités différentes, aussi nécessaires et importantes les unes que les autres, qu'il s'agisse de détermination visant l'efficacité ou d'écoute bienveillante de la clientèle. C'est la synergie entre nos multiples atouts qui permet à la Poste d'avancer.

Gagne un outil qui élargit le champ des possibles

Dans le nouveau spot de l'Avent, la Poste présente en avant-première sa promesse de marque: «Avec la Poste, c'est possible.» Elle y montre comment nous répondons aux besoins de la clientèle en facilitant son quotidien, en lui faisant gagner du temps et en lui offrant de nouvelles possibilités. La campagne illustre les valeurs que nous portons ensemble: fiabilité, proximité et volonté d'innover. Découvre notre promesse de marque et la campagne sur post.ch/promesse-de-marque et **gagne l'un des 1000 couteaux de poche Victorinox en jeu**, un outil qui te facilite la vie au quotidien!

Scanne le code QR pour visionner le spot de l'Avent.

Dans quel profil t'inscris-tu avec ce que tu rends possible?

Quand je rencontre un nouveau défi, ...

... je reste calme et je cherche posément une solution. ◆
... je sollicite de l'aide, car deux cerveaux valent mieux qu'un. ✤
... je me réjouis de cette possibilité de me confronter à la nouveauté. ✸
... je réfléchis d'abord à ce que la solution pourrait apporter à autrui. ▲

Quand je veux faire plaisir à quelqu'un dans la période de l'Avent, ...

... je mise sur l'insolite, pour le surprendre. ✸
... je songe à quelque chose de pratique, qui simplifiera son quotidien. ◆
... je fais un petit geste inattendu, qui montre que je pense à lui. ▲
... je réunis des proches ou membres de la famille, car rien ne vaut la convivialité. ✤

Quel est le super-pouvoir que tu aimerais le plus posséder dans ton travail?

- Le champ énergétique, pour assurer la cohésion de l'équipe ✤
- La faculté de lire les pensées, afin de comprendre ce dont mon entourage a vraiment besoin ▲
- La vision du futur, de sorte à anticiper au plus tôt les nouvelles tendances ✸
- La vitesse de l'éclair, pour pouvoir tout faire encore plus rapidement ◆

Mon moment préféré dans le travail quotidien est ...

... celui où j'obtiens un sourire de la clientèle. ▲
... celui où se concrétise un projet. ◆
... celui où nous atteignons des objectifs communs. ✤
... celui où je peux tester une nouvelle idée. ✸

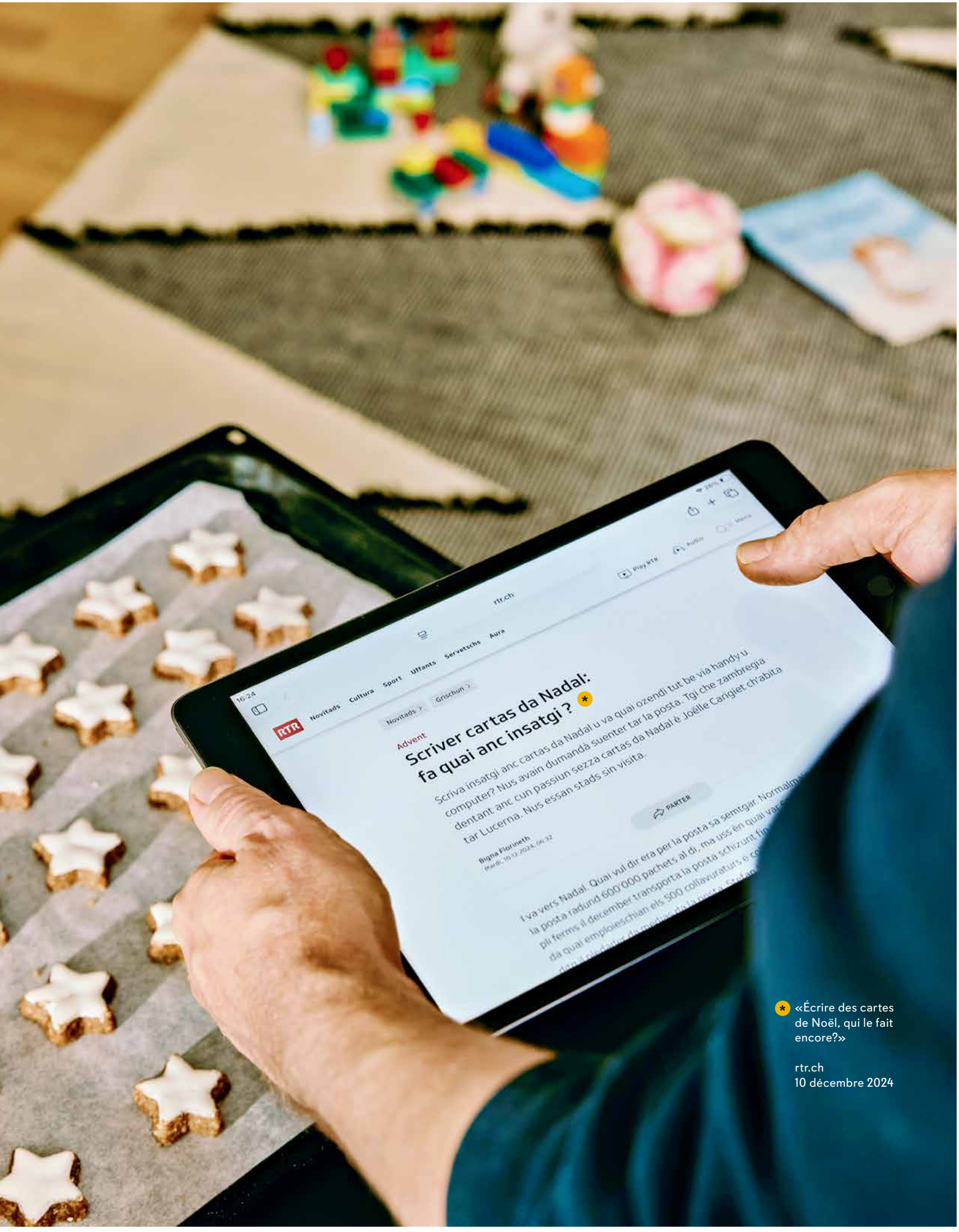
Compte la couleur qui revient le plus dans tes réponses pour connaître ton profil.

▲ **Les champions du service** veulent savoir ce dont la clientèle a besoin, car sa satisfaction est au cœur de leurs préoccupations.

◆ **Les adeptes de la recherche de solutions** veulent agir en étant plus rapides, plus efficaces et plus flexibles. Ils se voient comme une composante d'une équipe performante.

✤ **Les partenaires de cordée** conçoivent la collaboration avant tout comme un moyen de contribuer à la création de valeur pour la clientèle. Ils abordent les conflits de manière constructive.

✸ **Les esprits créatifs** veulent exploiter les possibilités offertes par le numérique ainsi que le potentiel des nouvelles technologies.



«Écrire des cartes de Noël, qui le fait encore?»

rtr.ch
10 décembre 2024

Contribuer à façonner l'avenir

Actuellement, on parle beaucoup de la Poste et des futures conditions-cadres, tant dans les médias que dans les milieux politiques et au sein du grand public. La Poste apporte son expertise dans le débat politique, en confiant cette tâche à deux équipes spécialisées.

Texte: Simon Tscherrig



La Poste est au cœur d'un vaste projet de réforme: le Conseil fédéral veut moderniser l'ordonnance sur la poste mais aussi réviser complètement la loi sur la poste et la loi sur l'organisation de la Poste, afin d'établir un service universel adapté aux besoins actuels et économiquement viable.

En août, le conseiller fédéral Albert Rösti a présenté les grandes lignes d'un projet prévoyant une adaptation dynamique du service universel sur la base de la norme actuelle. La RSI a alors titré: «La Posta del futuro». Pour contribuer à façonner cet avenir, nous avons besoin de spécialistes de la législation, du travail des autorités et de la communication politique. C'est là qu'interviennent les équipes Regulatory Affairs (RA) et Affaires publiques et internationales (PIA). Par leurs analyses, leurs consultations et leur coordination, elles veillent à ce que le point de vue de la Poste soit pris en compte au sein de l'administration et dans l'arène politique.

Regulatory Affairs – Dialogue avec les autorités

Entièrement détenue par la Confédération et assumant un mandat légal, la Poste est de fait soumise à une réglementation très stricte. L'équipe RA en connaît parfaitement les différents aspects et entretient le contact avec le propriétaire, l'OFCOM, la PostCom et d'autres autorités de surveillance.

Dans le cadre des processus législatifs, elle fait ressortir les modifications de loi qui seraient utiles à

Service universel: norme minimale fixée par la loi pour les services postaux et de paiement. La Poste est tenue de s'y conformer dans toute la Suisse, en respectant les dispositions de la loi sur la poste et de l'ordonnance sur la poste.

Loi sur la poste: loi adoptée par le Parlement, fixant les conditions-cadres fondamentales pour les services postaux en Suisse et pour le service universel de la Poste.

Ordonnance sur la poste: dispositions d'exécution édictées par le Conseil fédéral, régissant les détails et la mise en œuvre concrète de la loi sur la poste.



* «La Poste du futur»

Telegiornale/RSI
13 août2025

la Poste, propose des adaptations et analyse les incidences financières. Sur cette base, elle coordonne la position interne, qu'elle présente ensuite aux autorités.

RA fait valoir le point de vue du groupe au tout début des processus législatifs et peut ainsi y participer activement, tout en gardant à l'esprit la vision d'ensemble: «Notre travail doit contribuer à garantir un bel avenir à la Poste», déclare Felix Gottschalk, responsable RA. Dès qu'un projet du Conseil fédéral est soumis au Parlement, PIA prend le relais.

Affaires publiques et internationales – Dialogue avec les milieux politiques

PIA fournit des informations et défend les intérêts de la Poste en présentant son point de vue au Parlement, aux partis et aux associations. «Pour que le travail de persuasion porte ses fruits, il faut que les milieux politiques comprennent les défis qui se posent à la Poste», précise Alexandra Perina-Werz, responsable PIA.

Son équipe suit les dossiers politiques, souvent des années durant, et s'assure que la Poste est toujours représentée au sein des instances compétentes. Elle observe l'environnement politique afin de déceler au plus tôt les évolutions présentant des opportunités ou des risques pour la Poste.

Son travail exige du tact et de la stratégie ainsi qu'un vaste réseau. Dans ses échanges avec les différentes parties prenantes, PIA met en évidence les possibles répercussions des interventions politiques et veille à ce que les conditions-cadres définies permettent à la Poste de remplir son mandat de manière fiable.

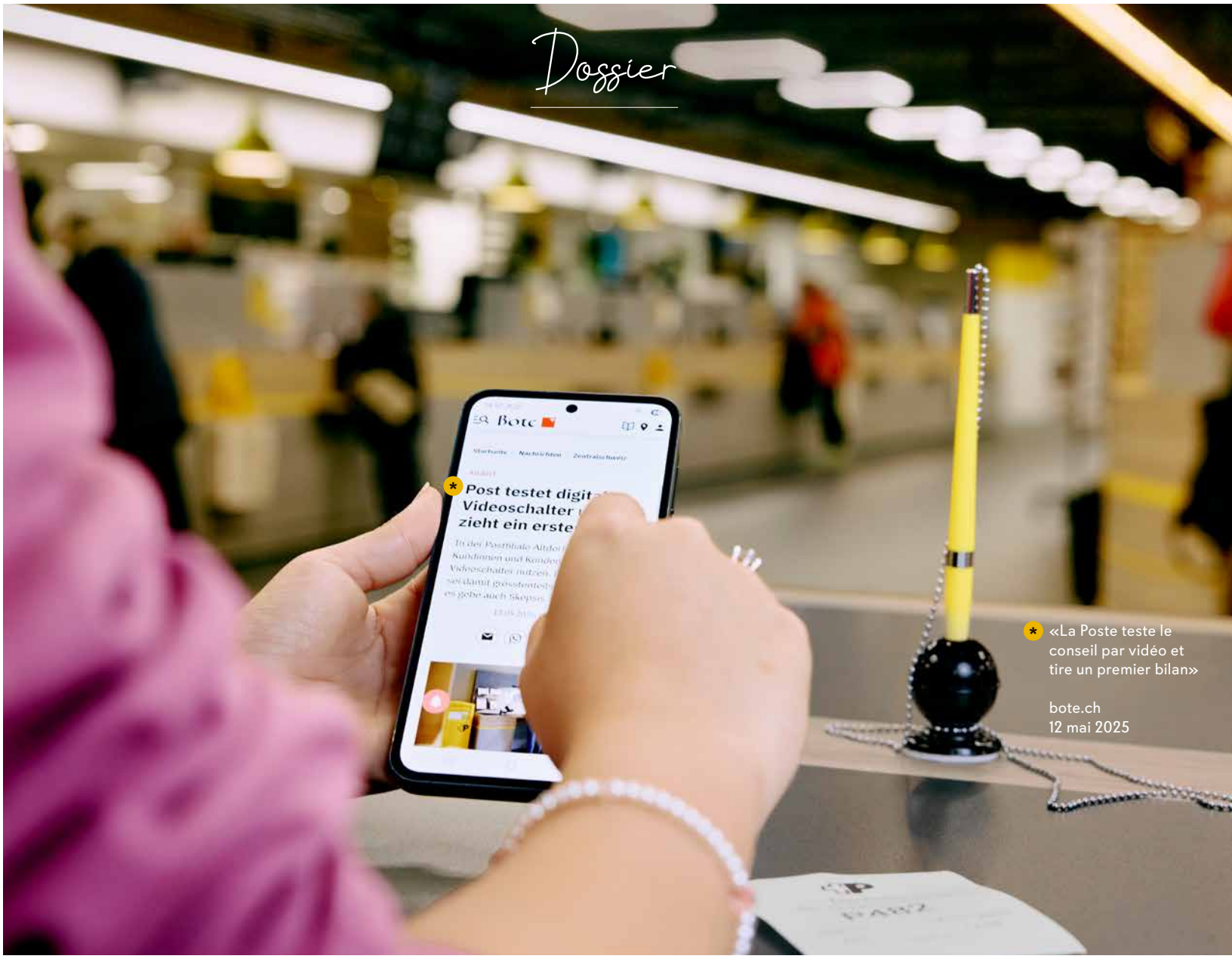
L'avenir de la Poste au cœur des débats

Le Conseil fédéral s'apprête à rendre sa décision sur la révision de l'ordonnance sur la poste, qui comprend l'intégration de la lettre hybride dans le service universel ou encore l'harmonisation des exigences en matière de ponctualité. À la clôture de la rédaction, aucune information n'était connue. La Poste approuve la modernisation, mais insiste sur le fait qu'elle ne suffira pas.

Une refonte complète de la législation postale est également en cours afin de redéfinir l'étendue, la qualité et le financement du service universel ainsi que le domaine d'activité de la Poste, mais aussi de remplacer les prescriptions obsolètes par des conditions-cadres durables – une approche saluée par la Poste.

Ces évolutions sont cruciales pour le rôle futur de notre entreprise et son fonctionnement. Façonner «La Posta del futuro» demande un travail conséquent, en interne comme à l'extérieur, souvent invisible mais néanmoins décisif.

Scanne le code QR pour suivre l'évolution du processus de révision de la législation postale.



* «La Poste teste le conseil par vidéo et tire un premier bilan»

bote.ch
12 mai 2025

“Oups, mais il y a quelqu’un!”

En Suisse centrale ou au Tessin, au guichet ou en télétravail: en plus d’être étonnamment flexible, le conseil à la clientèle moderne est individualisé et efficace avec la Poste.

Texte: Mischa Stünzi

L'idée est simple: plutôt que de faire la queue au guichet, les clientes et les clients peuvent être conseillés dans une filiale par nos spécialistes, par écran interposé, ce qui s'avère une bonne solution, surtout aux heures de forte affluence. Lorsque beaucoup de personnes attendent dans une filiale, des conseillères et des conseillers interviennent par vidéo depuis une plateforme centralisée. Les temps d'attente sont réduits pour la clientèle, l'affectation du personnel est plus flexible pour la Poste et, cerise sur le gâteau, les membres du personnel en tirent eux aussi un bénéfice.

«J'ai plaisir à travailler au vidéo-conseil, car j'aime le contact direct avec la clientèle et je remarque qu'elle aussi, elle apprécie ces échanges directs», indique Elija Stutz. Il ajoute que depuis sa formation au Contact Center de Kriens (LU), le vidéo-conseil contribue beaucoup à diversifier son travail: les journées ne se ressemblent pas et les requêtes de la clientèle sont aussi variées que la Suisse.

Et pourquoi pas en télétravail, bientôt?

Les clientes et les clients sont toujours plus nombreux à en découvrir les avantages, ce que confirme aussi Karin Fischer. Cette collaboratrice qui travaille au guichet à Wolhusen, à Escholzmatt et à Schüpfheim, et s'est portée candidate il y a deux ans pour expérimenter ce qui constituait alors une forme nouvelle de conseil: «Je consacre deux jours par semaine au vidéo-conseil et deux autres au guichet. Cette alternance rend mon travail intéressant.» Il lui arrive de retrouver régulièrement des clientes et des clients à l'écran. «Je me rends compte que certaines personnes privilégient le conseil par vidéo.»

Au début, Karin devait se rendre à Kriens pour le vidéo-conseil, mais aujourd'hui, elle peut accomplir sa mission de manière décentralisée, par exemple depuis son bureau à Wolhusen. Et pourquoi pas en télétravail, bientôt? À l'avenir, ce sera possible, ce qui contribuera à la flexibilisation du travail et rendra la Poste encore plus attrayante en tant qu'employeur. Qu'en pense Karin? «Je pourrais imaginer travailler quelques jours sur un autre site ou chez moi, si la technique le permet.»

Des défis, évidemment

Est-ce que l'écran qui s'interpose entre eux et la clientèle dérange Elija et Karin? «C'était inhabituel au début», nous répond Elija. «Mais, désormais, je ne me rends quasiment plus compte de l'écran. Et je remarque que, au cours de l'entretien, les personnes oublient souvent qu'elles me parlent par écran interposé.» Karin ajoute que la plupart d'entre elles sont agréablement surprises de voir quelqu'un à l'autre bout. «Oups, mais il y a quelqu'un! Je pensais qu'il me faudrait cliquer et naviguer dans tout un menu», lui a confié une personne, un jour.

Bien sûr, tout ne va pas toujours de soi: parfois, la technique fait des siennes, tandis que, d'autres fois, ce sont les clientes et les clients qui sont dépassés. «Ce n'est pas forcément facile d'expliquer à quelqu'un comment placer sa lettre pour que je voie l'adresse, ou sa pièce d'identité pour l'identification», explique Karin. Heureusement, de nombreuses filiales s'emploient actuellement à indiquer les zones correspondantes. Globalement, le vidéo-conseil dure plus longtemps qu'au guichet, car il requiert plus d'explications. Il n'en demeure pas moins qu'il fait gagner du temps à la clientèle.

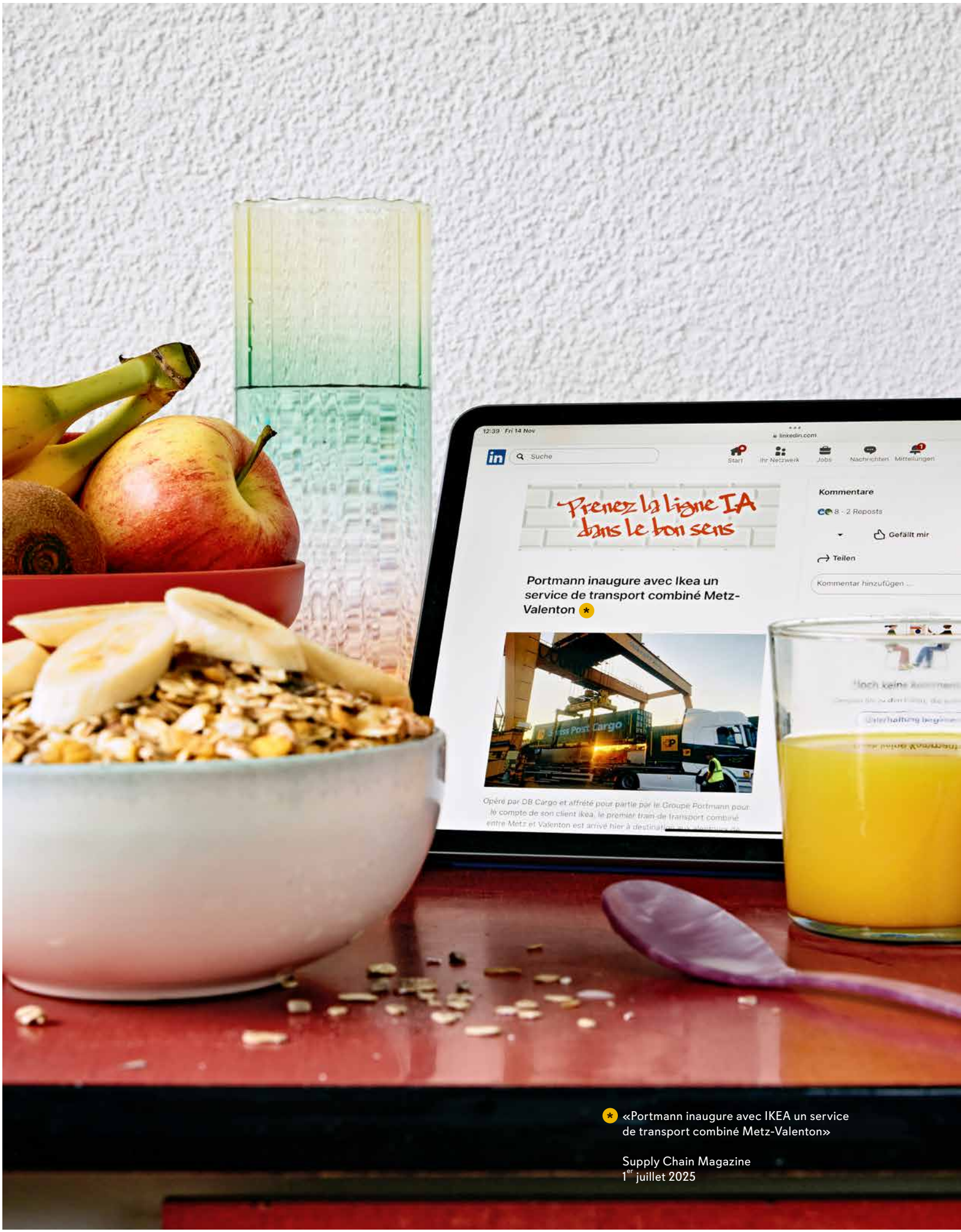
La technique, un moyen de parvenir au but

Les échos sont positifs dans leur grande majorité, chez le personnel comme chez la clientèle. Karin précise: «Voilà deux ans que je fais du conseil par vidéo, je n'ai eu qu'un seul client qui l'a interrompu, car il n'appréciait pas la technologie.»

Les expériences sont tellement positives que l'offre est développée en permanence. Nous testons déjà le conseil par appel vidéo dans 20 filiales en partenariat, où les clientes et les clients peuvent directement parler à des membres du personnel de la Poste en cas de requêtes pointues. Autre nouveauté, la clientèle peut utiliser l'écran de son téléphone mobile pour se faire conseiller à l'automate My Post 24. De plus, nous ouvrons le vidéo-conseil à nos entreprises partenaires. C'est le conseil juridique de Dextra qui a ouvert le bal cet automne.

Qu'est-il prévu pour la suite? Le vidéo-conseil n'en est qu'à ses balbutiements. À l'avenir, les collaboratrices et les collaborateurs pourront bénéficier d'une plus grande flexibilité dans leur travail de spécialistes de certains produits, en étant régulièrement en télétravail, en changeant de site ou indépendamment du lieu où ils se trouvent. Quoi que l'avenir nous réserve: la technique est un moyen de parvenir au but, l'élément déterminant restant la façon dont nous communiquons.

Découvre ici ce que pense la clientèle du vidéo-conseil.



* «Portmann inaugure avec IKEA un service de transport combiné Metz-Valenton»

Supply Chain Magazine
1er juillet 2025

“La Poste, leader mondial”
Unternehmerzeitung, 15 septembre 2025

Pour la 9e année consécutive, nous avons été élus meilleure poste du monde parmi les organisations postales de 180 pays. Ce n’est pas nous qui le disons, mais une analyse approfondie de l’Union postale universelle qui porte sur des faits concrets: un réseau international, notre fiabilité, notre pertinence pour la population, notre résilience et notre capacité d’adaptation. L’analyse a également tenu compte de nos prestations écologiques, en particulier de la réduction de nos émissions de CO_2.

Ce classement montre que nous ne nous contentons pas d’une distribution fiable aujourd’hui, mais posons des jalons pour demain, et ce dans tous les domaines. Occuper la première place pour la neuvième fois consécutive est un signal fort. Ensemble, nous resterons parmi les meilleurs grâce à notre détermination, notre esprit d’innovation et notre sens des responsabilités. (CF)

Pour en savoir plus, lis notre entretien avec José Anson, économiste en chef à l’Union postale universelle.

Du local au global

Nos thèmes sont aussi variés que les médias qui s’en font l’écho.

“La Poste présente le centre de services le plus moderne de Suisse”
www.corrieredelticino.ch, 1er décembre 2025

Après dix mois de rénovation, la nouvelle Sihlpost a ouvert ses portes le 1er décembre, écrivant ainsi un nouveau chapitre de son histoire: l’«usine postale» est devenue un lieu de rencontre avec des guichets ouverts, qui met à l’honneur le bois et privilégie la proximité avec la clientèle. Dès son inauguration dans les années 1930, l’imposant bâtiment situé non loin de la gare centrale de Zurich a ouvert une nouvelle ère pour la Poste. (TH)

Scanne le code QR pour en savoir plus sur la longue histoire mouvementée de la Sihlpost et sur son nouveau concept.

“Portmann inaugure avec IKEA un service de transport combiné Metz-Valenton”
Supply Chain Magazine, 1er juillet 2025

IKEA France cherchait à rendre le transport de biens plus écologique et plus efficace dans l’agglomération parisienne. Le géant de l’ameublement s’est alors adressé à Portmann, son partenaire de transport de longue date qui fait partie de Swiss Post Cargo. Portmann a développé en collaboration avec DB Cargo un concept ferroviaire intermodal. Cinq jours par semaine, des trains transportant chacun 26 conteneurs quittent le terminal de transbordement à Metz pour Valenton, au sud de Paris. Depuis juin, la solution dessert huit filiales et trois centres de distribution en toute fiabilité. Ce sont ainsi des milliers de camions en moins sur la route chaque année.

La mise en œuvre était tout sauf ordinaire: il a fallu deux ans à IKEA et à Portmann pour structurer leur nouveau dispositif. Portmann met les conteneurs à disposition, coordonne et organise les transports par voie routière vers la voie ferroviaire, puis de cette dernière vers les magasins d’ameublement. IKEA assume l’augmentation des charges que la nouvelle solution occasionne. Pour Portmann, le défi consiste à trouver des clients pour le trajet retour des conteneurs de Paris vers le nord-est de la France et à garantir la rentabilité du système. (CR)



Gagnez maintenant

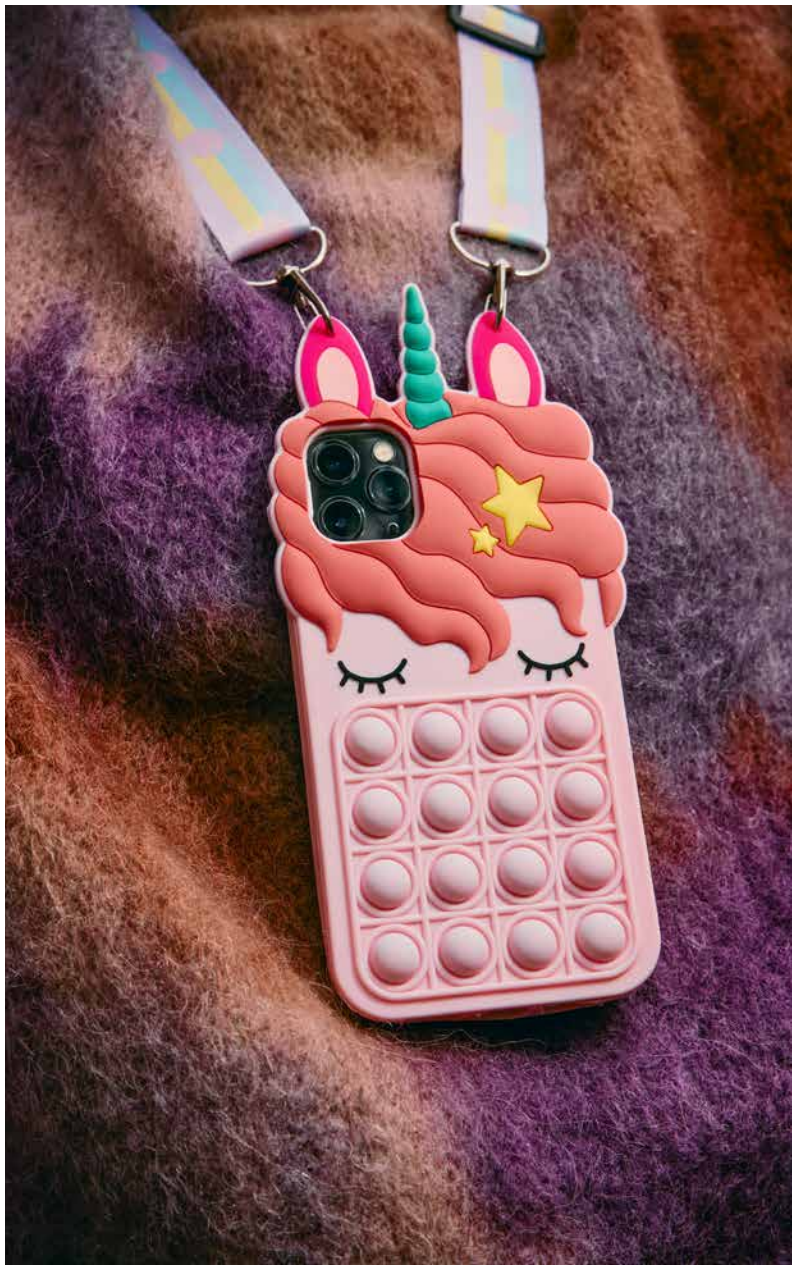
L’hiver, la saison des enveloppements

Gagnez l’une des huit pharmacies de compresses d’une valeur de CHF 69.–.

EGK
Sainement assuré

egk.ch/poste

Envie de gagner un abonnement à un titre de presse? C'est par ici!



En participant au quiz de Pmag, tu gagneras peut-être un bon d'une valeur de 100 francs pour t'abonner à la publication de ton choix parmi la vaste offre éditée par Asendia Press Edigroup, qui va de la BD au magazine de voyage.

1. Combien d'articles et d'émissions consacrés à la Poste compte-t-on dans les médias ces 12 derniers mois?
a) Environ 2000
b) Environ 13 000
c) Environ 50 000

2. Quel est le nom de l'outil important utilisé quotidiennement par notre Service de presse?
a) Revue de presse
b) Image médiatique
c) Réflexion médiatique

3. Pascal Grieder, notre nouveau directeur général, est-il plutôt un lève-tôt ou un couche-tard?
a) Un lève-tôt
b) Un couche-tard

4. Par beau temps, combien de cars postaux mettons-nous en circulation en même temps à destination du Val Verzasca pour pouvoir transporter l'ensemble des voyageuses et des voyageurs?
a) Deux
b) Quatre
c) Six

Comme toujours, tu trouveras toutes les réponses dans le dossier du numéro actuel.

Participe et tente de gagner

Asendia Press Edigroup, une filiale de la coentreprise que nous avons fondée avec La Poste (France), distribue des journaux et des revues dans le monde entier. Son offre va des magazines pour enfants aux publications internationales comme Time Magazine, en passant par des revues de sport et d'art de vivre. Nous mettons en jeu **trois bons pour des abonnements** à Edigroup **d'une valeur de 100 francs chacun**. Réponds aux questions et envoie tes réponses à quiz.pmag@poste.ch en précisant «Titre de presse» en objet. Date limite de participation: 31 janvier 2026. Bonne chance! (STÜ)


Ne plus jamais perdre de temps!
Avec la Poste, c'est possible.
Grâce à la Post-App!
Télécharger maintenant:

Poste d'observation

À ne pas manquer



Yannick effectue sa quatrième saison au sein de l'équipe des Unihockey Tigers de Langnau.

Scanne le code QR et revis les meilleurs moments de la finale:

Le dompteur des Tigers

Chiffres au bureau, victoires sur le terrain: Yannick Rubini mène notre service Finances vers l'avenir numérique, et les Unihockey Tigers vers la victoire en championnat.

Fin avril 2024, Yannick Rubini et son équipe des Unihockey Tigers disputent la finale du championnat suisse. Quelque 8892 fans dans le stade, des milliers devant leur télévision: un moment palpitant, y compris pour un entraîneur. L'équipe s'incline certes de justesse face au tenant du titre, Zoug. Mais c'est la toute première fois que les joueurs de Langnau atteignent la finale: «Avant, l'équipe luttait plutôt pour le maintien que pour le titre», explique Yannick.

La fin de sa carrière de joueur

Plus jeune, Yannick joue lui-même au unihockey. Mais il se blesse peu avant de passer dans la ligue supérieure. La fin de sa carrière de joueur laisse un vide qu'il a besoin de combler.

À cette époque, Yannick entraîne les enfants. Entre les équipes de la relève et les formations continues, il gravit les échelons jusqu'à prendre, à 28 ans, la tête de l'équipe masculine A. Un poste à 20% et beaucoup de bénévolat. «Même si les choses ont évolué ces dernières années, les finances sont loin d'être celles d'un club professionnel», déclare Yannick. «Dans d'autres domaines, en revanche, nous sommes très pros. Je regarde souvent ce qui se fait du côté du hockey sur glace professionnel et je suis étonné de constater les nombreuses similitudes.»

Revanche est prise

Actuellement, Yannick suit une formation d'entraîneur de haut niveau. Comment concilie-t-il la formation, les entraînements et son travail à 80% à la Poste? «J'ai des horaires de travail flexibles, souvent de courtes pauses à midi, une partenaire et une famille qui me soutiennent, et très peu de temps libre.»

Mais l'investissement est payant: dès sa première saison, il mène l'équipe en play-off, puis en demi-finale lors de la deuxième saison. Le succès amène de nouvelles exigences. Un exercice d'équilibre: «Plus tu te passionnes pour une chose, plus on te confie de tâches et de responsabilités.» La plupart des entraîneurs ne font que passer. «Il est très rare que quelqu'un coache dans la ligue supérieure quatre saisons comme moi.»

Il y a quelques semaines, l'équipe a pris sa revanche contre Zoug en Coupe. «Continuons comme ça», conclut Yannick.

Texte: Mischa Stünzi Photo: Gabi Schwarz



Ode à Noël

Grâce à nos timbres de Noël, tu pourras cette année encore embellir tes cartes de vœux et tes colis pour les fêtes. Photographiée par Sandro Reichmuth dans la région de Saint-Gall, la série «Scènes d'hiver» immortalise quatre moments hivernaux: l'Avent, Noël, le Nouvel An et une expérience hivernale en début d'année.

Les timbres sont disponibles sur postshop.ch et dans nos filiales. (TH)

Qui sait où habite le Père Noël…

Peu de gens savent où vit le Père Noël. Nous, à la Poste, nous sommes dans la confidence. C'est pourquoi nous recevons chaque année pas moins de 30 000 lettres qui lui sont destinées. Depuis plus de 75 ans, notre équipe de lutins assidus basée au Tessin prête main-forte au Père Noël pour répondre aux nombreuses sollicitations.

Bien entendu, nous ne divulguerons pas son adresse exacte – il en va de notre honneur. Il nous suffit de voir la mention «à l'attention du Père Noël» sur la lettre pour savoir à qui elle est destinée (il est important de ne pas oublier le timbre). Enfin, pour que le Père Noël sache à qui faire parvenir sa réponse, il faut impérativement indiquer l'adresse de l'expéditrice ou de l'expéditeur. (STÜ)

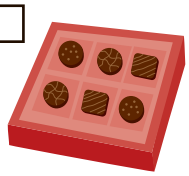
2 × Noël: ce qui peut être mis dans le colis – et ce qui ne doit pas y figurer

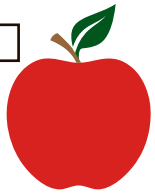
Depuis 1997, nous organisons la campagne d'utilité publique «2 × Noël» en collaboration avec la Croix-Rouge suisse (CRS), la SRG SSR et Coop. C'est l'occasion de collecter des dons de denrées alimentaires de longue conservation et d'articles d'hygiène corporelle, avant de les distribuer aux plus démunis en Suisse.

Les colis de dons peuvent être déposés gratuitement dans nos filiales du 24 décembre au 18 janvier. Encore plus simple: nous récupérons les colis à domicile dans le cadre de la prestation pick@home, il suffit de demander la prise en charge sur www.poste.ch/2xnoel.

Mais que peut-on mettre dans le colis et que vaut-il mieux éviter? Les réponses sont sur la page ci-contre. (STÜ)

☐ 
Du savon liquide, parfum Brise marine

☐ 
Une boîte de chocolats entamée, que je n'ai pas aimés

☐ 
Des pommes fraîchement cueillies du jardin

☐ 

Du müesli, à consommer au plus tard d'ici octobre 2026

☐ 

Une cannette de bière de la marque Prost Post

☐ 
Des chaussettes, tricotées à la main

☐ 
Une peluche, Benny

☐ 
Du papier toilette, extra-doux

“Une œuvre d’art qui célèbre votre implication”

La carte de Noël 2025 est un peu spéciale puisqu’elle a été conçue pour nous, collaboratrices et collaborateurs de la Poste, par l’artiste Francisco Sierra. Vous ne serez pas déçus!



Extrait de la carte de Noël. Tu trouveras bientôt la carte dans son intégralité dans ta boîte aux lettres.



Chaque jour, vous suscitez l’enthousiasme de notre clientèle grâce à votre engagement. Nous vous en remercions de tout cœur. En signe d’estime, nous avons fait réaliser une carte de Noël plutôt spéciale: il s’agit d’une œuvre d’art qui célèbre votre implication tout en mettant en avant notre engagement en faveur de l’art depuis plus de 100 ans.

Alex Glanzmann, CFO et membre de la Direction du groupe



Francisco Sierra a imaginé deux œuvres tout spécialement pour les cartes de Noël de la Poste. Elles constituent une réponse artistique à ce que pourrait signifier pour nous le changement d’année, à savoir un moment suspendu. En tant que Commission des Beaux-Arts de la Poste, nous sommes ravis d’avoir ainsi mis en place une nouvelle plateforme dédiée à la création artistique en Suisse.

Yasmin Afschar, co-directrice du Migros Museum für Gegenwartskunst (musée d’art contemporain) à Zurich, et experte externe de la Commission des Beaux-Arts de la Poste



Concevoir la carte de Noël de la Poste a été un processus enrichissant et passionnant. En effet, il s’agissait de trouver un sujet qui corresponde aux fêtes de fin d’année, qui soit en adéquation avec mon travail artistique et qui puisse simultanément toucher le plus grand nombre de personnes possible pendant un court instant.

Francisco Sierra, artiste

Tu souhaites que ton colis ou ta carte de Noël arrive à temps?
Consulte les dates limites de dépôt sur:

Solutions 2 × Noël

✓ Denrées alimentaires telles que müesli, conserves, huile, alimentation pour bébés et café à longue durée de conservation.

✓ Articles d’hygiène tels que papier toilette, savon liquide, couches, serviettes hygiéniques et brosses à dents.

✗ Cadeaux tels que peluches et chaussettes tricotées à la main: même si l’intention est bonne, ils arrivent généralement entre les mains de personnes qui n’en ont pas l’utilité ou qui ne s’en réjouissent pas.

✗ Emballages entamés et denrées alimentaires fraîches: ils n’ont pas leur place dans le colis, même s’il ne manque pas grand-chose dans l’emballage ou si la fraîcheur des aliments est garantie.

✗ Pas de boissons alcoolisées: le contenu du colis doit convenir à toute la famille.

Photo: màd, Sebastian Verdon



Cars postaux automatisés en Suisse orientale

CarPostal lance AmiGo, une nouvelle offre comprenant 25 véhicules automatisés. Dans le nord-est de la Suisse, les voitures circulent à la demande, comme des taxis. Les courses-test démarrent fin 2025.

Durant la phase de test qui commencera fin 2025 et intègrera notamment la lecture des données de la zone desservie, une personne en chair et en os sera encore au volant des véhicules AmiGo. Les courses avec une clientèle mystère débuteront courant 2026 et seront également accompagnées par une personne réelle. L'exploitation régulière d'AmiGo devrait démarrer en 2027, notamment là où les lignes à courses régulières classiques sont moins adaptées, comme dans les régions mal desservies ou pendant les heures creuses.

L'offre avec les véhicules AmiGo automatisés bénéficie du soutien des cantons de Saint-Gall, de Thurgovie, d'Appenzell Rhodes-Extérieures et d'Appenzell Rhodes-Intérieures, de l'Office fédéral des transports (OFT), de l'Office fédéral des routes (OFROU), du Touring Club Suisse (TCS) ainsi que d'autres partenaires. L'entreprise Baidu Apollo, qui exploite plusieurs milliers de véhicules autonomes en Asie, est le partenaire technologique du projet.

Avec les SmartShuttles à Sion, CarPostal avait mis en circulation les premiers bus de TP automatisés au monde entre 2016 et 2019. (KM)

En profiter maintenant: bike sharing à des conditions spéciales

Prendre l'air dès le matin, se rendre librement et tout sourire au travail: c'est possible grâce à l'offre de bike sharing de la Poste. Pour seulement 10 francs par an, tu as le choix parmi plus de 10 000 vélos et e-bikes 24 heures sur 24 dans toute la Suisse. Les 30 premières minutes de chaque trajet avec PubliBike Velospot sont gratuites; au-delà, les tarifs à la minute sont avantageux. Que ce soit pour te rendre au travail, pour tes loisirs ou pour une petite virée spontanée, c'est toi qui décides! Bientôt, une seule application couvrira toute la Suisse. Il suffit de s'inscrire, de monter en selle et de pédaler. (KR)

Toutes les informations concernant l'offre de bike sharing pour le personnel de la Poste
Pour des trajets encore plus durables. Tu trouveras ici le factsheet sur l'offre:

Le **code promotionnel** pour le personnel de la Poste est: **postxpublibike**



Profite de l'offre de bike sharing de PubliBike Velospot au prix de 10 francs par an seulement.

Obtiens un morceau de l'histoire de la Poste

Pendant 20 ans, les chemises et chemisiers à rayures jaunes ont fait partie de l'uniforme RéseauPostal, avant d'être remplacés cette année par une nouvelle tenue. Afin de rendre hommage aux collaboratrices et aux collaborateurs qui ont porté ces pièces presque quotidiennement, la Poste a fait transformer les restes de tissu en timbres-poste. «Pour moi, les vêtements de travail de qualité et le timbre sont des signes d'estime envers nous autres, collaboratrices et collaborateurs», déclare Cornelia von Siebenthal, qui travaille depuis plus de 30 ans à la Poste et depuis 2020 au comptoir des timbres de la Sihlpost. Même si elle n'est pas collectionneuse, elle compte bien «acheter quelques planches et les mettre de côté».

Les timbres (valeur de taxe 250) sont disponibles dans les filiales de la Poste et sur postshop.ch (jusqu'à épuisement des stocks).





Pour Cornelia von Siebenthal, le fait d'immortaliser l'ancien uniforme postal sous forme de timbre est un signe d'estime envers le personnel.



Betty Bossi fait la fête – et nous aussi!

Depuis 1956, la Suisse profite des recettes et des conseils de ménage de Betty Bossi. À l'occasion de son 70e anniversaire, le film «Salut Betty» raconte l'histoire mouvementée d'Emmi Creola, la fondatrice de Betty Bossi. Une vidéo passionnante «Kitchen Talk» a également été réalisée en collaboration avec la Poste: Julia, de Betty Bossi, et Tessa, de LS Operations, y cuisinent ensemble une recette culte et parlent ouvertement de carrière, de gestion et d'opportunités pour les femmes.

Envie d'en savoir plus? Scanne le code QR et partage le «Kitchen Talk» avec tes collègues.

Photo: màd Illustration: iStock

Fenêtre des transferts

Jesko Herre dirige désormais Développement d'entreprise

À la mi-octobre, **Jesko Herre** a repris la direction de Développement d'entreprise au sein de l'État-major du directeur général de la Poste. En tant que responsable Stratégie RH, Jesko est membre de la direction de fonction Personnel depuis fin 2019. À ce titre, il a largement contribué à façonner l'unité. Avant son entrée à la Poste, ce docteur en économie a occupé différentes fonctions de conseil et de gestion dans le secteur de l'énergie.





Marco Grütter est le nouveau responsable Stratégie RH

Marco Grütter succédera à Jesko Herre au poste de responsable Stratégie RH et Développement d'unité (P Strat). Il prendra ses fonctions le 1er février 2026 et deviendra membre de la direction de fonction P. Marco connaît la Poste depuis plus de huit ans et dispose d'une vaste expérience dans le travail stratégique, la gestion et les RH. **Laura Niederhauser** dirigera P Strat par intérim jusqu'à l'entrée en fonction de Marco.





Changement temporaire de poste: Nadia von Veltheim et Ruedi Henke

Le 1er novembre 2025, **Ruedi Henke**, responsable Région Est chez LS Operations, a repris la fonction de Chief Transformation Officer chez Services de mobilité pour huit mois. Parallèlement, **Nadia von Veltheim**, responsable Poste Immobilier, rejoint Services logistiques et va diriger la Région Est qui compte environ 7000 collaboratrices et collaborateurs.



Roland Heizmann



Stefan Luginbühl

Swiss Post Cargo: changement à la direction

Roland Heizmann a décidé de céder la gestion opérationnelle de Swiss Post Cargo. Il assumera jusqu'à nouvel ordre des tâches spéciales au sein de l'entreprise et présidera le Conseil d'administration pour l'Italie. **Stefan Luginbühl**, jusqu'ici responsable du centre de compétences Dépôt, transport et tri de la Poste, prend la direction par intérim de Swiss Post Cargo à compter du 1er novembre 2025. Les démarches visant au pourvoi à long terme du poste de responsable Swiss Post Cargo sont en cours.



Responsable Partenaires commerciaux RH RéseauPostal: Chloé Kessi

Le 1er septembre 2025, **Chloé Kessi** a repris la direction de l'équipe des partenaires commerciaux RH pour RéseauPostal. Elle possède plus de 15 ans d'expérience de gestion dans le domaine des RH dans le secteur des assurances et de la santé et a notamment travaillé au Groupe Mutuel, où elle était responsable de la gestion des talents et du recrutement.



Christian Mähr rejoint le comité directeur de PostFinance

À partir du 1er janvier 2026, Christian Mähr prendra la direction de PF3 Corporate Development & People, l'unité d'organisation nouvellement créée dans le cadre de «Pulse». Cette unité d'organisation englobe les domaines Stratégie, Innovation, Données et RH depuis le 1er décembre.
Le Conseil d'administration de PostFinance a nommé Christian Mähr, qui vient d'UBS, au comité directeur.



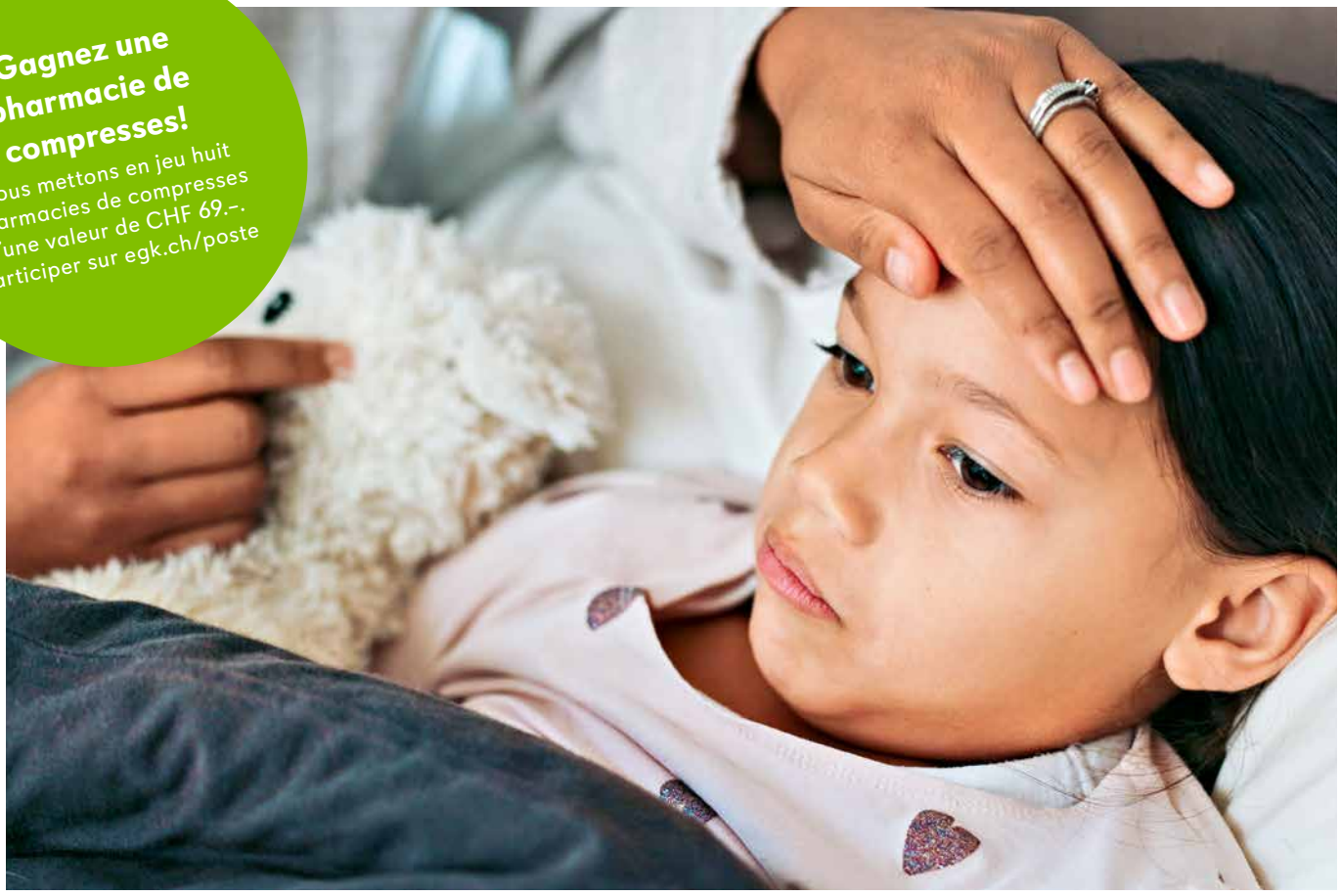
La nouvelle direction de RéseauPostal lors de sa première sortie (de gauche à droite): Tommy Baur (responsable), René Tausendfreund (F), Patric Marchand (CP), Alexandra Hofmann (PME et CX), Michael Schertenleib (Développement d'unité), Ophélie Döbler (Plateforme de services et de distribution), Merce Borrull (IT), Corinne Hunziker (Assistance de direction), Chloé Kessi (P) et Kerstin Eichenberger (K).

Nouveau départ pour RéseauPostal: toujours plus proche de la clientèle

Le pourvoi des postes est toujours en cours, mais la nouvelle équipe de direction est déjà en place. Dès la nouvelle année, le siège principal de RéseauPostal s'adaptera de façon encore plus cohérente aux besoins des clientes et des clients. RéseauPostal mettra alors en commun nos connaissances sur notre clientèle privée et commerciale PME. Quels sont leurs besoins? Et quelles ont été leurs expériences avec nous? À partir des réponses, nous pourrons mieux coordonner nos canaux physiques et numériques – pour une expérience client globale.

L'orientation client, que tu constates au quotidien – que ce soit dans les filiales, le centre logistique, en déplacement ou au bureau – sera mieux harmonisée entre toutes les unités. Ensemble, nous simplifions le quotidien de notre clientèle. (KE)

Gagnez une pharmacie de compresses!
Nous mettons en jeu huit pharmacies de compresses d'une valeur de CHF 69.–. Participer sur egk.ch/poste



Tout savoir sur les compresses et enveloppements pour l'hiver et gagner une pharmacie

Refroidissements, maux d'oreilles ou tensions : les compresses et enveloppements soulagent efficacement de façon simple et naturelle. Des ingrédients comme les oignons, les pommes de terre, le séré ou le vinaigre ont un effet chauffant, anti-inflammatoire et apaisant.

Les compresses et enveloppements ont une longue tradition. Aujourd'hui, ils sont même reconnus par la médecine contemporaine. Au-delà de leurs vertus curatives, ils donnent un sentiment de proximité et de sollicitude.

EGK-Caisse de Santé partage ces connaissances dans son guide numérique des compresses et enveloppements, avec des instructions qui ont fait leurs preuves et sont faciles à mettre en œuvre dans le quotidien familial.

En tant que caisse de santé axée sur la médecine naturelle et conventionnelle, nous proposons avec l'assurance complémentaire **EGK-SUN** un libre accès à la médecine complémentaire, avec des avantages particuliers pour le personnel de la Poste.

EGK
Sainement assuré

Certificat médical, temps de travail, changement d'adresse: tout gérer sur son téléphone mobile

La société est en pleine transformation numérique, et notre monde du travail aussi. Tu peux désormais utiliser plusieurs offres et services RH directement sur ton smartphone.

Après avoir été testée au bureau par des collaboratrices et des collaborateurs, la plateforme RH numérique est maintenant progressivement mise à la disposition de l'ensemble du personnel. L'accès à la plateforme RH en ligne se fait via Microsoft Teams. Tu peux l'utiliser pour soumettre un certificat médical, pour changer ton adresse ou pour saisir un ticket RH, par exemple. La plateforme «My HR» se trouve dans MS Teams sous «PostWeb» / «Ressources». Grâce à elle, tu peux obtenir des informations à tout moment et gérer tes données RH de manière flexible. Les premières expériences sont prometteuses.



Nicola Negro, facteur, office de distribution Berne

«J'ai pu tester cette application SAP, qui permet notamment de télécharger des **certificats médicaux**. Le processus fonctionne de manière fluide et simple. L'application est très intuitive: par exemple, il suffit d'appuyer sur le bouton «Certificat médical» pour procéder au téléchargement. Je trouve cette solution optimale.»



Silvio Rocci, facteur, office de distribution Berne

«Maintenant, nous pouvons modifier nos données personnelles, télécharger des documents ou faire des demandes en toute simplicité via notre smartphone. Nous pouvons aussi obtenir des informations à tout moment sur différents sujets, comme le salaire, les vacances et le **temps de travail**. Cela nous permet non seulement de gagner du temps, mais aussi de recevoir plus rapidement l'aide dont nous avons besoin.»



Christoph Gurtner, responsable d'équipe, office de distribution Berne

«Je trouve cela formidable que le personnel puisse maintenant effectuer toutes ces démarches de manière autonome – comme le **changement d'adresse**. Cela représente un soulagement considérable pour la direction d'équipe. J'ai aussi été impressionné de voir combien de travail se cache derrière le bon fonctionnement des processus.»

Future PERSY – mobile, transparent et sans intermédiaire

Dans le cadre du grand projet «Future PERSY», nous faisons passer nos RH au numérique. D'ici 2028, l'accès aux processus RH sera progressivement facilité pour les 45 000 membres du personnel. L'objectif: plus d'autonomie, plus de libre-service pour pouvoir gérer soi-même ses données et ses documents à tout moment – de façon mobile, transparente et sans intermédiaire. Cela permettra d'améliorer la communication, de gagner du temps et de garantir des informations actuelles et sûres. Tout sera disponible à tout moment en un seul endroit.

Texte: Fredy Gasser



X-MAS SPECIAL

Noël c'est la saison des bonnes affaires! L'Internet ultra-rapide et une expérience TV optimale sont désormais encore plus avantageux, en exclusivité pour les employé-e-s de la Poste

Scanner le code QR et s'inscrire au «Benefit Program»

*Offre valable pour toute nouvelle commande. Le prix comprend: une réduction (CHF 8.–/mois) sous forme de crédits sur facture. Prix Up Home XL: CHF 42.80/mois, tant que vous êtes éligible au «Benefit Program» de Sunrise. Ensuite, CHF 111.90/mois. Durée minimale contractuelle de 12 mois. Offre bonus valable jusqu'au 31.12.2025. Sous réserve de modifications.

Sunrise

Poste d'observation

Finance Boost

Cher Finance Booster,
Quelle somme devrais-je mettre de côté en cas d'urgence?

Le bas de laine idéal varie d'une personne et d'un ménage à l'autre. Il dépend de la situation de vie et du besoin en termes de sécurité.

On recommande de placer un à deux mois de salaire sur le compte de paiement pour les dépenses courantes et deux à quatre mois de salaire comme réserve d'urgence sur un compte d'épargne, pour faire face à des dépenses inattendues comme une facture de dentiste élevée ou une réparation automobile.

Un bas de laine t'apporte sécurité, indépendance et tranquillité d'esprit, et constitue la première étape vers une base financière stable.

Conseil: mettre de l'argent de côté n'empêche pas d'investir. Chez PostFinance, il est possible de placer des petits montants dans un plan d'épargne en ETF ou en fonds, dès 20 francs par mois. Tu combines ainsi sécurité financière et constitution d'un patrimoine à long terme.



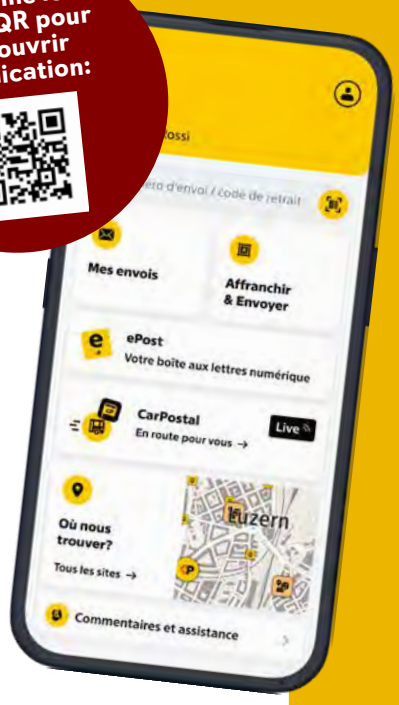
Philipp Merkt, Chief Investment Officer de PostFinance

Tu as une question sur les placements ou sur ta situation financière? Ou encore des soucis avec la prévoyance? Des spécialistes de PostFinance sont à ton écoute pour **y répondre** et te donner de **précieux conseils** sur la manière de gérer ton argent. N'hésite pas à nous écrire à **redaction@poste.ch**.

La nouvelle application multifonctions

Gérer des envois, affranchir des lettres ou suivre le car postal en direct: tout est possible avec la nouvelle Post-App. À l'approche de Noël, alors que le nombre de cadeaux et de cartes à envoyer est à son comble, elle t'aide à tout gérer sans stress.

Scanne le code QR pour découvrir l'application:



La nouvelle Post-App te simplifie la vie quotidienne: suis tes envois et gère-les de manière flexible. Affranchis tes lettres et tes colis directement via ton smartphone et demande leur prise en charge à domicile si tu le souhaites. Trouve en un clin d'œil une filiale, une boîte aux lettres publiques ou un automate My Post 24 à côté de chez toi.

Avec la boîte aux lettres numérique, tu as accès à tout moment à tes lettres et à tes documents. Au guichet, tu peux recevoir tes justificatifs et tes quittances dans l'application grâce à ton code QR personnel. Lors de tes déplacements, tu peux suivre le car postal en direct.

Le résultat d'une collaboration

La nouvelle Post-App a été développée en collaboration avec nos clientes et nos clients. Les personnes intéressées ont testé la version preview et donné de précieux feed-back. Grâce à ces retours, l'application dispose de fonctions améliorées, d'un design plus moderne et d'une utilisation simplifiée. (LC)

Passage à PostFinance Pay

PostFinance Pay est notre nouveau mode de paiement et remplace progressivement les options existantes «PostFinance Card» et «PostFinance e-finance» dans les boutiques en ligne. L'avantage de PostFinance Pay? Plus besoin de saisir les données de ta carte, tu valides tes paiements rapidement et facilement dans la PostFinance App. Désormais, les CFF proposent aussi PostFinance Pay. Pour fêter cette étape importante, nous te proposons un concours. (LA)

Pour en savoir plus: postfinance.ch/pfpay

Un bon CFF d'une valeur de CHF 200.– à gagner

Réponds à la question suivante et, avec un peu de chance, tu remporteras peut-être l'un des quatre bons CFF d'une valeur de CHF 200.– mis en jeu.

Où peux-tu désormais payer avec PostFinance Pay?

Envoie ta réponse avant fin janvier à quiz.pmag@poste.ch. Bonne chance!

NOUVELLE FONCTIONNALITÉ DANS LA POSTFINANCE TWINT APP

Tu utilises plusieurs comptes ou cartes pour tes dépenses quotidiennes? Compte de ménage, compte privé ou carte de crédit: désormais, lorsque tu payes ou envoies de l'argent avec la PostFinance TWINT App, tu peux directement sélectionner le compte à débiter. Pour cela, mets à jour l'application et ajoute tes différents comptes et cartes de crédit dans le menu. Tu n'auras ensuite plus qu'à choisir le compte souhaité lors du processus de paiement. (LA)

Pour en savoir plus: postfinance.ch/twint

Edigroup

« BENEFIT PROGRAM »

L'OFFRE EXCLUSIVE RÉSERVÉE AU PERSONNEL DE LA POSTE

Plus de 600 abonnements magazines
à découvrir sur **Edigroup.ch**
Actualité, Jeunesse, Culture, Loisirs...

-15%
avec le code
ELITE

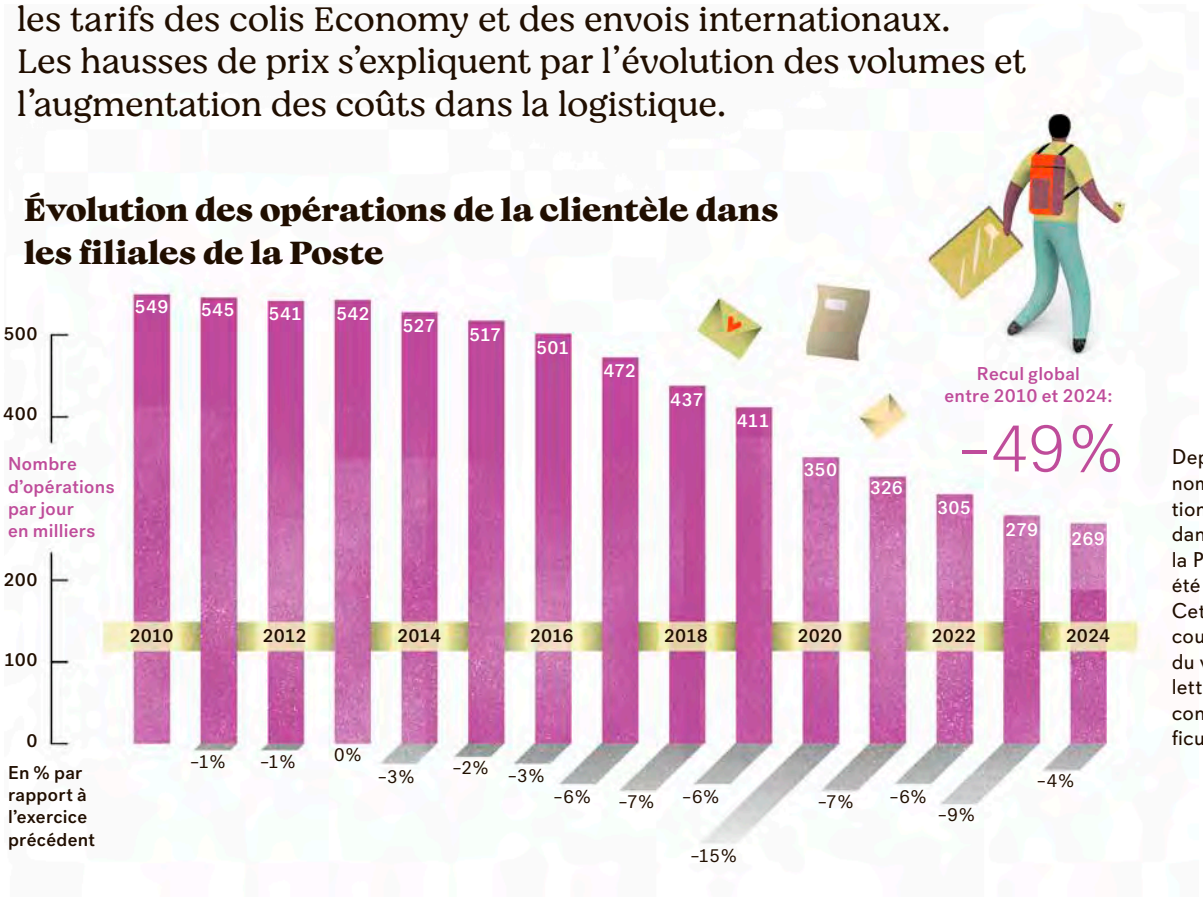


Asendia Press Edigroup SA
est membre du groupe SwissPost
et partenaire des plus grands éditeurs
de presse internationaux.

Scannez moi
pour découvrir
nos abonnements !

Voilà pourquoi la Poste augmente ses prix

La Poste a trouvé un accord avec le Surveillant des prix concernant les tarifs des colis Economy et des envois internationaux. Les hausses de prix s'expliquent par l'évolution des volumes et l'augmentation des coûts dans la logistique.



Depuis 2010, le nombre d'opérations de la clientèle dans les filiales de la Poste a presque été divisé par deux. Cette diminution, couplée à la baisse du volume des lettres, nous confronte à des difficultés financières.

En début d'année, nous augmenterons légèrement le prix des colis Economy et des envois de petites marchandises vers l'étranger. Chaque échelon de poids coûtera désormais 50 centimes de plus (par exemple, le prix d'un colis Economy de 2 kg s'élèvera à 9 francs au lieu de 8.50 francs).

Notre clientèle continuera néanmoins à profiter d'un rabais en ligne de 1.50 franc par colis (pour les envois Priority, Economy et Encombrant). En outre, nous offrirons un crédit de 5 francs aux personnes qui affranchiront au moins un PostPac Priority ou Economy avec la Post-App ou en ligne d'ici février 2026.

Nous continuons à nous améliorer

Les derniers calculs le montrent: la charge financière que représente le service universel pour la Poste ne cesse d'augmenter du fait du recul du volume des lettres et des opérations au guichet, et s'élève actuellement à plus de 360 millions de francs. La hausse des coûts s'explique également par nos investissements dans une infrastructure moderne et dans de nouvelles technologies, qui sont indispensables pour garantir la qualité de nos prestations.

Une grande partie de ces coûts supplémentaires peut être compensée par des mesures de gain d'efficience internes. Seule une fraction est amortie par notre clientèle. Nous n'avons toutefois pas d'autre choix que d'augmenter modérément les prix dans certains cas.

Malgré les défis à relever, une chose reste claire: la Poste entend continuer à jouer un rôle important dans le quotidien de la population. C'est pour cela que nous travaillons en permanence à l'amélioration de nos processus et de nos offres. (AM)

Tu trouveras toutes les mesures tarifaires sur poste.ch/offre26.

Illustration: Doreen Borsutzki

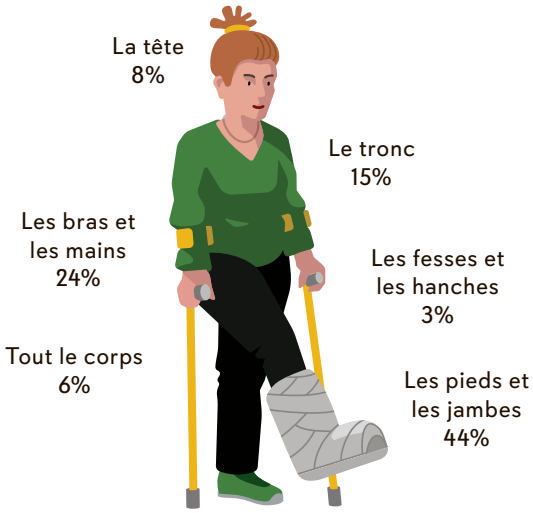
Connaître le danger qui guette pour se protéger

Plus de la moitié des accidents à la Poste sont dus à des trébuchements, à des chutes ou à des faux pas. Voici les situations où le risque de trébuchement est le plus élevé et les parties du corps les plus souvent blessées dans ce genre d'accidents à la Poste.

Où y a-t-il un risque de trébuchement?



Où les membres du personnel de la Poste se blessent-ils lors d'un accident dû à un trébuchement?



Ces chiffres datent de 2024.

La Poste tient à ta santé et à ta sécurité! Mais tu peux, toi aussi, agir pour garantir ta sécurité à tout moment. Sur StayFit, tu trouveras des conseils pour te protéger.



Pendant une année, les collaboratrices et les collaborateurs de Services logistiques reçoivent des conseils et des astuces spécifiques pour éviter les accidents dus aux chutes et aux trébuchements. Actuellement, il existe un risque de glissade en raison de l'hiver. Tes chaussures sont-elles suffisamment profilées pour te permettre de marcher sur de la neige et de la glace sans déraper?

Autrefois

(1988)



Une distribution aux petits oignons

La distribution des journaux relève de notre mandat de service universel. Il arrive néanmoins que certains journaux ne soient pas distribués correctement. Il peut y avoir plusieurs raisons à cela. Par exemple, si une maison d'édition a mal ficelé ses journaux, ce qui pourrait «entraîner des dommages, des perturbations et des retards de livraison», comme nous l'indiquions dans une brochure en 1988. Ou si le personnel de distribution en profite un peu trop: en 1953, une maison d'édition s'était plainte auprès de nous que «le personnel de la Poste retirait quelques exemplaires des liasses par localité et, une fois consultés, ne les remettait pas en place».

Texte: Mischa Stünzi Photo: Archives des PTT


HELVETIA
lanceur
de l'agence
spatiale
européenne
esa

Il écrit jusqu'à 100 cartes postales par mois

Originaire de Faulensee dans l'Oberland bernois, Thomas Streit est un spécialiste de l'informatique passionné par les messages analogiques: il voyage à travers le monde grâce aux cartes postales qu'il envoie et qu'il réceptionne chez lui, à la maison – c'est le principe du "postcrossing".

Texte: Fredy Gasser Photo: Tom Huber

Dans le cadre de ses fonctions, Thomas Streit veille au bon fonctionnement d'outils numériques tels que Jira et Confluence au sein de la Poste. Pendant son temps libre, cet ingénieur informatique s'aventure dans un univers analogique rempli de manuscrits, de timbres et d'histoires provenant de pays lointains. Thomas est un «postcrosseur»: il envoie jusqu'à 100 cartes postales par mois à des personnes, généralement de parfaits inconnus, partout dans le monde.

Si, pour la plupart d'entre nous, cette pratique s'apparente à un passe-temps nostalgique, pour Thomas, il s'agit d'«un mélange fascinant entre culture, sens de la communauté et proximité humaine». Le postcrossing relie les mondes numérique et analogique de manière singulière.

Des cartes provenant de plus de 80 pays

Depuis 2018, Thomas est membre actif de la plateforme mondiale postcrossing.com, qui met en relation les fans de cartes postales du monde entier. Les utilisatrices et les utilisateurs se voient attribuer des adresses au hasard, rédigent des messages manuscrits et les envoient aux quatre coins du monde. En contrepartie, ils reçoivent des cartes postales de plus de 80 pays. À ce jour, les cartes de Thomas ont été expédiées dans 87 pays.

Thomas garde un souvenir particulièrement ému de sa rencontre avec Melina, originaire de Dortmund. Leur amitié a commencé en 2023 grâce à une carte postale manuscrite rédigée une nuit par Thomas. Aujourd'hui, ils vivent ensemble à Faulensee.

En Suisse, il figure parmi les 30 postcrosseurs les plus actifs, une performance remarquable qui récompense son dévouement et une organisation millimétrée: chaque carte envoyée est dotée d'un identifiant unique enregistré en ligne par la ou le destinataire. Ainsi, Thomas peut suivre avec précision l'itinéraire de ses cartes, à savoir quand elles sont arrivées à destination et combien de temps elles ont mis pour y parvenir. Il archive également chaque carte sous forme numérique avec sa propre image, créant ainsi une sorte de petit journal intime de ses voyages analogiques à travers le monde.

Chaque message est une petite œuvre d'art

Thomas est faciné par l'harmonie des détails: «C'est l'interaction entre la carte, le timbre et le cachet qui rend le tout si spécial». Il choisit ses cartes postales avec soin, veillant non seulement à ce que le motif visuel soit approprié, mais aussi à ce que le timbre corresponde à la carte et à la ou au destinataire.

«Je tiens particulièrement à avoir une véritable empreinte provenant d'un vrai bureau de poste». En tant que passionné, il n'apprécie guère les timbres d'oblitération apposés en centre de distribution. Pour obtenir des empreintes d'oblitération cantonales rares, il lui arrive de voyager à travers la Suisse. «Ainsi, chaque message devient une petite œuvre d'art qui raconte une histoire et a sa propre personnalité.»

Une communauté vivante

Thomas est aussi imbattable en matière de frais de port. Tandis qu'une carte coûte 1.00 franc ou 1.20 franc en Suisse, elle revient à 1.90 franc pour l'Europe et à 2.50 francs pour le reste du monde. La Suisse se situe donc dans la moyenne en Europe, selon Thomas. «C'est beaucoup plus cher au Danemark, par exemple, où une carte postale vers la Suisse coûte 50 couronnes danoises, soit un peu plus de 6 francs.» Les frais de port sont également très élevés hors d'Europe, «par exemple en Argentine, où ils sont d'environ 7.50 francs». Malheureusement, certains pays n'émettent plus de nouveaux timbres-poste, comme l'Islande. «Je trouve cela vraiment regrettable», précise Thomas.

Pour notre ingénieur, le postcrossing est bien plus qu'un simple passe-temps. «C'est une communauté vivante», dit-il, avec des personnes issues de tous les horizons: des étudiantes et des étudiants aux femmes et hommes au foyer, en passant par le corps professoral et des membres du personnel infirmier. Thomas organise et participe également à des rencontres permettant à des adeptes du postcrossing de Suisse et de toute l'Europe d'échanger en personne. «Ainsi, la communauté se développe aussi hors ligne», ajoute-t-il.

L'amour grâce à des cartes postales

Thomas garde un souvenir particulièrement ému de sa rencontre avec Melina, originaire de Dortmund. Leur amitié a commencé en 2023 grâce à une carte postale manuscrite rédigée une nuit par Thomas. Après avoir échangé pendant plus d'un an et demi par le biais de cartes postales, d'e-mails et d'appels vidéo, ils se sont finalement rencontrés en personne à Nuremberg.

Aujourd'hui, ils vivent ensemble à Faulensee. Pour Thomas, c'est bien la preuve que les cartes postales sont davantage que de simples morceaux de papier: «Chaque carte postale est un morceau d'humanité vécue. Elles relient les gens, créent des amitiés et ouvrent les cœurs, alors que le numérique est en plein essor.»

La Poste relie le monde entier

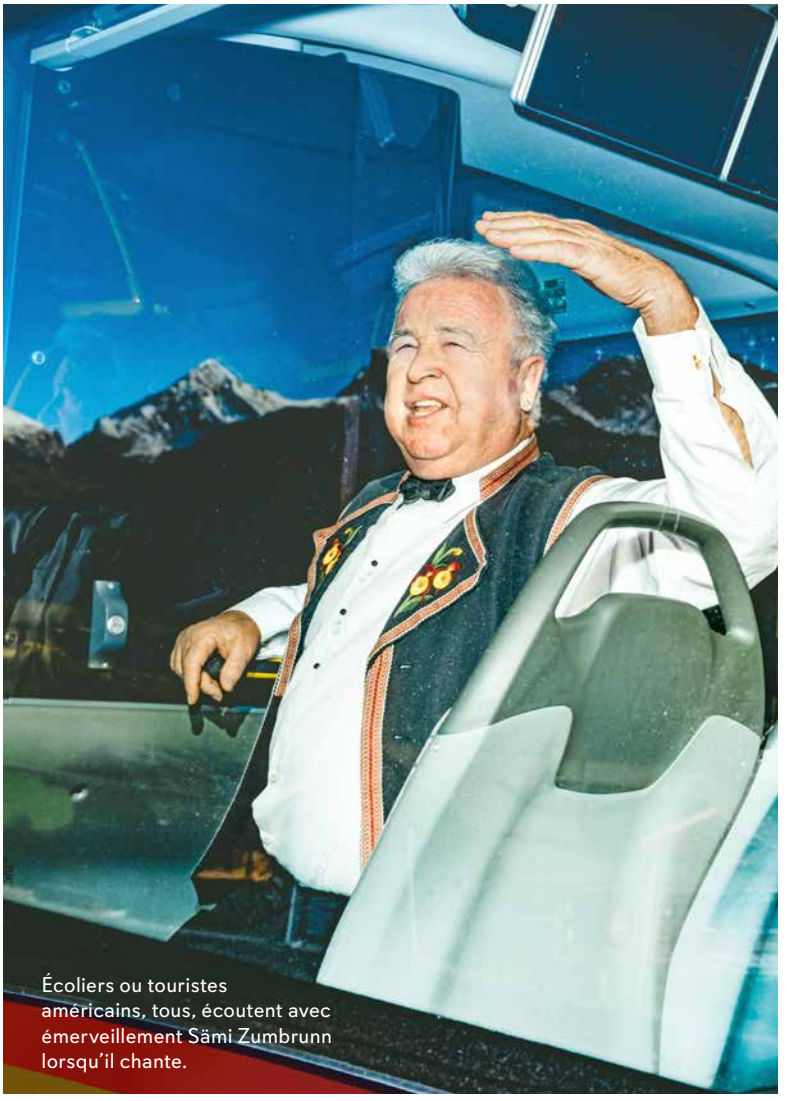
Les réseaux tels que Postcrossing n'existeraient pas sans l'Union postale universelle (UPU, Universal Postal Union): depuis sa création en 1874, elle fixe les normes des services postaux internationaux ainsi que les règles relatives aux formats, aux poids et aux tarifs, et encourage la coopération entre les entreprises postales nationales afin de garantir un envoi de courrier fiable à travers le monde. L'Union postale universelle a son siège à Berne.

Plusieurs dates viennent souligner l'importance de la poste à travers le monde: la Journée mondiale de la carte postale est célébrée le 1er octobre et la Journée mondiale de la poste a lieu le 9 octobre. Cela montre à quel point la poste relie les personnes et les cultures, combien elle est pertinente pour l'économie et le commerce, et souligne le fait qu'elle offre un accès à des prestations fondamentales.

Sämi chante quand l'envie lui prend

Au volant, Sämi Zumbrunn a quatre millions de kilomètres au compteur. Yodleur passionné, il chante sur quatre octaves et se produit sur de nombreuses scènes, de la Bussalp jusqu'au Bhoutan depuis plus de 40 ans. Dans l'Oberland bernois oriental, il est connu sous le nom de "Sämi", tandis que les médias du monde entier le surnomment "the singing driver" (le chauffeur chanteur).

Texte: Fredy Gasser Photos: Tom Huber



Écoliers ou touristes américains, tous, écoutent avec émerveillement Sämi Zumbrunn lorsqu'il chante.

À la table de sa cuisine, dans la ferme familiale datant de 1607 et fraîchement rénovée, Sämi nous raconte ses débuts en tant que chauffeur de car postal, autour d'un café et d'un gâteau aux pommes fait maison: «J'ai dû aller jusqu'à Berne pour obtenir une autorisation spéciale.» Grâce à ce papier, il peut officiellement exercer son art à côté de son métier.

Et autant dire que Sämi roule beaucoup: il transporte non seulement les écoliers dans l'Oberland bernois, mais aussi les touristes venus d'Asie, des États-Unis et des quatre coins du monde. «Quand l'envie me prend, je laisse ma voix s'exprimer», dit-il. «Je chante alors une youtze naturelle ou un chant yodel, et tout le monde adore.» Pour l'instant, personne ne s'est encore plaint, ajoute-il en riant. Pas même dans les virages en épingle à cheveux les plus serrés ou les pentes les plus raides juste sous la fenêtre.



Si Sämi dispose d'une autorisation spéciale pour yodler au volant, il a revêtu le costume traditionnel uniquement pour notre séance photos.

Sur les pas de Whitney Houston

Sämi Zumbrunn est né à Meiringen. Il a grandi dans un milieu modeste, avec un quotidien difficile rythmé par l'école et la maison. Son don exceptionnel s'est révélé très tôt: «J'étais encore tout petit quand j'ai yodlé pour la première fois, lors de la traite dans un alpage.»

Aujourd'hui, Sämi a 62 ans et vit avec sa compagne sur les hauteurs de Meiringen. Sa voix couvre quatre octaves – tout comme la pop-star Whitney Houston en son temps.

Il interrompt son récit, se lève et entonne une youtze naturelle. Sa voix est claire, pure et juste. Il explique: «Évidemment, je m'entraîne tous les jours. Le talent seul ne suffit pas dans la durée.» Cela fait 40 ans qu'il se produit sur des scènes aussi diverses que variées.

Yodler sur le Kilimandjaro

Il a déjà chanté sur le Kilimandjaro, à 5998 mètres au-dessus du niveau de la mer, également dans une université du Bhoutan dans l'Himalaya, à 4000 mètres d'altitude, où la reine lui a même serré la main après sa prestation, mais aussi à Saint-Pétersbourg en Russie, en Finlande, en Corée du Sud, au Brésil, en Alaska, à Seattle, à New York, ou encore dans la capitale taïwanaise Taipei. Il est un ambassadeur international du yodel.

Mais ce qu'il préfère, c'est chanter dans son car postal. «Dans les transports publics, les écoliers sont souvent excités, ils font du bruit et s'impatientent – mais pas avec moi.» Son secret? Il les fait monter à bord, se présente d'un simple «Bonjour tout le monde, je suis Sämi», démarre et se met à chanter. «Parfois, j'invite les enfants à se joindre à moi, ça marche presque à tous les coups et, à la fin du trajet, ils me remercient.»

“J'étais encore tout petit quand j'ai yodlé pour la première fois, lors de la traite dans un alpage.”

Scanne le code QR pour écouter Sämi yodler.

“Parfois, j'invite les enfants à se joindre à moi, ça marche presque à tous les coups et, à la fin, du trajet, ils me remercient.”

Enfant, il véhiculait déjà sa grand-mère

Tout comme le yodel, il a appris à conduire très tôt. Dans les fermes, tout le monde conduisait le tracteur ou la moissonneuse-batteuse dès le plus jeune âge. «J'entendais souvent: Sämi, ramène grand-mère à la maison.» C'était à côté, à un kilomètre de là. «Bien sûr, je le faisais – conduire une voiture ou un car postal a toujours été ma deuxième passion.»

Il a également une formation de charpentier, a exercé le métier un an et demi au Canada, est revenu en Suisse et a travaillé comme chauffeur dans plusieurs entreprises. Quatre millions de kilomètres plus tard, son trajet préféré est celui du car postal qui mène de Grindelwald à Bussalp – un itinéraire qui figure sur son plan de service depuis des années. Bien entendu, les voyageuses et les voyageurs profitent d'un voire plusieurs chants yodels à presque chacun de ses trajets. «Cela me fait un bien fou de pouvoir yodler et de voir que les personnes sont réceptives.»

La Philharmonie de l'Elbe comme objectif

Après 40 ans de carrière, de nombreux CD et vidéos enregistrés, ainsi que des apparitions à la télévision, son rêve ultime serait de se produire à la Philharmonie de l'Elbe, à Hambourg. «Je ne sais pas si cela arrivera un jour. Mais si c'est le destin, cela se réalisera», confie Sämi.

Il compare son état d'esprit à la maturation d'une pomme: «Si tu mords dedans trop tôt, elle est acide. Tu dois prendre ton mal en patience jusqu'à ce qu'elle soit mûre.» Pour son rêve, c'est la même chose: «Ne rien forcer. Laisser faire les choses.» Telle est la conviction de Sämi, le chauffeur chanteur de l'Oberland bernois qui aime yodler dès que l'occasion se présente.



Clique ici!

L'autre jour, je faisais la queue à la Poste pour retourner un colis. À côté de moi, un homme plus âgé tenait un journal sous le bras. La une titrait: «Une vague de froid arrive en Suisse.» Un titre factuel et sobre, sans fioritures. Pas d'explosion ni de drame. Juste la météo. Je me suis dit: plus un titre est simple, plus cela donne envie de lire l'article – et mieux le monde s'en porte.

Autrefois, plus le titre était gros et sensationnaliste, plus le journal était de piètre qualité. Inversement, plus le titre était court et sobre, plus le journal était sérieux. Mais surtout: ***le*** titre à la une devait absolument capter l'attention, jusqu'à figurer sur les petites affiches des kiosques à journaux.

Aujourd'hui, l'utilisation des médias a radicalement changé. Les journaux imprimés sont devenus rares. Au lieu d'un seul titre à la une, il y en a désormais un nombre incalculable – c'est à celui qui attirera le plus notre attention. Il ne s'agit désormais plus de lire le titre, mais de cliquer dessus. Tout doit tourner autour de l'attention. Les titres accrocheurs nous attirent et promettent parfois des sensations fortes. Nous nous laissons tenter et, comme lorsque nous ouvrons une pochette-surprise, nous sommes très souvent déçus.

Qu'on lise ou non l'article, cela importe peu. Ce qui compte, c'est que l'on clique dessus. ***Clickbait***, comme on dit. En soi, le nom n'est pas si mal – il fait penser à un appât de pêche, sauf que cette fois, c'est nous le poisson.

"Plus un titre est simple, plus cela donne envie de lire l'article."

Une fois mon colis déposé, je suis sorti pour constater que la fameuse vague de froid n'était pas encore arrivée. Il bruinait seulement. J'ai alors voulu, comme à mon habitude, consulter les actualités sur mon téléphone mobile, car il devait forcément se passer quelque chose quelque part. Mais je me suis ravisé et, l'espace d'un instant, j'ai été déconnecté. Loin du monde et de son actualité, concentré sur la fine pluie. Un joli moment empreint de douceur. Tiens, ça ferait un bon titre.



Max Küng (56 ans) est chroniqueur et auteur. Il vit à Zurich.

Illustration: Romy Blümel



Un cadeau pour les fêtards

Noël en toute simplicité:

avec le cadeau qui fait toujours plaisir.



Un cadeau, des milliers de possibilités.

Images créées avec l'intelligence artificielle. GVSCH250002

Pour l'achat d'une vignette autoroutière, tu reçois une batterie externe à prix spécial.*

Batterie externe à **CHF 9.95 au lieu de CHF 39.95**





postshop.ch

* Disponible sur postshop.ch et dans la filiale. Dans la limite des stocks diponibles.

pro clima
poste.ch/climat
Envoi

P.P.
3030 Berne
Poste CH SA

Dans le prochain Pmag:



Créons-nous encore des mondes numériques, ou sommes-nous en train de nous faire programmer par eux?

Photo: Dennis van Zuijlekom

La Poste évolue dans le monde physique et numérique. Dans le numéro de mars de Pmag, nous examinerons ce qui se joue à la croisée de ces deux mondes.