P mag.

PER LE COLLABORATRICI E I COLLABORATORI
DICEMBRE 2025

Più storie su
posta.ch/attualita

Probabilmente hai già visto Jonathan Fisch in televisione. Il nostro responsabile del Servizio stampa, infatti, risponde regolarmente alle domande dei giornalisti. Scopri tutto ciò di cui si occupa con il suo team nella rubrica Focus, da pagina 4.

In palio buoni FFS del valore di 200 franchi

Galeotta fu una cartolina

Dietro la notizia
La Posta nei media

Sommario



News? Mi piace!

Ai media piace parlare di noi. Ma cosa si nasconde dietro ai titoli dei giornali? In questo numero sveleremo come l'impegno di collaboratrici e collaboratori, decisioni coraggiose e imprese eroiche silenziose arrivino a fare notizia.

Post-it

Un allenatore di successo
25

Yannick della sezione Finanze allena gli Unihockey Tigers e nell'ultima stagione li ha portati in finale.

Un francobollo in tessuto
29

Cosa lega un nuovo francobollo alla stima nei confronti del personale della Posta?



p E molto altro!

Viaggio su carta intorno al mondo
48

L'ingegnere informatico Thomas scrive nel tempo libero centinaia di cartoline postali e riceve risposte da tutto il mondo.

Canzoni al volante
51

Il conducente di autopostali Sämi è un cantante di talento. Il suo jodel lo ha reso celebre fino in Asia.





Centinaia di imprese, una sola notizia

La Posta fa notizia. Quando arriva un nuovo CEO, quando modifichiamo la nostra rete di filiali oppure quando a Palazzo federale si parla di noi. A volte mi chiedo cosa accadrebbe se smettessimo di leggere solo i titoli e iniziassimo a scoprire le storie che si nascondono dietro ogni notizia. Sono storie di persone che si mettono in gioco, forniscono un contributo con le loro idee e danno sempre il massimo.

«La Posta registra il record di pacchi consegnati in un giorno», titolava ad esempio la SRF lo scorso inverno. Un titolo che riempie di orgoglio, ma che racconta solo una piccola parte della storia. Il record è infatti il risultato del lavoro di innumerevoli mani, di turni di notte e di tanta passione. 45 000 postine e postini: sono loro gli eroi che si nascondono dietro a notizie come questa.

In Pmag vi portiamo spesso dietro le quinte. Questa volta lo faremo in modo del tutto speciale: daremo uno sguardo alle notizie che negli ultimi 12 mesi hanno parlato di noi e scopriremo alcune delle numerose storie che si celano dietro di esse.

Mischa

Mischa Stünzi
Caporedattore Pmag

Colophon

Editrice
La Posta Svizzera SA
Comunicazione, Wankdorfallee 4
3030 Berna
E-mail: redazione@posta.ch

Responsabile redazione
Mischa Stünzi (STÜ, caporedattore), Thomas Häusermann (TH, vice caporedattore)

Condizioni di partecipazione
Salvo diversamente indicato, per i concorsi pubblicati su Pmag si applicano le seguenti condizioni: la vincita è riservata al personale della Posta. Vincitrici e vincitori verranno estratti a sorte dalla redazione e informati. È escluso il ricorso alle vie legali. Non si terrà alcuna corrispondenza in merito al concorso.

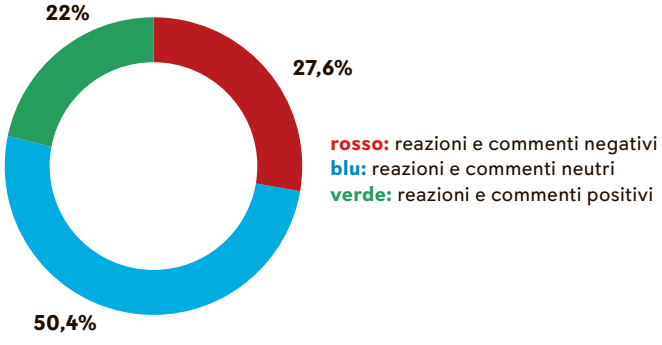
Foto: Adrian Brand, Tom Huber, Lucas Ziegler

La Posta fa notizia

Negli ultimi 12 mesi oltre 13 000 tra articoli e trasmissioni radiofoniche e televisive hanno parlato della Posta.
Senza contare tutti i contributi su di noi pubblicati sui social.

Foto: Lucas Ziegler

33 390 reazioni e commenti pubblicati negli ultimi 12 mesi sui social media ci hanno riguardato direttamente: per la maggior parte sono stati neutri o positivi.



Con la Posta si può fare... informazione

Fin dalla sua fondazione, la Posta si occupa di consegnare giornali e periodici in modo affidabile e puntuale alle abbonate e agli abbonati. Altrettanto a lungo, i prezzi del recapito sono stati mantenuti bassi per volontà politica. L'obiettivo era quello di consentire alle persone di **formare la propria opinione** ad ampio raggio e in maniera indipendente, aspetto centrale in una democrazia. Anche se i prezzi non coprono i costi, i numerosi giornali recapitati contribuiscono in misura notevole a coprire le nostre spese fisse.


Servizi di mobilità è l'unità del gruppo che quest'anno ha contribuito maggiormente all'**immagine positiva** della Posta **sui media**.
Il servizio stampa risponde a circa **1400 richieste dei media** all'anno.
I membri della Direzione del gruppo hanno rilasciato lo scorso anno più di **50 interviste**.
THE TIMES
TOP NEWS
RADIO

“Continuiamo a lavorare basandoci su ciò che già oggi ci rende forti”

Il suo entusiasmo si è percepito sin dal primo giorno: Pascal Grieder si è insediato mostrando passione e grande rispetto nei confronti delle persone che ogni giorno portano avanti la Posta. Il nuovo direttore generale ci rivela nell’intervista cosa lo motiva, come vede il futuro della Posta e perché la franchezza è ciò che più conta per lui.

Testo: Carmen Fusco



* «Le telecomunicazioni ormai lo annoiavano, ora ha nuovi stimoli»

Der Bund,
31 ottobre 2025

Pascal Grieder ha 48 anni ed è originario di Basilea. Attualmente vive con la moglie e i tre figli nel Cantone di Vaud. Laureato in ingegneria presso il Politecnico federale di Zurigo, vanta un’esperienza pluriennale in funzioni dirigenziali nel settore dell’economia digitale svizzera. Dal 2018 al 2023 ha diretto l’azienda di telecomunicazioni Salt Mobile SA in qualità di CEO, puntando sull’innovazione e sull’orientamento alla clientela.

Pascal, alla Posta c'è tanto da fare e tantissimi temi da portare avanti. Cosa ti ha spinto ad accettare l'impegnativo ruolo di CEO della Posta?

Nessun'altra azienda è in grado di entrare in contatto ogni giorno con così tante persone su così tanti canali: persone che viaggiano in autopostale, che si recano in filiale, che utilizzano l'online banking o che ricevono un pacco sulla porta di casa. La Posta ha una rilevanza più unica che rara. Mi motiva in particolare l'idea di entusiasmare la nostra clientela e di farlo insieme alle collaboratrici e ai collaboratori. È una cosa che mi sta davvero a cuore. Tra i clienti, infatti, ci sono anche i miei amici, i miei familiari e i miei vicini. Se sono soddisfatti, lo percepisco. Se non lo sono, lo vengo a sapere alla prima occasione.

Quali saranno le tue priorità all'inizio?

Negli ultimi anni la Posta ha dimostrato che è in grado di trasformarsi. Non serve quindi un cambio di rotta, bensì un'evoluzione: continueremo a costruire basandoci su ciò che già oggi ci rende forti. Il mio obiettivo personale è una Posta forte e all'avanguardia, una Posta che cresce sotto il profilo finanziario, della cultura aziendale e come datore di lavoro. Voglio che siamo orgogliosi del nostro lavoro. E allo stesso tempo che abbiamo la giusta dose di coraggio per cambiare là dove è necessario.

La Posta è una realtà aziendale grande e sfaccettata. Cosa ritieni importante nella collaborazione con le persone?

Ci tengo che tra di noi ci sia un confronto aperto: voglio che le persone parlino con me e mi facciano sapere cosa funziona e cosa no. Apprezzo i feedback sinceri, non i pettegolezzi o i giri di parole per indorare la pillola. Sono sicuro che con il team giusto, una direzione chiara e grande franchezza tutto sia possibile. Abbiamo l'opportunità di gettare le basi insieme per una Posta forte e all'avanguardia. Insieme possiamo dimostrare che il team giallo ha sì una tradizione, ma anche un futuro. Grazie per il vostro prezioso impegno. Insieme si può fare.

Questo o quello?

Jogging o **divano?**

Darf ich aber nicht mehr, weil Knie kaputt

Però non posso più farlo per problemi al ginocchio

Mattiniero o **nottambulo?**

Ohne Wecker

senza sveglia

Cioccolato o **patatine?**

Improvvisato o **su appuntamento?**

WhatsApp o **cartolina postale?**

Traue ich mich nicht zu beantworten

Non ho il coraggio di rispondere

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

...ehrlicherweise Volg Agentur bei uns im Dorf

A dirla tutta vado nella filiale Volg del mio paese

Guarda la videointervista con Pascal.

Un giorno al Servizio stampa

Il Servizio stampa della Posta è la nostra voce verso l'esterno, ma non solo. Trascorriamo una giornata di lavoro insieme a Jonathan Fisch, responsabile Servizio stampa e affari regionali.

Testo: Jonathan Fisch

Lunedì 20 ottobre
Ore 6:00 – Un'occhiata ai media

La mia giornata inizia dando uno sguardo alle notizie. Sorseggiando il caffè passo in rassegna i principali portali online e i titoli sulla carta stampata. Cosa si dice oggi della Posta? Spesso sappiamo in anticipo parte di quello che ci attende, ma le sorprese non mancano mai. Dopo una rapida analisi, informo il team e valutiamo il da farsi.

Ore 8:15 – La varietà della Posta

Poco dopo le 8:00 è il momento della nostra rassegna stampa, in cui analizziamo una panoramica di tutti gli articoli del giorno precedente. Mi affascina vedere la varietà dei temi in cui viene coinvolta la Posta. Non esiste nulla, o almeno così sembra, che non interessi i giornalisti. «Quali tagli di banconote sono disponibili ai vostri bancomat?». «Con quale frequenza vanno persi o non vengono recapitati pacchi alla Posta?». «Cos'ha esattamente in programma la Posta a Bettingen (BS)?». Queste sono solo alcune delle domande arrivate oggi nella casella e-mail del Servizio stampa. Ci è stato perfino chiesto quanto costa il caffè da noi in ufficio.

Ore 9:00 – Fact checking

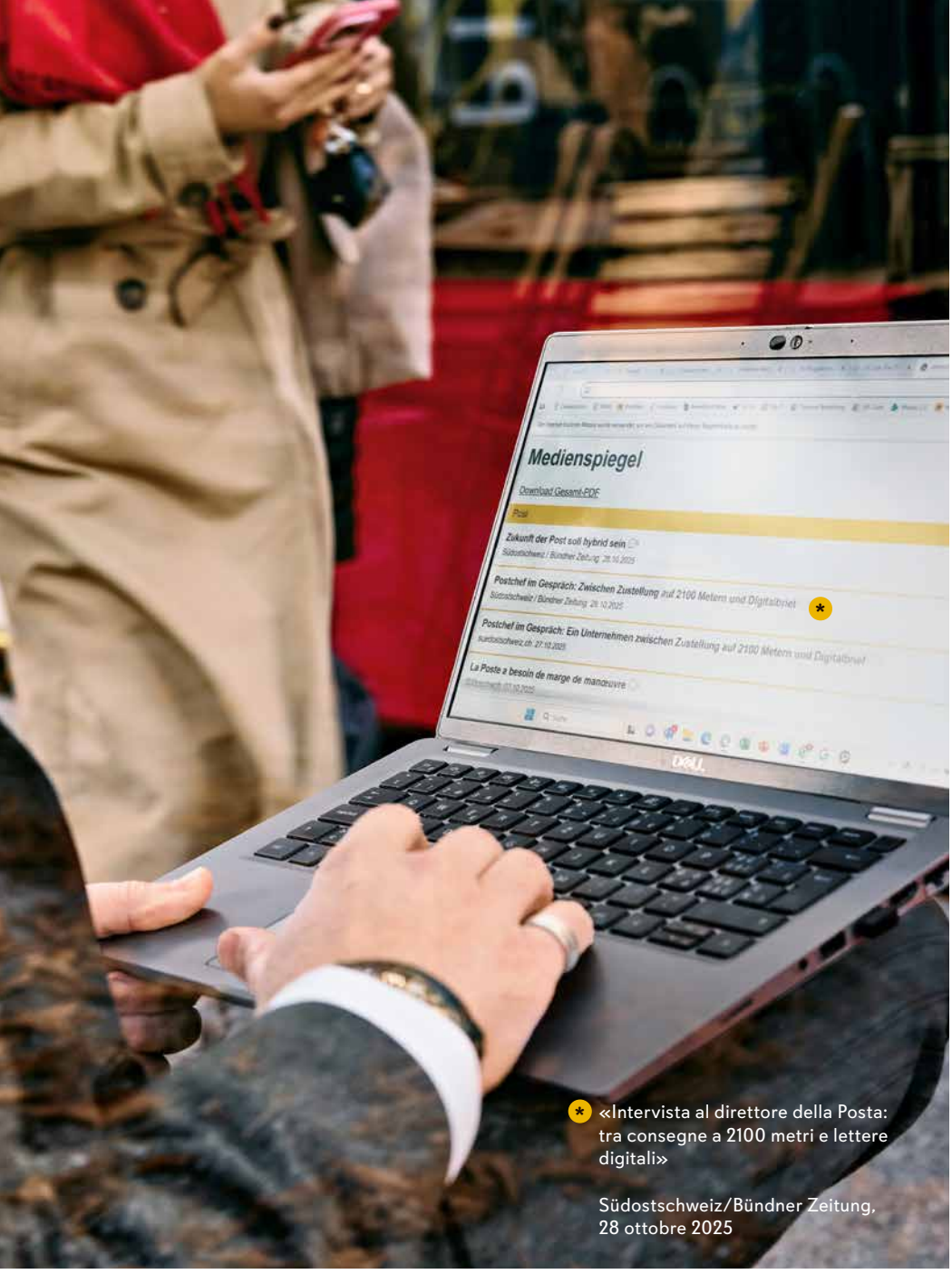
Le nostre dichiarazioni vengono pubblicate correttamente dai media? Ogni giorno il team svolge un lavoro di fact checking. In caso di cifre, informazioni o citazioni non corrette, afferriamo il telefono e chiamiamo la redazione: con gentilezza e fatti oggettivi proponiamo alternative concrete. La nostra rete di contatti tra giornaliste e giornalisti è fitta e preziosa: loro apprezzano il nostro servizio pratico e diretto. Ogni anno riceviamo circa 1400 richieste dai media e non passa giorno senza una notizia sulla Posta. Le redazioni ci comunicano che le storie sulla Posta vengono lette con piacere e commentate spesso. La Posta non trasporta solo merci, persone, denaro e informazioni, ma accende anche gli animi.

Ore 11:15 – Attività mediatica strategica

La Commissione dell'economia e dei tributi del Consiglio nazionale intende limitare il nostro settore di attività. Le conseguenze sarebbero una riduzione delle prestazioni e delle sovvenzioni. Per molte settimane Alex e Christian non hanno fatto che rilasciare interviste e pubblicare articoli in veste di opinionisti. Il nostro messaggio non cambia ed è sempre chiaro: il nostro servizio pubblico è unico e non è scontato riuscire a fornirlo senza pesare sulla tasche dei contribuenti. Le analisi di questa presenza sui media dimostrano che raggiungiamo diversi milioni di persone, di cui anche molte che prendono decisioni importanti a livello politico.

Ore 13:30 – Pianificazione del Black Friday

Con il periodo natalizio alle porte, il Black Friday e i volumi durante i giorni festivi sono temi che interessano molto i giornalisti. Discutiamo con il team su come intendiamo mostrare sui media questo periodo di lavoro intenso, senza compromettere il normale esercizio. Quale messaggio chiave vogliamo leggere sui giornali? Quali media sono i più indicati? Riflettiamo per tempo su quali centri pacchi sono più adatti per organizzare un tour per i media.



* «Intervista al direttore della Posta: tra consegne a 2100 metri e lettere digitali»

Südostschweiz/Bündner Zeitung, 28 ottobre 2025

Se ti dovesse contattare un giornalista, scrivi in qualsiasi momento al Servizio stampa all'indirizzo e-mail presse@posta.ch. Prenderemo noi in carico la richiesta.

Ore 14:15 – Preparazione del briefing per l'intervista

Tra due giorni Alex Glanzmann sarà intervistato da un giornale sul suo ruolo di CEO ad interim. Nei giorni precedenti svolgiamo, come sempre, un colloquio preliminare con la redazione. Qual è il tema principale? Quali domande sono previste? Dove possiamo fornire informazioni interessanti e dove ci sono dei limiti? Sulla base di ciò informiamo Alex in merito alle cifre attuali, agli sviluppi e ai retroscena. Pochi giorni più tardi vediamo il risultato: «Intervista al direttore della Posta: tra consegne a 2100 metri e la lettera digitale».

Ore 16:30 – Misurazione dell'impatto e definizione dei temi

La nostra attività mediatica non termina con la pubblicazione. Misuriamo e analizziamo costantemente la nostra immagine sui media. Sappiamo bene che non sempre è tutto rose e fiori. Per questo ci teniamo a raccontare storie positive: innovazioni come il robot di consegna, il nuovo centro logistico a Villmergen o i test di intrusione degli hacker riscuotono sempre grande interesse. I media preferiscono le notizie inusuali, e noi li accontentiamo.

Ore 19:00 – I media non hanno orari

Anche se la giornata lavorativa è ufficialmente terminata, noi abbiamo un servizio di picchetto che ci rende sempre reperibili 24 ore su 24.

L'attività mediatica è un lavoro di squadra

Tutto questo è possibile grazie a un team efficiente che anche nei momenti più frenetici mantiene i nervi saldi e non perde mai il senso dell'umorismo. Il team del Servizio stampa lavora sempre a stretto contatto con colleghe e colleghi di tutte le unità della Posta. Insieme facciamo sì che l'azienda non solo sia presente sui media, ma anche che venga compresa e dipinta nel modo giusto. È così che nascono ogni giorno storie efficaci che descrivono una Posta forte, con un servizio pubblico forte, per una Svizzera forte.



* «Chiusura della filiale: la Posta presenta una soluzione»

Freiburger Nachrichten,
2 ottobre 2025

Tra passione, ostacoli e servizio a domicilio

Se stiamo modificando la nostra rete di filiali non è per il piacere di cambiare, ma perché le esigenze della clientela evolvono. Insieme ai Comuni interessati cerchiamo le soluzioni più adeguate. Marcel, Maude e Patrick sanno cosa ci vuole: dialogo, creatività e sensibilità.

Testo: Mischa Stünzi



Marcel Bollhalder
Spezialist Netzentwicklung

«Tutto inizia dal dialogo: quando ci occupiamo di una filiale, per prima cosa incontriamo le autorità comunali. Mostriamo loro l'andamento della domanda e proponiamo due soluzioni: la filiale in partenariato (FilP) e il servizio a domicilio. Di rado mantenere la filiale in proprio rimane un'opzione. Rispetto a 17 anni fa, oggi le autorità capiscono meglio perché compiamo questo passo. Quando ho iniziato a lavorare come specialista nello sviluppo della rete c'era molta più resistenza.

Il secondo passo è trovare partner adeguati: spesso iniziamo facendo una passeggiata per il paese e continuiamo con ricerche su internet e colloqui con aziende locali. Può capitare che un Comune abbia già effettuato le prime valutazioni, ma negli oltre 100 incontri tenuti finora non ho mai trovato nessuno che mi proponesse una soluzione fatta e finita. E solo in casi eccezionali l'amministrazione comunale è disponibile a gestire la filiale.

Trovo molto interessanti le soluzioni creative: a Berna ad esempio è stata integrata una filiale in un negozio dell'usato, mentre a Saas-Fee (VS) ce n'è una presso uno sportello di AutoPostale. A Glis (VS) la famiglia Philippona gestisce la filiale nel negozio della stazione di servizio, aperta sette giorni alla settimana dal mattino presto alla sera tardi.»



Maude Chollet
Spécialiste Développement du réseau

«Trovo che i colloqui con le autorità comunali siano sempre diversi, impegnativi e stimolanti. Bisogna saper ascoltare e mostrare apertura, senza però perdere di vista l'obiettivo. Nella stragrande maggioranza dei casi le autorità capiscono la situazione e riconoscono che sia necessario intervenire, ma ciò non significa che siano sempre d'accordo con il nostro progetto. Nonostante ciò, i colloqui si mantengono perlopiù su toni cordiali e devo ammettere che la sfida mi stimola.

Capita regolarmente che veniamo contattati da potenziali partner che ci manifestano il loro interesse a una collaborazione, ma creare una filiale in partenariato (FilP) non è sempre così facile. A volte non si riesce a trovare una soluzione adeguata. Faccio fatica ad affrontare queste situazioni, ma devo farmene una ragione.

Per casi di questo genere per fortuna esiste una valida alternativa: il servizio a domicilio, che permette alla clientela di sbrigare le operazioni postali direttamente sulla porta di casa grazie al personale di recapito. È un servizio utilissimo per le persone che sono spesso a casa o lavorano in home office. Anch'io lo utilizzo e posso dire che funziona davvero bene.»



Patrick Soldini
Specialista Sviluppo della rete

«Per trovare una buona soluzione serve collaborazione, sia all'interno della Posta che all'esterno. Il primo passo è dialogare con il Comune interessato. Nel confronto con le autorità, per me è importante capirsi a vicenda e trovare una direzione comune in cui si intende procedere.

Cerchiamo sempre di instaurare un dialogo sincero e trasparente e la maggior parte dei confronti si svolge in un'atmosfera distesa e comprensiva. Quando ciò non è possibile o incontriamo resistenza, cerchiamo in autonomia la soluzione migliore per garantire il servizio postale, magari consultando commissioni di quartiere e attività locali.

Verifichiamo con attenzione l'affidabilità dei partner, che devono soddisfare le disposizioni richieste ed essere in grado di fornire un servizio di elevata qualità. Tra le realtà con cui collaboriamo rientrano macellerie, negozi di paese, farmacie, case per anziani e stazioni di servizio. È importante che l'attività abbia una determinata forma giuridica e che non siano presenti barriere architettoniche che impediscono di accedere agli spazi, due aspetti che soprattutto nelle aree rurali, dove la scelta di possibili partner è spesso limitata, possono diventare un ostacolo. In tali casi offriamo il servizio a domicilio: la Posta direttamente sulla porta di casa.»

Ritratti: Tom Huber

Autopostali strapieni

Zone rinomate come la Valle Verzasca e la valle di Lauterbrunnen attirano centinaia di migliaia di persone, mettendo a dura prova i trasporti pubblici. AutoPostale è felice quando i mezzi sono pieni, ma a volte l'affluenza è davvero troppa.

Testo: Katharina Merkle



Lavertezzo è una località della Valle Verzasca a dir poco spettacolare, con rocce variopinte levigate per millenni dall'azione delle acque di un intenso color turchese, sovrastate da un ponte in pietra dalle eleganti arcate, risalente a 400 anni fa. Questa straordinaria bellezza ha sempre attirato folle di turisti, ma da quando le immagini meravigliose arrivano ovunque tramite i social media, tutto il mondo vuole venire a vedere Lavertezzo. E così la valle ticinese di Verzasca è diventata una meta da influencer. Anche AutoPostale fa i conti con questa notorietà: se nel 2019 il numero di passeggeri della linea 321 era di 207 000 persone, nel 2024 si è saliti a quota 267 000.

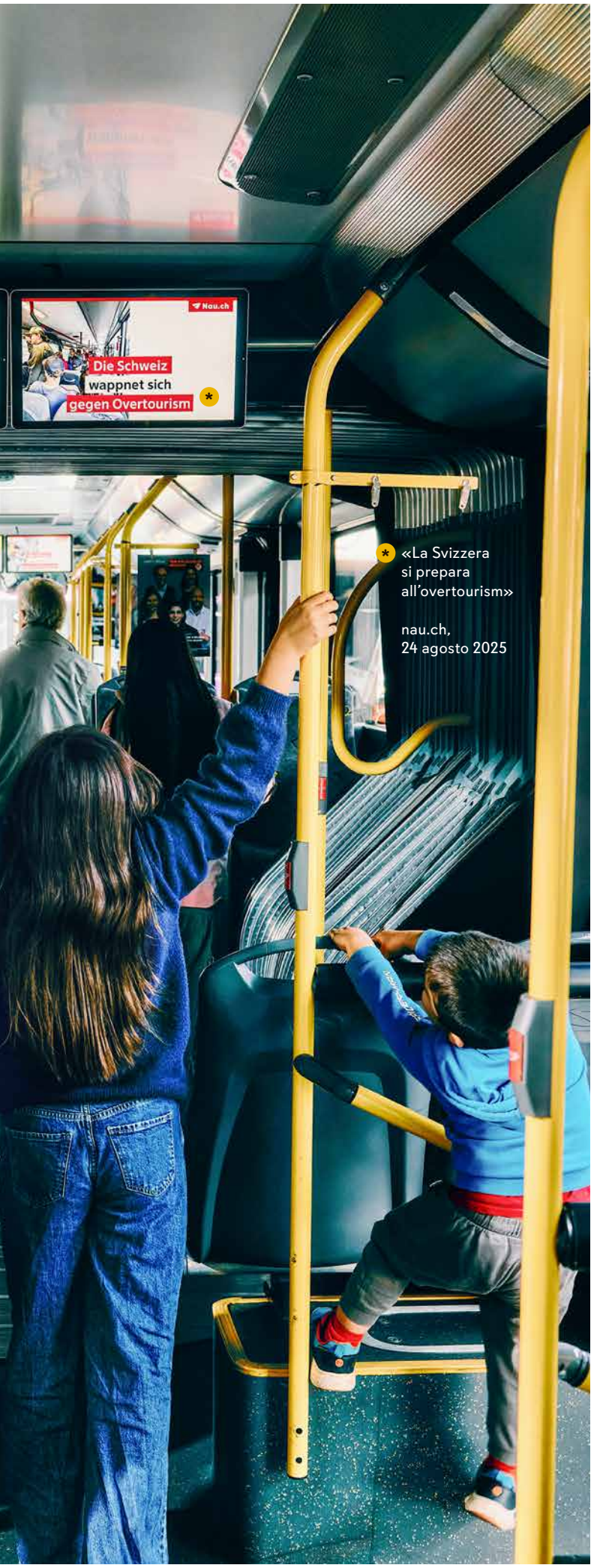
Sei autopostali di fila

In linea di principio, il fatto che gli autobus siano pieni è una situazione ideale. Ed è anche una notizia positiva che alcune persone scelgano di raggiungere la Verzasca con l'autopostale, visti i pochi parcheggi a disposizione.

Ma in alcune giornate si oltrepassa davvero il limite e per trasportare tutti i passeggeri e le passeggere da Locarno alla valle, invece di un solo autobus ne devono partire addirittura sei. E anche la stretta strada che conduce alla meta, su cui si riversano non solo i nostri mezzi ma anche auto, camper, moto e bici, è messa a dura prova.

Gli scuolabus fanno gli straordinari

«Sembra che questo trend sia destinato a continuare. Da un punto di vista operativo facciamo il possibile per garantire la massima flessibilità e trasportare tutti i passeggeri, anche nei



«La Svizzera si prepara all'overtourism»

nau.ch, 24 agosto 2025

picchi di affluenza», afferma Jole Lancetti, responsabile Mercato Sud per AutoPostale. Nei weekend entrano in servizio anche i veicoli normalmente adibiti al trasporto scolari e all'occorrenza si mette al volante anche il personale d'ufficio con la licenza di condurre per autobus.

Alex Malinverno, responsabile Prodotto e pianificazione di AutoPostale, commenta così la situazione del Ticino: «Mentre gli autopostali della Verzasca sono pieni zeppi, in altre zone come la Leventina o in bassa stagione c'è il problema opposto: lì abbiamo bisogno di più passeggeri affinché il servizio non sia messo a rischio».

La valle nel mirino delle fotocamere

Se la Verzasca è una meta particolarmente gettonata da Pasqua a ottobre e nelle giornate di sole, la valle di Lauterbrunnen nell'Oberland bernese è presa d'assalto in tutte le stagioni. Attirate dalle foto sui social media delle spettacolari pareti rocciose con le impressionanti cascate di Trümmelbach e Staubbach, le masse di turisti asiatici e d'oltreoceano hanno un solo obiettivo: postare anche loro una foto d'effetto. E così spesso la visita di questa splendida valle si riduce a una toccata e fuga.

Il personale conducente di autopostali deve prestare la massima attenzione: «Le persone intente a guardare attraverso la fotocamera del cellulare sono distratte e quindi a Lauterbrunnen capita che qualcuno invada di colpo la strada o che dei turisti a bordo di un'auto a noleggio inchiodino per girare video mozzafiato direttamente dalla macchina», spiega Ruedi Simmer, responsabile dell'esercizio per la regione di Berna e l'Alto Vallese.

Fino a un paio d'anni fa la situazione era più gestibile: le visitatrici e i visitatori stranieri arrivavano in gruppi organizzati con tanto di guida, mentre oggi tendono a viaggiare per conto proprio. Inoltre, prima i turisti provenienti dai Paesi arabi e dall'India avevano dei periodi di viaggio prediletti, che coincidevano soprattutto con il ramadan e con la stagione delle piogge, mentre adesso vengono tutto l'anno.

Portata raddoppiata per la funivia

Nel 2019 la linea di Lauterbrunnen ha trasportato 560 000 persone, cifra che nel 2024 è salita a 780 000 e che nel 2025 potrebbe superare quota 850 000. Come nella Verzasca, anche qui AutoPostale continua a potenziare la sua offerta di trasporto: quest'anno è entrato in servizio un terzo autopostale XXL con rimorchio e sono state introdotte corse ogni 15 minuti. «Nell'estate 2026 manterremo questo regime», afferma Ruedi.

Nonostante tale potenziamento e l'ottima collaborazione con le autorità e i turisti, il responsabile è consapevole che la situazione potrebbe farsi ancora più difficile: l'autopostale è infatti il mezzo di collegamento con cui si raggiunge la funivia dello Schilthorn, che attualmente sta raddoppiando la sua portata con un investimento da 130 milioni di franchi.

Con la Posta si può fare. Grazie a voi.

Determinazione? Empatia? Ogni caratteristica è preziosa. Nel periodo dell'Avvento diamo prova di cosa possiamo fare se lavoriamo insieme. La Posta vuole dirti grazie! E tu? Che tipo di persona sei quando c'è da darsi da fare e rendere le cose possibili?

È ufficialmente iniziato il periodo più magico dell'anno, che per molte e molti di noi è anche il più impegnativo. Oltre a lettere e pacchi, in queste settimane la Posta consegna anche emozioni. Come nel nuovo spot di Natale, in cui un nonno trasforma uno sportello My Post 24 in un calendario dell'Avvento per la nipotina. Al termine, un ringraziamento a tutto il personale e il messaggio «Con la Posta si può fare».

Questa promessa può essere mantenuta solo grazie a voi. Voi che la rendete possibile con il vostro impegno quotidiano in tutte le regioni e in tutte le unità, negli ambiti più disparati e con i modi di fare più diversi. Voi che lavorate con tenacia puntando all'efficienza, ma dimostrando sempre attenta vicinanza alla clientela. Due approcci entrambi giusti e importanti, perché solo l'unione può fare la forza della nostra azienda.

Uno strumento per fare: partecipa e vinci

Con il nuovo spot dell'Avvento, la Posta diffonde per la prima volta il suo nuovo claim «Con la Posta si può fare». La campagna mostra come rispondiamo alle esigenze della nostra clientela, semplificando la quotidianità delle persone, accorciando i processi e creando possibilità. Lo spot mette in luce ciò per cui ci impegniamo insieme: l'affidabilità, la vicinanza e il coraggio di rendere possibile qualcosa di nuovo. Scopri il nuovo claim e la campagna al sito posta.ch/promessa-del-marchio, potresti **vincere uno dei 1000 coltellini tascabili Victorinox in palio**, uno strumento utile nella vita di tutti i giorni, un piccolo facilitatore.

Guarda il nuovo spot dell'Avvento.

Dicci come rendi possibili le cose e ti diremo che persona sei!

Quando devo affrontare una nuova sfida...

... mantengo la calma e cerco una soluzione procedendo un passo alla volta. ◆
... chiedo aiuto perché due menti sono meglio di una. ✤
... sono entusiasta perché posso sperimentare qualcosa di nuovo. ✸
... la prima cosa che faccio è pensare a come una soluzione possa essere d'aiuto per qualcuno. ▲

Nel periodo natalizio mi piace regalare gioia alle persone a cui tengo...

... con qualcosa di inaspettato e capace di stupire. ✸
... con qualcosa di pratico che possa agevolare la vita di tutti i giorni. ◆
... con piccoli gesti che dimostrano che penso a loro. ▲
... con momenti unici da vivere insieme, che organizzo riunendo amici e familiari. ✤

Quale superpotere ti piacerebbe avere sul lavoro?

- Una forza magnetica per tenere il team unito. ✤
- La capacità di leggere nel pensiero, per capire di cosa hanno bisogno le persone intorno a me. ▲
- La facoltà di prevedere il futuro, per scoprire in anticipo le tendenze future. ✸
- Una turbo-velocità, per poter fare tutto in modo ancora più rapido. ◆

Al lavoro sono particolarmente felice...

... quando riesco a strappare un sorriso a una cliente o a un cliente. ▲
... quando vedo un progetto trasformarsi in realtà. ◆
... quando raggiungiamo un obiettivo comune. ✤
... quando ho la possibilità di sperimentare qualcosa di nuovo. ✸

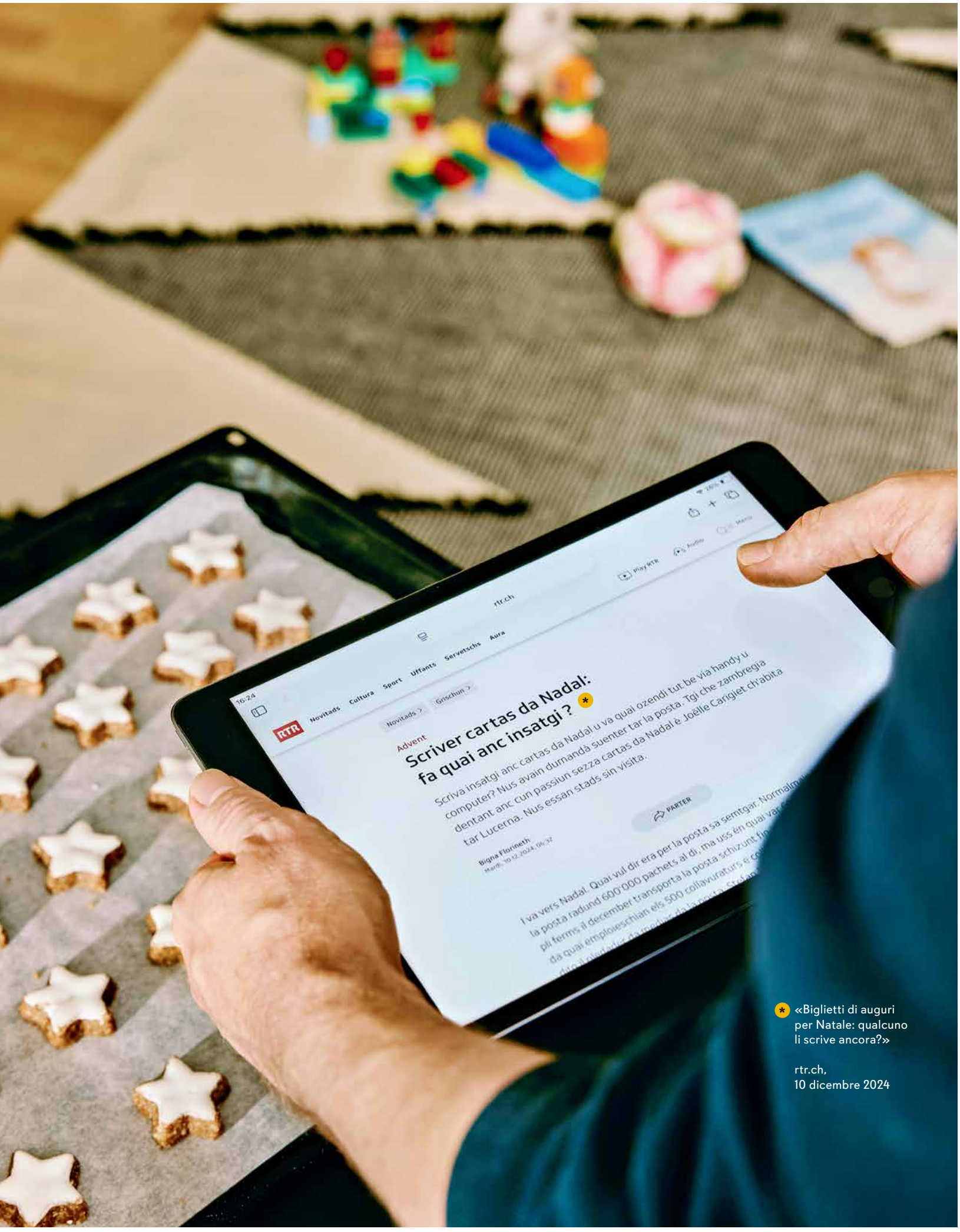
Quale colore ricorre di più nelle tue risposte? Scopri il profilo che rispecchia il tuo modo di rendere possibili le cose.

▲ **Service Champion**
Vuoi capire di cosa ha bisogno la clientela, mettendo al centro le sue esigenze.

◆ **Personalità risolutiva**
Desideri agire in modo rapido, efficace e flessibile e sentirti parte di un team performante.

✤ **Team player**
Ami quando tutti remano nella stessa direzione, mettendo al primo posto il valore aggiunto per la clientela, e risolvono eventuali conflitti sugli obiettivi in maniera costruttiva.

✸ **Spirito creativo**
Vuoi sfruttare appieno le possibilità offerte dalla digitalizzazione e apprezzi il potenziale delle nuove tecnologie.



* «Biglietti di auguri per Natale: qualcuno li scrive ancora?»

rtr.ch,
10 dicembre 2024

Dare forma al futuro

Ultimamente si parla molto della Posta: media, politica e opinione pubblica discutono delle condizioni quadro future dell'azienda che, a sua volta, contribuisce attivamente a questo dibattito con la sua esperienza e competenza. A occuparsene sono due team specializzati.

Testo: Simon Tscherrig



La Posta è al centro di un grande progetto di riforma: il Consiglio federale intende infatti modernizzare l'Ordinanza sulle poste e procedere a una sostanziale revisione della Legge sulle poste e della Legge sull'organizzazione della Posta. L'obiettivo è quello di creare un servizio universale al passo coi tempi ed economicamente sostenibile.

Ad agosto il consigliere federale Albert Rösti ha presentato i punti chiave di un intervento che prevede un adeguamento dinamico del servizio universale partendo dagli standard attuali. La RSI ha titolato: «La Posta del futuro», e per contribuire a dare forma a questo futuro abbiamo bisogno di figure esperte che conoscano la legislazione postale, il lavoro delle autorità e la comunicazione politica. Ed è qui che entrano in gioco i team Regulatory Affairs (RA) e Affari pubblici e internazionali (PIA) che analizzano, discutono, coordinano e garantiscono che amministrazione e politica tengano opportunamente conto del punto di vista della Posta.

Regulatory Affairs: il confronto con le autorità

La Posta adempie un mandato legale ed è interamente di proprietà della Confederazione, pertanto sottostà a una severa regolamentazione. RA conosce questi aspetti nel dettaglio e funge da referente per la proprietaria, l'UFCOM, la PostCom e altre autorità di vigilanza.

Nell'ambito dei processi legislativi il team indica gli adeguamenti che sarebbero utili alla Posta, formula pro-

Servizio universale
Standard minimo definito per legge per i servizi postali e il traffico dei pagamenti che la Posta deve garantire in tutta la Svizzera. È disciplinato nella Legge sulle poste e nella relativa ordinanza.

Legge sulle poste
Legge approvata dal Parlamento che stabilisce le condizioni quadro fondamentali per i servizi postali in Svizzera e per il servizio universale della Posta.

Ordinanza sulle poste
Disposizione d'esecuzione emanata dal Consiglio federale che disciplina i dettagli e l'attuazione concreta della Legge sulle poste.



* «La Posta del futuro»

Telegiornale,
13 agosto 2025

poste di modifica e ne analizza le conseguenze finanziarie. Su tali basi coordina quindi la posizione interna e la presenta alle autorità.

RA interviene poi con tempestività per far valere il punto di vista del gruppo nei processi legislativi e apporta così un contributo attivo, senza mai perdere di vista la visione d'insieme: «Con il nostro lavoro facciamo sì che la Posta abbia un futuro roseo», afferma Felix Gottschalk, responsabile RA. Non appena il Consiglio federale sottopone un progetto al Parlamento, la palla passa a PIA.

Affari pubblici e internazionali: il confronto con la politica

PIA trasmette informazioni, difende gli interessi e rappresenta il punto di vista della Posta di fronte al Parlamento, ai partiti e alle associazioni. «Il lavoro di persuasione ha successo solo se la politica comprende le sfide che la Posta deve affrontare», afferma Alexandra Perina-Werz, responsabile PIA.

Il team segue i dossier politici, spesso per interi anni, e assicura la presenza costante della Posta all'interno degli organi rilevanti. Inoltre monitora il contesto politico per riconoscere tempestivamente gli sviluppi che presentano opportunità e rischi per l'azienda.

È un lavoro che richiede strategia, sensibilità e un'ampia rete di contatti. Nel dialogo con gli stakeholder, PIA mette in luce le possibili conseguenze degli interventi politici e si impegna per creare condizioni quadro che consentano alla Posta di adempiere il proprio mandato con affidabilità.

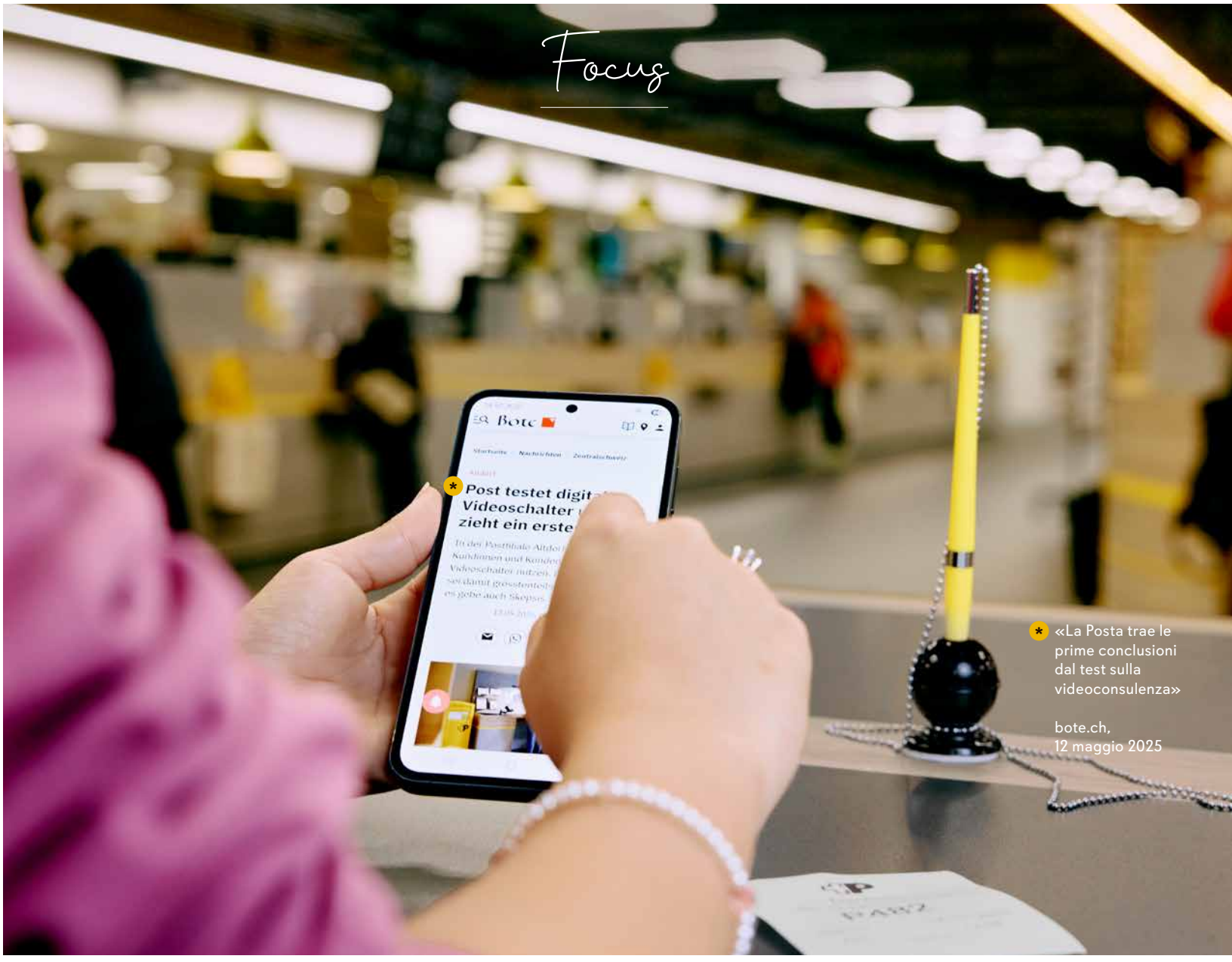
Il futuro della Posta al centro del dibattito

Il Consiglio federale sta decidendo in merito alla revisione dell'Ordinanza sulle poste, in particolare circa l'integrazione della lettera ibrida nel servizio universale o l'armonizzazione dei requisiti di puntualità. Al momento della chiusura redazionale non erano disponibili informazioni in merito. Pur promuovendola, la Posta sottolinea che la modernizzazione, da sola, non basta.

Contestualmente è in corso la revisione completa della legislazione sulle poste, che dovrà ridefinire l'entità, la qualità e il finanziamento del servizio universale, nonché il settore di attività della Posta e sostituire le disposizioni obsolete con condizioni quadro all'avanguardia. La Posta accoglie con favore questo approccio.

Questi sviluppi politici sono cruciali per la rilevanza futura e il successo imprenditoriale dell'azienda. Dietro a titoli come «La Posta del futuro» si nasconde molto lavoro, sia all'interno sia verso l'esterno, spesso forse poco visibile, ma fondamentale.

Scansiona il codice QR per scoprire gli sviluppi nella revisione della legislazione sulle poste.



* «La Posta trae le prime conclusioni dal test sulla videoconsulenza»

bote.ch,
12 maggio 2025

“Ah, c’è qualcuno!”

Nella Svizzera centrale o in Ticino, allo sportello o in home office: la Posta mostra come funziona la moderna consulenza clienti tra soluzioni personali, efficienti e sorprendentemente flessibili.

Testo: Mischa Stünzi

Anziché fare la fila allo sportello, la clientela riceve una consulenza dal nostro personale esperto collegato tramite schermi presenti in filiale: un'idea semplice quanto efficace, specialmente negli orari di punta. Quando in una filiale le persone in coda sono tante, un gruppo di consulenti interviene tramite video direttamente da un hub centrale. Così i tempi di attesa si riducono, l'organico della Posta viene impiegato in modo più flessibile e, cosa molto importante, le collaboratrici e i collaboratori ne traggono beneficio.

«Lavoro molto volentieri in videoconsulenza perché mi piace il contatto diretto con le clienti e i clienti, e noto che lo stesso vale anche per loro», spiega Elija Stutz. Dopo la sua formazione nel Contact Center di Kriens (LU), per Elija questa soluzione è diventata sinonimo di una quotidianità molto più varia: ogni giorno infatti è diverso dall'altro e le richieste della clientela sono eterogenee tanto quanto la Svizzera stessa.

Home office? Perché no!

Tra la clientela sono sempre di più le persone che scoprono i vantaggi della videoconsulenza, e a confermarlo è anche Karin Fischer. La collaboratrice lavora agli sportelli di Wolhusen, Escholzmatt e Schüpfheim e due anni fa si è candidata per cimentarsi in questo servizio alternativo, all'epoca una novità: «Oggi lavoro due giorni alla settimana in videoconsulenza e due giorni allo sportello. Personalmente apprezzo molto questa alternanza». A volte durante le videoconsulenze le capita di rivedere clienti che aveva già servito: «In queste situazioni mi rendo conto che alcune persone preferiscono la consulenza tramite video».

E se all'inizio per collegarsi in videoconsulenza doveva recarsi comunque a Kriens, oggi Karin può svolgere quest'attività anche da un'altra sede, ad esempio dall'ufficio di Wolhusen. In futuro il tutto dovrebbe essere possibile anche in home office, il che renderebbe più flessibile la quotidianità lavorativa del personale e farebbe della Posta un datore di lavoro ancora più interessante. «Potrei così lavorare un paio di giorni alla settimana da una sede diversa o magari da casa, se è possibile dal punto di vista tecnico», conclude Karin.

La videoconsulenza e le sue sfide

Un elemento di disturbo o un mezzo che passa inosservato: cosa ne pensano i due consulenti dello schermo che li divide dalla clientela? «All'inizio mi faceva un po' strano», spiega Elija. «Ora invece non ci faccio più nemmeno caso e durante le consulenze noto che anche le clienti e i clienti spesso dimenticano che ci sia uno schermo tra me e loro». Karin racconta che la maggior parte delle persone rimane positivamente sorpresa nel vederla apparire sullo schermo. «Ah, c'è qualcuno! Pensavo di dover selezionare un'infinità di voci di menu», le è stato detto in un'occasione.

Naturalmente le sfide non mancano: a volte la tecnologia non collabora, altre la clientela si trova in difficoltà. «Non è sempre così semplice spiegare a qualcuno come inquadrare correttamente una lettera per permettermi di vedere l'indirizzo, o come posizionare un documento per l'identificazione», spiega Karin. Per fortuna ora in molte filiali le diverse sezioni vengono indicate in maniera chiara. In generale le consulenze tramite video durano di più rispetto a quelle allo sportello perché c'è bisogno di fornire più indicazioni, ma per la clientela il risparmio di tempo complessivo resta comunque un dato di fatto.

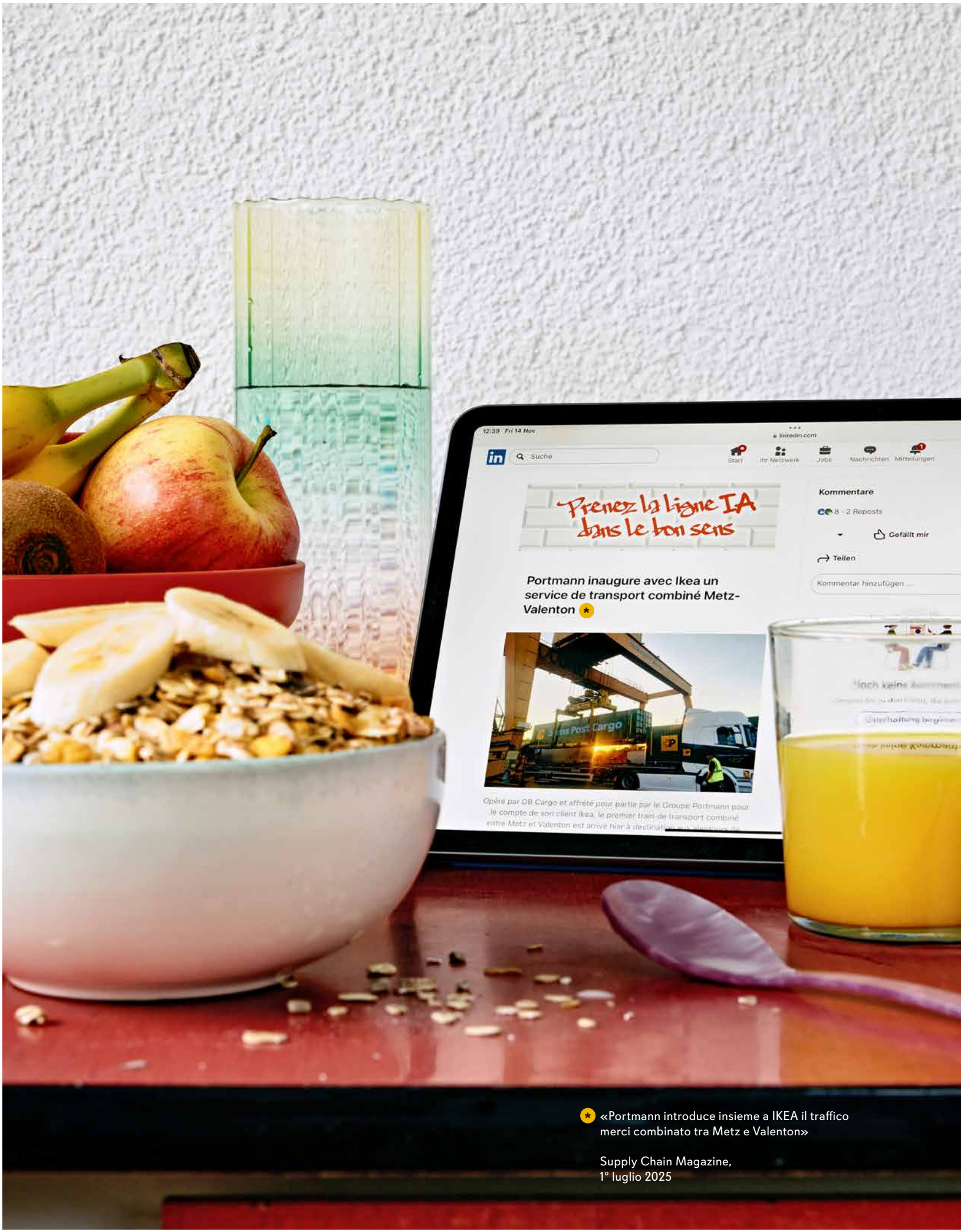
La tecnologia: il mezzo per raggiungere lo scopo

Nella maggior parte dei casi la videoconsulenza riscuote successo, tanto tra il personale quanto tra la clientela. «In due anni di consulenze da remoto, ho visto solo un cliente abbandonare la conversazione perché non voleva utilizzare questa tecnologia», spiega Karin.

I riscontri sono così positivi che l'offerta viene costantemente ampliata. Al momento stiamo testando la soluzione già in 20 filiali in partenariato, dove in caso di richieste specifiche la clientela può rivolgersi al personale della Posta presente in loco. In più, e questa è una novità, ora è possibile ricevere una consulenza anche agli sportelli automatici My Post 24 direttamente via smartphone. Infine stiamo attivando questa possibilità anche per le nostre società partner: quest'autunno le prime a usufruirne sono state le figure esperte in ambito legale dell'assicurazione Dextra.

Quali saranno quindi i prossimi passi? La videoconsulenza è solo agli inizi. In futuro il personale potrà godere di condizioni ancora più flessibili: le specialiste e gli specialisti dei vari prodotti potranno infatti lavorare regolarmente in home office, in sedi diverse o addirittura tra più sedi. Indipendentemente dagli sviluppi che ci saranno, la tecnologia è il mezzo per raggiungere lo scopo, ma ciò che conta davvero resta il modo in cui comunichiamo.

Scopri cosa pensano le clienti e i clienti della videoconsulenza.



* «Portmann introduce insieme a IKEA il traffico merci combinato tra Metz e Valenton»

Supply Chain Magazine,
1° luglio 2025

“La Posta Svizzera è la migliore del mondo”
Unternehmerzeitung, 15 settembre 2025

Per la nona volta consecutiva ci siamo guadagnati il titolo di Posta migliore del mondo, a seguito di un confronto con organizzazioni postali di 180 Paesi. E non siamo noi a dirlo, bensì un’analisi approfondita dell’Unione postale universale, che valuta aspetti concreti come il grado di interconnessione a livello internazionale, l’affidabilità, la rilevanza per la popolazione nonché la resistenza e la capacità di adattamento. Vengono inoltre prese in considerazione le nostre prestazioni ecologiche, in particolare la riduzione di CO_2.

La classifica evidenzia che non solo siamo affidabili oggi, ma che gettiamo anche le basi per il domani, in modo trasversale a tutte le unità. Il fatto di essere riusciti a occupare per la nona volta questa posizione di spicco è un segnale forte. Vogliamo continuare a essere in prima linea anche in futuro, con vigore, spirito d’innovazione e responsabilità. (CF)

Per saperne di più leggi l’intervista a José Anson, capo economista dell’Unione postale universale.

Da locale a globale

I temi che trattiamo sono tanto diversi quanto lo sono i media che ne parlano.

“La Posta presenta il centro servizi più moderno della Svizzera”
www.cdt.ch, 1° dicembre 2025

Dopo dieci mesi di lavori di ristrutturazione, il 1° dicembre la filiale di Sihlpost ha riaperto i battenti inaugurando un nuovo capitolo: da «fabbrica postale» si è trasformata in luogo d’incontro con arredamenti in legno, sportelli aperti e un approccio che punta sulla vicinanza alla clientela. Già alla sua apertura negli anni Trenta del XX secolo, l’imponente edificio vicino alla stazione centrale di Zurigo rappresentava l’inizio di una nuova era per la Posta. Scansiona il codice QR per saperne di più sulla lunga e movimentata storia della Sihlpost e sul nuovo progetto. (TH)

Se vuoi saperne di più sulla lunga e movimentata storia della Sihlpost e sul nuovo concetto della filiale, scansiona il codice QR.

“Portmann e IKEA introducono il trasporto merci combinato”
Supply Chain Magazine, 1° luglio 2025

Per rendere il trasporto merci nell’agglomerato di Parigi più ecologico ed efficiente, il gigante svedese dell’arredamento IKEA Francia si è rivolto a Portmann, suo partner di trasporto di lunga data nonché società affiliata di Swiss Post Cargo. Portmann ha sviluppato un piano ferroviario intermodale in collaborazione con DB Cargo. Cinque giorni alla settimana dei convogli ferroviari trasportano ciascuno 26 container dal terminale di trasbordo di Metz fino a Valenton, a sud di Parigi. Da giugno questa soluzione permette di rifornire in modo affidabile otto filiali e tre centri di distribuzione, evitando migliaia di viaggi con autocarri ogni anno. La realizzazione è stata tutt’altro che banale: IKEA e Portmann hanno impiegato due anni per mettere a punto il nuovo sistema. Portmann fornisce i container, coordina e organizza i trasporti su strada fino alla ferrovia e da qui verso i negozi IKEA. La soluzione comporta lavoro aggiuntivo di cui si fa carico la cliente. Per Portmann invece la vera sfida è trovare clienti per il ritorno dei container tra Parigi e la regione nordorientale della Francia, garantendo così la sostenibilità del sistema. (CR)



Vinca ora

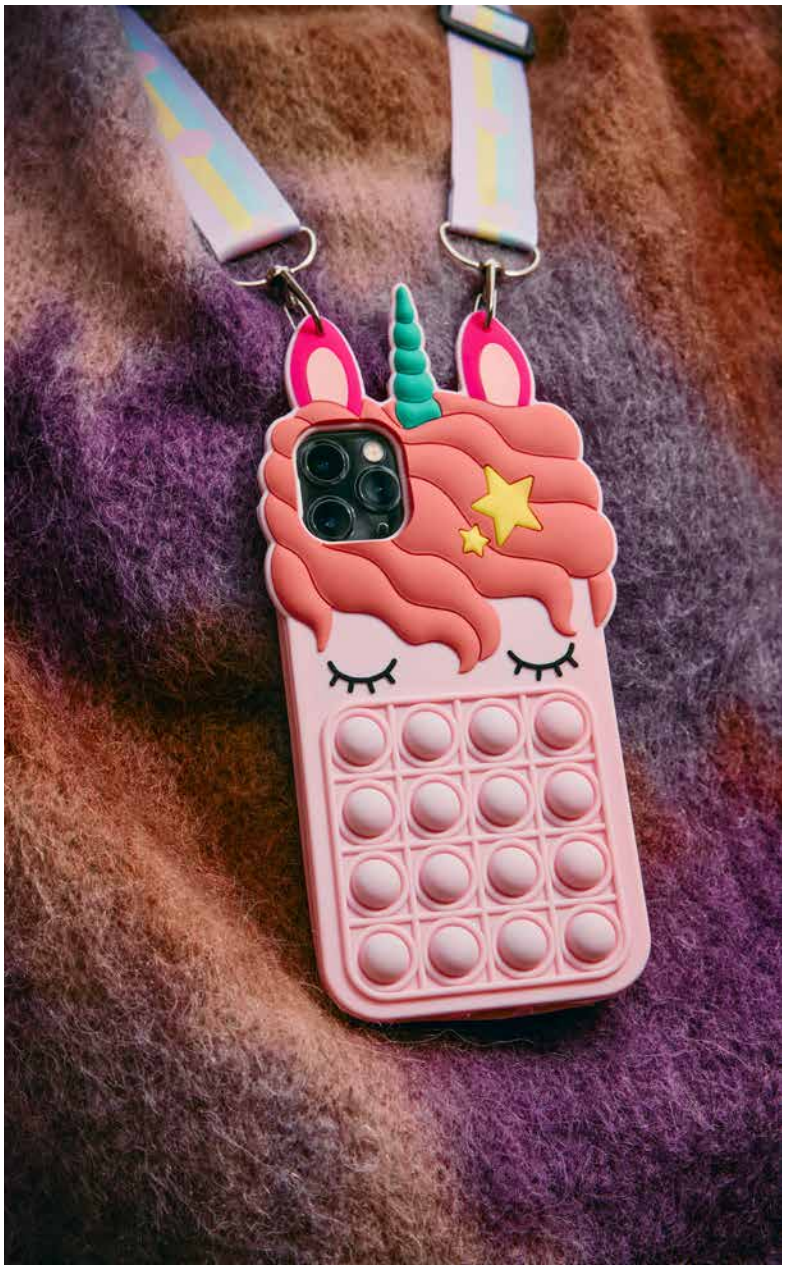
In inverno è tempo di impacchi

Vinca uno degli otto kit per impacchi del valore di CHF 69.–.

egk.ch/posta

EGK
Assicurati in modo sano

Voglia di letture interessanti? In palio un abbonamento!



Partecipa al quiz di Pmag, potresti vincere un buono da 100 franchi per abbonarti a una pubblicazione scelta dall'ampio catalogo proposto da Asendia Press Edigroup, che spazia dai fumetti fino alle riviste di viaggio.

1. In quanti articoli e programmi si è parlato della Posta negli ultimi dodici mesi?
a) Circa 2000
b) Circa 13 000
c) Circa 50 000

2. Quale di questi è un importante strumento impiegato quotidianamente dal nostro Servizio stampa?
a) Rassegna stampa
b) Immagine mediatica
c) Riflessione mediatica

3. Mattiniero o nottambulo: come si definisce Pascal Grieder, il nostro nuovo direttore generale?
a) Mattiniero
b) Nottambulo

4. Nelle belle giornate, per accompagnare tutte le viaggiatrici e tutti i viaggiatori nella Valle Verzasca utilizziamo più di un autopostale per tratta. Quanti esattamente?
a) Due
b) Quattro
c) Sei

Per conoscere tutte le risposte puoi consultare, come di consueto, la rubrica Focus di questa edizione.

Partecipa e vinci

Asendia Press Edigroup, una società affiliata della nostra joint venture con la francese La Poste, distribuisce riviste e giornali in tutto il mondo. La sua offerta spazia tra gli ambiti più disparati: dalle letture per l'infanzia a pubblicazioni internazionali come il Time Magazine, passando per lifestyle e sport. Nell'ambito di questo concorso, mettiamo in palio **tre buoni del valore di 100 franchi ciascuno da spendere per un abbonamento** di Edigroup. Per partecipare non devi fare altro che rispondere alle quattro domande e inviare le tue risposte, entro il 31 gennaio 2026, all'indirizzo quiz.pmag@posta.ch, indicando «Lettura» come oggetto del messaggio. Non ci resta che augurarti buona fortuna! (STÜ)

Mai più perdere tempo!

Con la Posta si può fare.



Grazie alla Post-App!

Scaricatela subito:

Post-it

Le notizie da non perdere



Per Yannick questa è la quarta stagione sulla panchina dell'Unihockey Tigers di Langnau.

Scansiona il codice QR e rivivi i momenti più belli della finale:

Il domatore delle Tigri

Cifre in ufficio, vittorie sul campo: Yannick Rubini allena la nostra sezione Finanze per il futuro digitale, e gli Unihockey Tigers per il trionfo in campionato.

Aprile 2024, Yannick Rubini si gioca la finale del campionato svizzero con i suoi Unihockey Tigers. 8892 fan dal vivo, diverse migliaia in TV: un momento di grande pathos, anche per un allenatore. Alla fine i Tigers vengono sconfitti, per un soffio, dai campioni in carica di Zugo. Ma era la prima volta che si giocavano la finale. «Prima lottavamo soprattutto per non retrocedere più che per vincere il campionato», afferma.

La fine della carriera di giocatore

Da giovane anche Yannick giocava a unihockey, prima che un infortunio mettesse fine alla sua carriera poco prima di passare al massimo livello. Un vuoto che andava colmato.

Al momento dell'infortunio Yannick allenava già i bambini. Così, tra squadre giovanili e perfezionamenti, si è fatto strada fino ad arrivare, a 28 anni, alla guida della squadra maschile di serie A. Un impiego al 20% e tanto volontariato. «Nonostante gli sviluppi degli ultimi anni, le nostre finanze sono ben diverse da quelle di una squadra professionistica», afferma. «In altri ambiti, invece, le distanze si accorciano. Spesso quando guardo l'hockey su ghiaccio professionistico mi stupisco di quante cose ci accomunino».

I Tigers si prendono la rivincita

Yannick sta seguendo una formazione per diventare allenatore di sport ad alto livello. Ma come fa a conciliare formazione, allenamenti e lavoro all'80% alla Posta? «Ho un orario di lavoro flessibile, spesso con pause pranzo brevi, una compagna e una famiglia che mi supportano e pochissimo tempo libero».

Un impegno che viene ripagato: nella sua prima stagione ha portato la squadra ai playoff per la prima volta, mentre nella seconda addirittura in semifinale. Con il successo crescono le aspettative. È un esercizio di equilibrio: «Più ti appassioni per quello che fai e più ti carichi di compiti e responsabilità». La maggior parte dei coach, infatti, lo fa solo per poco tempo. «È raro che qualcuno alleni nella massima lega del campionato per quattro stagioni».

Qualche settimana fa si sono presi la rivincita contro lo Zugo nella gara di coppa. «Continuiamo così!», conclude Yannick.

Testo: Mischa Stünzi Foto: Gabi Schwarz



Natale è nell'aria… e sugli invii

Anche quest'anno con i nostri francobolli di Natale puoi aggiungere un tocco speciale ai pacchi e ai biglietti d'auguri che spedirai in questo periodo di festa. Fotografata da Sandro Reichmuth nella regione di San Gallo, la serie «Atmosfere invernali» raffigura quattro momenti emblematici della stagione più fredda: l'Avvento, il Natale, il Capodanno e l'idillio invernale di inizio anno.

I francobolli sono disponibili su postshop.ch e nelle nostre filiali. (TH)

Dove abitano Babbo Natale e Gesù Bambino?

Solo alcune persone conoscono l'indirizzo esatto di Gesù Bambino e Babbo Natale, e noi della Posta siamo tra questi pochi fortunati. Ecco perché ogni anno riceviamo circa 30 000 letterine da recapitare a questi due speciali destinatari, che rispondono a chiunque abbia avuto un pensiero per loro. Ad aiutarli, però, in Ticino ci sono i nostri instancabili folletti, al loro fianco in questa missione da più di 75 anni.

Per ovvie ragioni, non possiamo divulgare i due indirizzi segreti; ne va della nostra immagine. Tuttavia, chi volesse spedire una letterina a Gesù Bambino o a Babbo Natale non deve fare altro che indicare sulla busta chi è il suo destinatario, senza dimenticare di scrivere il proprio indirizzo (e, naturalmente, di apporre il francobollo!). In questo modo noi sapremo a chi recapitare l'invio, e Gesù Bambino e Babbo Natale sapranno a chi rispondere. (STÜ)

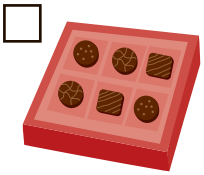
2 × Natale: cosa donare e cosa no

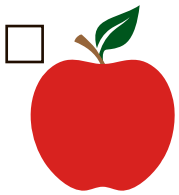
Dal 1997, insieme alla Croce Rossa Svizzera (CRS), a SRG SSR e a Coop, ci impegniamo per la campagna «2 × Natale», l'iniziativa di beneficenza nell'ambito della quale raccogliamo generi alimentari a lunga conservazione e articoli per l'igiene personale da donare alle persone bisognose in Svizzera.

I pacchi contenenti le donazioni possono essere impostati gratuitamente nelle nostre filiali dal 24 dicembre al 18 gennaio. In alternativa, con la prestazione pick@home la procedura è ancora più semplice: sul sito www.posta.ch/2xnatale è infatti possibile richiedere la presa in consegna gratuita dei pacchi direttamente al proprio domicilio.

Ma cosa si può donare nell'ambito di questa campagna e cosa, invece, è meglio evitare? Prova a indovinarlo e poi, per conoscere le risposte esatte, dai un'occhiata alla pagina accanto. (STÜ)

☐ 
Sapone liquido con profumazione ocean breeze

☐ 
Scatola aperta di cioccolatini che non mi sono piaciuti

☐ 
Una mela appena colta in giardino

☐ 

Muesli con scadenza a ottobre 2026

☐ 

Una lattina di birra «Prost Post»

☐ 
Calze lavorate a maglia

☐ 
Un orsacchiotto di peluche

☐ 
Carta igienica extra soft

“Un’opera d’arte che celebra il vostro impegno”

La cartolina natalizia di quest’anno è unica nel suo genere. L’artista Francisco Sierra, infatti, l’ha realizzata pensando proprio a noi collaboratrici e collaboratori della Posta. Preparatevi all’effetto sorpresa!



Ogni giorno, con il vostro lavoro, date il meglio per la nostra clientela e per questo desideriamo ringraziarvi. Come segno di stima, abbiamo fatto realizzare una cartolina natalizia speciale: un’opera d’arte capace di celebrare al contempo la vostra dedizione e il nostro impegno a favore dell’arte, che ormai ha oltre 100 anni di storia.

Alex Glanzmann, CFO e membro della Direzione del gruppo



Un dettaglio della cartolina natalizia. La versione integrale arriverà presto nella tua bucalettere.



Francisco Sierra ha realizzato due opere pensate appositamente per le cartoline natalizie della Posta. Con queste immagini l’artista riflette sul significato che potrebbe avere per noi quel momento sospeso in cui ci fermiamo, salutiamo l’anno che finisce e diamo il benvenuto a quello nuovo. La Commissione artistica è lieta di aver reso possibile in questo modo la creazione di una nuova piattaforma dedicata all’attività artistica in Svizzera.

Yasmin Afschar, co-direttrice del Migros Museum für Gegenwartskunst, il museo d’arte contemporanea di Migros con sede a Zurigo, ed esperta esterna della Commissione artistica della Posta



Realizzare la cartolina natalizia della Posta è stata per me una bella e affascinante avventura. Cercavo un’idea che, oltre a richiamare il clima di festa, fosse in linea con il mio lavoro artistico e capace di sfiorare, anche solo per un instante, il cuore del maggior numero possibile di persone.

Francisco Sierra, artista

Affinché pacchi e biglietti d’auguri arrivino in tempo per Natale, ricordati di rispettare i termini ultimi di impostazione:

Soluzioni sulle donazioni di «2 × Natale»

✓ Generi alimentari a lunga conservazione come muesli, conserve, olio, alimenti per neonati e caffè.

✓ Articoli per l’igiene personale come carta igienica, sapone liquido, pannolini, assorbenti e spazzolini.

✗ Nonostante le buoni intenzioni di chi li dona, solitamente prodotti come pelucke e calze fatte a maglia sono meno graditi da chi li riceve.

✗ Confezioni aperte, anche se quasi integre, e generi alimentari freschi, anche se appena acquistati o prodotti, non sono adatti alle donazioni.

✗ I pacchi non devono contenere bevande alcoliche: le donazioni devono infatti essere pensate per tutti i componenti della famiglia che le riceverà.

Foto: p.g.c., Sebastian Verdon



Autopostali automatizzati nella Svizzera orientale

AutoPostale lancia AmiGo, una nuova offerta con 25 veicoli automatizzati che circoleranno nella Svizzera nord-orientale come taxi su richiesta. Le corse di prova inizieranno alla fine del 2025.

Durante la fase di test che partirà alla fine del 2025, al volante dei veicoli AmiGo siederanno ancora delle persone in carne e ossa. In questa fase verranno infatti letti i dati dell'area servita. Anche le corse con clienti di prova che inizieranno nel corso del 2026 saranno accompagnate da esseri umani. L'esercizio regolare di AmiGo sarà avviato nel 2027 in quelle zone in cui il servizio di linea tradizionale non è ottimale, quindi nelle regioni meno servite o in orari marginali.

L'offerta di veicoli automatizzati AmiGo è sostenuta dai Cantoni di San Gallo, Turgovia, Appenzello Esterno, Appenzello Interno, dall'Ufficio federale dei trasporti (UFT), dall'Ufficio federale delle strade (USTRA), dal TCS e da altri partner. Il partner tecnologico è l'azienda Baidu Apollo, che gestisce in Asia diverse migliaia di veicoli senza conducente.

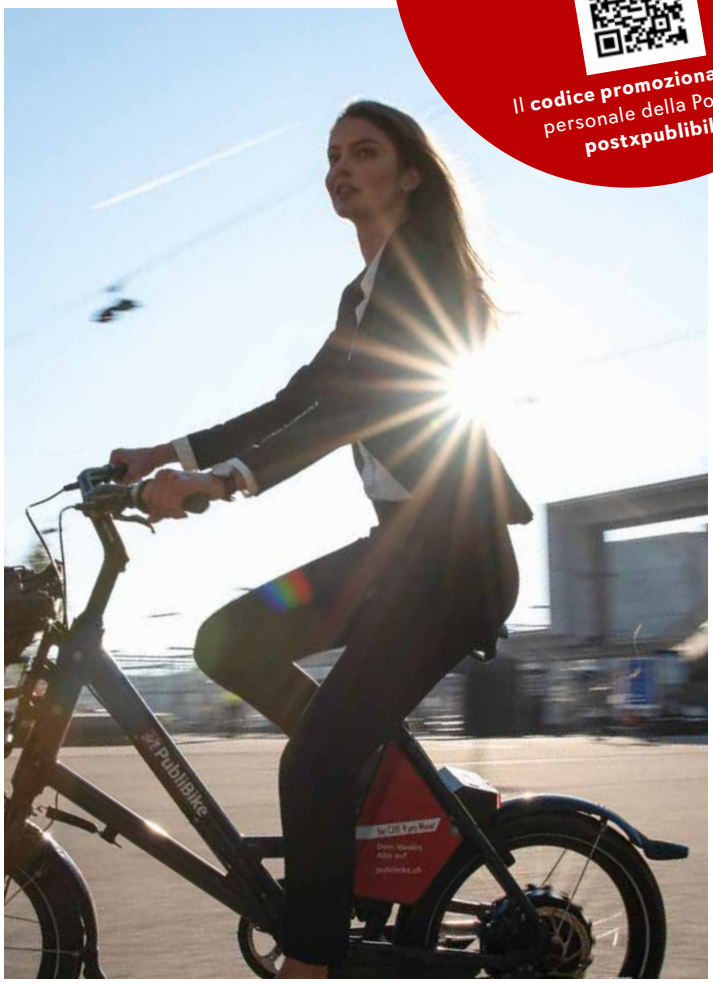
Tra il 2016 e il 2019 AutoPostale aveva messo in circolazione a Sion gli Smart-Shuttle, i primi autobus automatizzati al mondo per il trasporto pubblico. (KM)

Bike sharing a condizioni speciali da cogliere al volo

Che bello sarebbe andare al lavoro la mattina pedalando liberamente e respirando aria fresca? Con l'offerta di bike sharing della Posta si può! Per soli 10 franchi all'anno hai a disposizione in tutta la Svizzera più di 10 000 biciclette ed e-bike 24 ore su 24. I primi 30 minuti di corsa con PubliBike Velospot sono gratis, poi puoi continuare a pedalare a tariffe al minuto vantaggiose. Per andare al lavoro, nel tempo libero o per una breve gita dell'ultimo minuto: scegli tu! A breve sarà disponibile un'app sola per tutta la Svizzera. Basta registrarsi, salire in sella e partire! (KR)

Offerta di bike sharing per il personale della Posta
Vai al lavoro in modo ancora più sostenibile. Qui trovi il factsheet sull'offerta:

Il **codice promozionale** per il personale della Posta è: **postxpublibike**



L'offerta di bike sharing di PubliBike Velospot è disponibile al costo di soli 10 franchi all'anno.

Uno scampolo di storia della Posta

Per 20 anni le camicie e camicette a righe bianche e gialle hanno caratterizzato la divisa di RetePostale, prima che quest'anno venissero sostituite dai nuovi capi di abbigliamento. Per rendere omaggio alle collaboratrici e ai collaboratori che hanno indossato questi abiti quasi quotidianamente, la Posta ha pensato di riutilizzare i resti del tessuto per realizzare dei francobolli. «Per me, gli abiti da lavoro di qualità e il francobollo sono un segno di stima verso di noi, collaboratrici e collaboratori», afferma Cornelia von Siebenthal, in servizio alla Posta da oltre 30 anni e dal 2020 al bancone dei francobolli della Sihlpost. Pur non essendo una collezionista, ne acquisterà qualche foglio da tenere da parte.

I francobolli (valore facciale 250) sono disponibili nelle filiali e su postshop.ch (fino a esaurimento scorte).





Cornelia von Siebenthal considera il fatto di immortalare la vecchia divisa della Posta su un francobollo un segno di stima nei confronti del personale.



Betty Bossi compie 70 anni. Tanti auguri!

Dal 1956 Betty Bossi porta nelle famiglie svizzere ricette e consigli per la gestione della casa. In occasione del suo 70° anniversario, il film «Hallo Betty» racconta la storia movimentata della sua creatrice Emmi Creola. In collaborazione con la Posta è nato inoltre un divertente video «Kitchen Talk» in cui Julia di Betty Bossi e Tessa di LS Operations cucinano insieme una ricetta cult e parlano apertamente di carriera, gestione e opportunità per le donne.

Vuoi saperne di più? Scansiona il codice QR e condividi il «Kitchen Talk» (in francese) con colleghe e colleghi.

Foto: p.g.c. Illustrazione: iStock

Trasferimenti all'orizzonte

Jesko Herre alla guida di Sviluppo aziendale

A metà ottobre **Jesko Herre** ha assunto la direzione dell'unità Sviluppo aziendale nello Stato maggiore CEO. Jesko è membro della direzione di funzione Personale da fine 2019 come responsabile Strategia HR e, in questa mansione, ha contribuito in modo determinante allo sviluppo dell'unità. Prima di approdare alla Posta, dopo aver conseguito un dottorato in economia, ha ricoperto diversi ruoli di consulenza e gestione nel settore energetico.





Marco Grütter a capo di Strategia HR

Marco Grütter subentrerà a Jesko Herre alla guida di Strategia HR e Sviluppo dell'unità (P Strat). Inizierà il 1° febbraio 2026 e assumerà anche la carica di membro della direzione di funzione P. Marco conosce la Posta da più di otto anni e vanta una vasta esperienza nel lavoro strategico, nella gestione e nelle HR della nostra azienda. Fino alla sua entrata in servizio, **Laura Niederhauser** dirigerà P Strat ad interim.





Cambiamento d'impiego temporaneo per Nadia von Veltheim e Ruedi Henke

Il 1° novembre 2025 **Ruedi Henke**, responsabile Regione Est per LS Operations, ha assunto per otto mesi il ruolo di Chief Transformation Officer presso Servizi di mobilità. Contestualmente **Nadia von Veltheim**, responsabile Posta Immobili, è passata a Servizi logistici e guiderà la Regione Est con circa 7000 collaboratrici e collaboratori.



Roland Heizmann



Stefan Luginbühl

Swiss Post Cargo: cambio ai vertici

Roland Heizmann ha deciso di lasciare la gestione operativa di Swiss Post Cargo. Svolgerà compiti speciali in azienda e, fino a nuovo avviso, ricoprirà il ruolo di presidente del Consiglio di amministrazione per l'Italia. Dal 1° novembre 2025 la direzione sarà affidata ad interim a **Stefan Luginbühl**, ex responsabile Centro di competenza Accettazione, trasporto e spartizione della Posta. Il processo di selezione per il posto di responsabile di Swiss Post Cargo nel lungo periodo è già stato avviato.



Responsabile Partner di settore HR RetePostale: Chloé Kessi

Chloé Kessi ha assunto dal 1° settembre 2025 il ruolo di responsabile del team Partner di settore HR per RetePostale. Con oltre 15 anni di esperienza dirigenziale in ambito HR nei settori assicurativo e sanitario, prima di arrivare alla Posta era impiegata presso Groupe Mutuel, dove era responsabile della gestione talenti e del reclutamento.



Christian Mähr nel comitato di direzione di PostFinance

Il 1° gennaio 2026 Christian Mähr assumerà la guida della nuova unità organizzativa «PF3 Corporate Development & People», creata nell'ambito di «Pulse» e che dal 1° dicembre comprenderà gli ambiti strategia, innovazione, dati e HR. Christian, che proviene da UBS, è stato nominato membro del comitato di direzione dal Consiglio di amministrazione di PostFinance.



La nuova direzione di RetePostale alla sua prima riunione (da sinistra): Tommy Baur (responsabile), René Tausendfreund (F), Patric Marchand (Clienti privati), Alexandra Hofmann (PMI & CX), Michael Schertenleib (Sviluppo dell'unità), Ophélie Döbler (Piattaforma servizi e distribuzione), Merce Borrull (IT), Corinne Hunziker (FU), Chloé Kessi (P) e Kerstin Eichenberger (K).

Un nuovo inizio per RetePostale: ancora più vicina alla clientela

Il processo di occupazione dei posti è ancora in corso, ma la nuova direzione è già pronta per partire. Dal nuovo anno i vertici di RetePostale si orienteranno in modo ancor più sistematico alla clientela, riunendo le conoscenze relative alla clientela privata e a quella commerciale del comparto PMI. Analizzandone le esigenze e le esperienze che fanno con noi, in futuro potremo allineare ancora meglio i canali fisici e quelli digitali, per offrire un'esperienza clienti fluida e coerente.

L'orientamento alla clientela alla base della tua attività quotidiana, che sia in filiale, nel centro logistico, in ufficio o fuori sede, verrà coordinato in modo più efficace e trasversale. Insieme semplificheremo così la vita quotidiana delle nostre e dei nostri clienti. (KE)

In palio un kit per impacchi!
Mettiamo in palio 8 kit per impacchi del valore di CHF 69.–. Per partecipare: egk.ch/posta



Conoscenza degli impacchi per l'inverno – un kit in palio

In caso di raffreddore, mal d'orecchi o tensioni muscolari, gli impacchi sono rimedi semplici e naturali di grande efficacia. Ingredienti come cipolle, patate, quark o aceto hanno un effetto riscaldante, antinfiammatorio e lenitivo.

Gli impacchi vantano una lunga tradizione e oggi sono riconosciuti anche dalla medicina moderna. In aggiunta al loro effetto terapeutico, donano anche momenti di cura e vicinanza.

La **EGK-Cassa della salute** condivide queste conoscenze nella guida digitale agli impacchi, con istruzioni pratiche e facili da seguire nella vita di tutti i giorni.

La EGK è una cassa della salute specializzata nella medicina naturale e tradizionale che con l'assicurazione complementare **EGK-SUN** offre libero accesso alla medicina complementare – e vantaggi speciali per il personale della Posta.

EGK
Assicurati in modo sano

Certificato medico, tempo di lavoro e cambio di indirizzo: tutto a portata di smartphone

La nostra società è sempre più digitalizzata, e il nostro mondo del lavoro non è da meno. Da ora, infatti, potrai usare determinati servizi e offerte che riguardano le HR direttamente sul cellulare.

Dopo essere stato testato dalle colleghe e dai colleghi in ufficio, il mondo mobile e digitale delle HR sarà gradualmente accessibile a chiunque in azienda. Dal menu «PostWeb» / «Risorse» in Microsoft Teams potrai collegarti alla piattaforma «My HR», ad esempio per inviare un certificato medico, modificare il tuo indirizzo o creare un ticket HR, e restare così sempre al corrente di tutto e gestire i tuoi dati HR in tutta flessibilità. Le prime esperienze sono molto promettenti.



Nicola Negro, addetto al recapito, ufficio di recapito Berna

«Ho avuto la possibilità di testare quest'app di SAP che, tra le varie funzioni, permette di caricare i **certificati medici** e devo dire che è semplice da usare e funziona perfettamente. È molto intuitiva: per il certificato medico basta premere un pulsante e caricare il file. Per me è un'ottima soluzione.»



Silvio Rocci, addetto al recapito, ufficio di recapito Berna

«Dal cellulare adesso possiamo modificare comodamente i dati personali, caricare documenti, inviare richieste e, in più, consultare informazioni su salario, vacanze e **tempo di lavoro**. Così, oltre a non perdere tempo, troviamo più in fretta le risposte che ci servono.»



Christoph Gurtner, responsabile team, ufficio di recapito Berna

«È interessante vedere quante cose ora il personale può fare in autonomia, a partire ad esempio da una **modifica dell'indirizzo**. E questo snellisce notevolmente il lavoro della direzione team. Non pensavo che per far funzionare certi processi ci fosse così tanto da fare dietro le quinte.»

Future PERSY: mobile, trasparente e diretto

Con il grande progetto IT «Future PERSY» digitalizziamo le HR, rendendone gradualmente accessibili i processi a tutti i 45 000 membri del personale da qui al 2028. Più autonomia, più self-service, per gestire direttamente dati e documenti su dispositivi mobili, in modo trasparente e senza passaggi intermedi. Il risultato: una comunicazione più efficace, processi più snelli e informazioni sicure e aggiornate. In qualsiasi momento, in un unico luogo.

Testo: Fredy Gasser



X-MAS SPECIAL

Questo Natale solo il meglio: per i dipendenti della Posta arrivano offerte esclusive con Internet super veloce e una TV da sogno a condizioni ancora più imperdibili. Viva le feste con una marcia in più!

Scansionare il codice QR e registrarsi al «Benefit Program»

*L'offerta si applica esclusivamente ai nuovi ordini. Il prezzo comprende uno sconto di CHF 8.– al mese, erogato come crediti in fattura. Il costo per Up Home XL è di CHF 42.80 al mese per i clienti idonei al «Benefit Program» di Sunrise; successivamente il prezzo passa a CHF 111.90 al mese. La durata minima del contratto è di 12 mesi. L'offerta bonus è valida fino al 31.12.2025. Sono possibili modifiche alle condizioni.

Sunrise

Finance Boost

Care e cari Finance Booster, quanti soldi dovrei mettere da parte per le emergenze?

L'importo ideale varia da persona a persona e da famiglia a famiglia e dipende dalle condizioni di vita e dalle esigenze di sicurezza individuali.

In generale è bene prevedere l'equivalente di un paio di salari mensili sul conto per le spese correnti e due-quattro mensilità su un conto di risparmio come riserva d'emergenza per spese impreviste, come una fattura salata del dentista o una riparazione auto in officina.

Avere da parte un gruzzoletto per gli imprevisti ti dà sicurezza, indipendenza e tranquillità ed è il primo passo per creare una base finanziaria solida.

Consiglio: accantonare denaro per le emergenze non ti impedisce di investire. Da PostFinance è possibile aprire un piano di risparmio in ETF o fondi già a partire da 20 franchi al mese. Una formula ideale per coniugare sicurezza finanziaria e un patrimonio che cresce nel tempo.



Philipp Merkt, Chief Investment Officer di PostFinance

Desideri saperne di più sugli investimenti? Oppure fare una domanda sulla tua situazione finanziaria o sulla previdenza? In questa rubrica le esperte e gli esperti di PostFinance risponderanno ai **tuoi dubbi in materia finanziaria** e ti forniranno **consigli preziosi** su come gestire il denaro. Puoi inviare le tue domande a **redazione@posta.ch**.

Scopri l'app scansionando il codice QR:

La nuova app multifunzione

Gestire gli invii, affrancare le lettere o seguire in tempo reale la posizione degli autopostali: con la nuova Post-App ora si può fare. Proprio sotto Natale, quando i regali e i biglietti d'auguri aumentano in modo esponenziale, ti aiuta a gestire tutto senza stress.



La nuova app semplifica la vita quotidiana: ti permette di tracciare i tuoi invii e gestirli con flessibilità, affrancare lettere e pacchi direttamente con lo smartphone e, se lo desideri, richiederne la presa in consegna a domicilio. Puoi trovare in pochi istanti le filiali, le buche delle lettere e gli sportelli automatici My Post 24 più vicini.

Con la cassetta delle lettere digitale puoi accedere sempre e ovunque alle tue lettere e ai tuoi documenti. Allo sportello puoi ottenere giustificativi e ricevute direttamente nell'app, scansionando il tuo codice QR personale. Inoltre, puoi seguire in tempo reale la posizione degli autopostali ovunque ti trovi.

Frutto di un impegno congiunto

La nuova Post-App è stata sviluppata insieme alle nostre e ai nostri clienti. Chi lo desiderava ha potuto testare la versione preview e fornire preziosi feedback. Anche grazie a questi riscontri l'app può contare su funzioni ottimizzate, un design più moderno e un utilizzo più semplice e intuitivo. (LC)

Passa a PostFinance Pay

PostFinance Pay è la nostra nuova modalità di pagamento online che sostituirà gradualmente le opzioni «PostFinance Card» e «PostFinance e-finance» attualmente in uso negli shop online. Il vantaggio? I pagamenti vengono autorizzati in modo semplice e veloce direttamente nella PostFinance App senza più bisogno di digitare i dati della carta. Di recente anche le FFS hanno scelto PostFinance Pay. Per festeggiare questo traguardo importante abbiamo organizzato un concorso. (LA)

Più info su postfinance.ch/pfpay

Vinci un buono FFS da 200 franchi

Rispondi alla domanda e con un po' di fortuna puoi vincere uno di quattro buoni FFS da 200 franchi.

Presso quale azienda puoi pagare da ora anche con PostFinance Pay?

Invia la tua risposta entro fine gennaio a quiz.pmag@posta.ch. Buona fortuna!

NUOVA FUNZIONE NELLA POSTFINANCE TWINT APP

Usi più conti o carte per le tue spese quotidiane? Conto dell'economia domestica, conto privato o carta di credito: da ora quando effettui un pagamento o un trasferimento di denaro nella PostFinance TWINT App puoi scegliere direttamente su quale conto eseguire l'addebito. Per farlo aggiorna l'app e aggiungi nel menu i diversi conti e carte di credito che possiedi. A questo punto non ti resta che scegliere il conto desiderato al momento del pagamento. (LA)

Più info su postfinance.ch/twint

Un pezzo di Svizzera tutto da scoprire e regalare



Disponibile nelle filiali e su postshop.ch

Tutti i francobolli originali dell'anno con le immagini di Lena Amuat e Zoë Meyer.

Ecco perché la Posta aumenta i prezzi

La Posta ha raggiunto un accordo con il Sorvegliante dei prezzi sulle nuove tariffe dei pacchi Economy e degli invii internazionali, rivelatesi necessarie per far fronte all'andamento dei volumi e all'aumento dei costi nella logistica.

Andamento delle operazioni clienti nelle filiali della Posta



Dal 2010 il numero delle operazioni clienti nelle filiali della Posta si è sostanzialmente dimezzato. Insieme alla flessione dei volumi delle lettere, ciò ci pone di fronte a sfide impegnative dal punto di vista finanziario.

Dall'inizio dell'anno aumenteremo leggermente i prezzi dei pacchi Economy e degli invii internazionali di merci di piccole dimensioni. Tutte le categorie di peso costeranno 50 centesimi in più (ad es. per spedire un pacco Economy fino a 2 kg si pagheranno 9 franchi, a fronte degli 8.50 attuali).

Per contro, la nostra clientela continuerà a beneficiare di uno sconto online di 1.50 franchi per pacco (invii Priority, Economy e ingombranti). Inoltre, chi affrancherà almeno un PostPac Priority o Economy con la Post-App da qui a febbraio 2026 riceverà un accredito di 5 franchi.

Lavoriamo costantemente per perfezionarci

I calcoli attuali dimostrano che l'onere finanziario della Posta legato al servizio universale aumenta costantemente a causa del calo dei volumi delle lettere e delle operazioni allo sportello, attestandosi attualmente a oltre 360 milioni di franchi. I costi crescono anche per effetto degli investimenti nella modernizzazione dell'infrastruttura e nelle nuove tecnologie, fondamentali per continuare a garantire la qualità dei servizi offerti.

Compensiamo gran parte di tali costi attraverso misure interne di efficienza e ne facciamo ricadere sulla clientela solo una piccola parte. Questo tuttavia non basta e in alcuni casi dobbiamo comunque apportare moderati adeguamenti dei prezzi.

Nonostante le sfide che ci troviamo ad affrontare, non ci sono dubbi: intendiamo continuare a svolgere un ruolo importante nella vita quotidiana della popolazione anche in futuro ed è proprio per questo che lavoriamo costantemente per migliorare la nostra azienda, i nostri processi e le nostre offerte. (AM)

Tutte le misure tariffarie sono disponibili alla pagina posta.ch/offerta26.

Illustrazione: Doreen Borsutzki

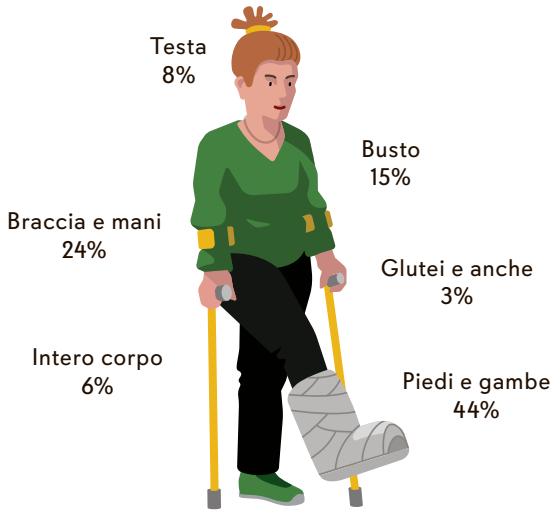
Pericolo cadute: ecco come proteggerti

Inciampi, cadute e passi falsi causano oltre la metà degli infortuni che si verificano tra il personale della Posta. Scopri dove si nascondono i pericoli maggiori e quali parti del corpo sono più colpite tra le collaboratrici e i collaboratori.

Come si rischia di inciampare



Parti del corpo più soggette a infortuni da inciampo tra il personale della Posta



Le cifre si riferiscono al 2024.

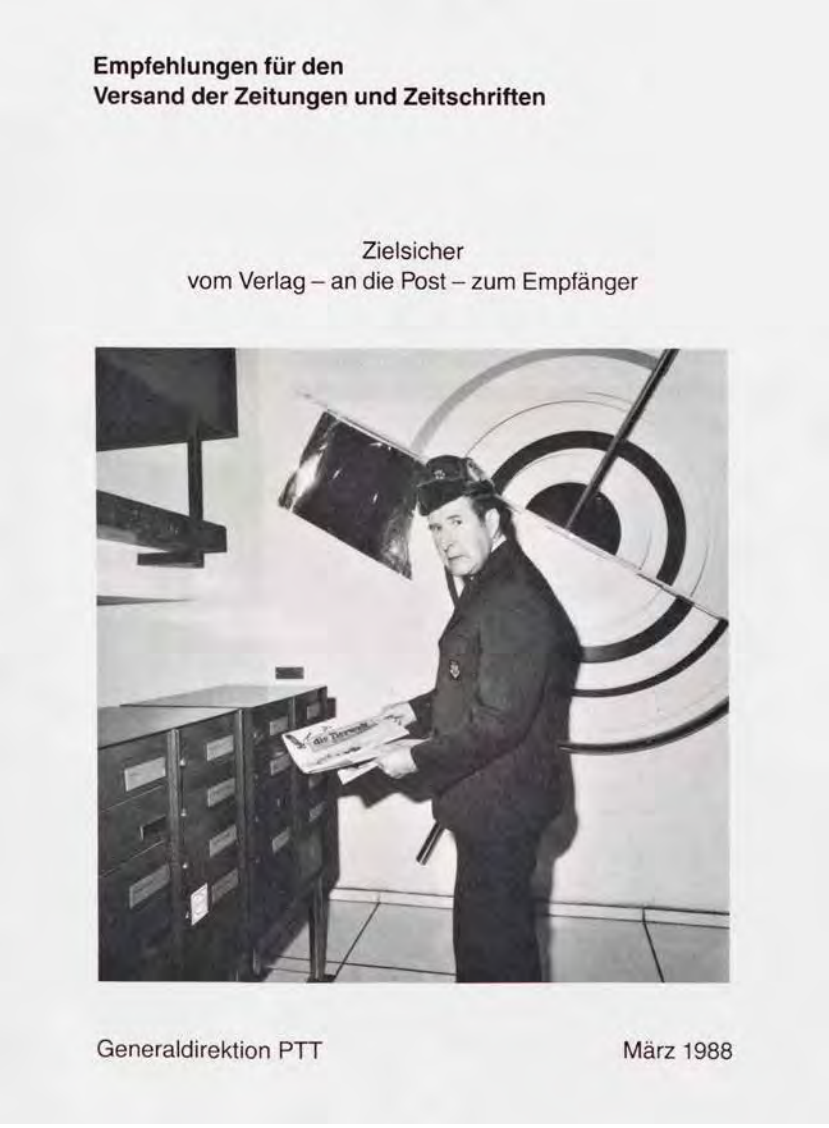
Per la Posta la tua salute e la tua sicurezza hanno la massima priorità. Tuttavia, anche tu puoi fare qualcosa per ridurre i pericoli. Vuoi saperne di più? Sulla piattaforma StayFit trovi consigli ad hoc.

Il personale dell'unità Servizi logistici riceve consigli specifici per ogni periodo dell'anno su come prevenire gli infortuni dovuti a inciampi e cadute. In inverno, ad esempio, il rischio è soprattutto quello di scivolare. Le tue scarpe hanno una suola profilata che garantisce la giusta stabilità su neve e ghiaccio?



C'era una volta

(1988)



Recapiti "d'eccezione"

Il recapito di giornali fa parte del mandato di servizio universale. Eppure, a volte accade che qualche copia non arrivi a destinazione come dovrebbe. I motivi possono essere diversi. Può succedere ad esempio che una casa editrice non confezioni i giornali in modo corretto, e ciò «può comportare danneggiamenti, inconvenienti e ritardi nella consegna», come comunicato in un opuscolo datato 1988. O che alcuni postini amino particolarmente la lettura: nel 1953 un editore si è lamentato con noi sostenendo che «il personale della Posta estrae alcune copie dal mazzo località senza poi rimetterle a posto».

Testo: Mischa Stünzi Foto: archivio delle PTT


HELVETIA
lanceur
de l'agence
spatiale
européenne
esa

Arriva a scrivere anche 100 cartoline al mese

Thomas Streit, originario di Faulensee, nell'Oberland bernese, è uno specialista IT con la passione per i messaggi analogici: grazie al suo hobby, il postcrossing, viaggia in tutto il mondo e il mondo arriva nella sua cassetta delle lettere, in formato cartolina.

Testo: Fredy Gasser Foto: Tom Huber

Nel suo lavoro Thomas Streit si assicura che gli strumenti digitali come Jira e Confluence funzionino senza intoppi. Nel tempo libero, invece, l'ingegnere informatico si avventura in un mondo analogico fatto di messaggi scritti a mano, francobolli e storie da Paesi lontani. Thomas è un postcrosser e spedisce fino a 100 cartoline al mese a persone, anche sconosciute, in tutto il mondo.

Quello che a molti potrebbe sembrare solo un hobby nostalgico, per lui è «un affascinante mix di cultura, comunità e vicinanza umana». Il postcrossing collega il mondo digitale e quello analogico in modo originale.

Cartoline da oltre 80 Paesi

Dal 2018 Thomas è attivo su postcrossing.com, una piattaforma globale che mette in contatto gli appassionati di cartoline di tutto il mondo. Il sistema abbina gli utenti in modo casuale, loro scrivono i messaggi a mano e li spediscono in tutto il mondo. In cambio ricevono cartoline da oltre 80 Paesi: quelle inviate da Thomas me hanno già raggiunti addirittura 87.

In Svizzera è tra i 30 postcrosser più attivi, un risultato di cui andare fieri e che richiede grande dedizione e organizzazione. Ogni cartolina inviata riceve un ID univoco che viene registrato online dal destinatario.

Thomas serba un ricordo particolarmente emozionante del suo incontro con Melina, originaria di Dortmund. La loro amicizia è iniziata nel 2023 con una cartolina che Thomas le ha scritto una notte di proprio pugno. Oggi vivono insieme a Faulensee.

In questo modo Thomas può seguire con precisione quando i suoi saluti arrivano al destinatario e quanto tempo hanno impiegato. Inoltre, archivia digitalmente ogni cartolina con la relativa immagine: un piccolo diario personale dei suoi viaggi analogici in tutto il mondo.

Ogni saluto è una piccola opera d'arte

Per Thomas, il fascino del postcrossing risiede nell'armonia che si crea tra tutti i dettagli: «È l'interazione tra cartolina, francobollo e annullo a rendere il tutto così speciale», spiega. Sceglie con cura le cartoline da inviare, facendo attenzione che non solo l'immagine sia quella giusta, ma anche che il francobollo sia adatto alla cartolina stessa e al destinatario che la riceve.

«Per me è particolarmente importante che si tratti di un vero annullo proveniente da un ufficio postale»: l'annullo di un centro di distribuzione non si addice al postcrossing. Gli capita anche di girare la Svizzera in lungo e in largo alla ricerca di annulli cantonali rari. «In questo modo ogni cartolina diventa una piccola opera d'arte che racconta una storia e ha una sua personalità».

Una community vivace

Anche in materia di affrancatura, Thomas conosce tutte le varianti. Mentre all'interno della Svizzera una cartolina costa da 1.00 a 1.20 franchi, il prezzo sale a 1.90 per l'Europa e a 2.50 franchi per il resto del mondo. Si tratta di prezzi in linea con la media europea, come spiega Thomas. «La Danimarca è molto più costosa: spedire una cartolina in Svizzera costa attualmente 50 corone danesi, ossia poco più di 6 franchi». Ma anche in Paesi al di fuori dell'Europa le spese di porto sono molto elevate, «ad esempio in Argentina, dove ammontano a circa 7.50 franchi». Purtroppo ci sono già alcuni Paesi che non emettono più nuovi francobolli, come l'Islanda. «Naturalmente, per un postcrosser come me è una notizia triste», si rammarica Thomas.

Per lui il postcrossing è molto più di un semplice hobby. «È una community vivace», afferma, con persone di ogni estrazione: studentesse e studenti universitari, casalinghe e casalinghi, docenti e personale sanitario. Thomas organizza e partecipa anche a incontri in cui i postcrosser provenienti dalla Svizzera e da tutta Europa possono conoscersi di persona. «Così la community cresce anche offline», aggiunge.

Amore in cartolina

Thomas serba un ricordo particolarmente emozionante del suo incontro con Melina, originaria di Dortmund. La loro amicizia è iniziata nel 2023 con una cartolina che Thomas le ha scritto una notte di proprio pugno. Dopo oltre un anno e mezzo di interazioni tramite cartoline, e-mail e videochiamate, si sono incontrati di persona a Norimberga.

Oggi vivono insieme a Faulensee. Per Thomas è la prova che le cartoline sono più che semplici pezzi di carta: «Una cartolina è un frammento di autentica umanità. Collega le persone, crea amicizie e apre i cuori, tanto più in un'epoca sempre più digitale».

La Posta collega il mondo intero

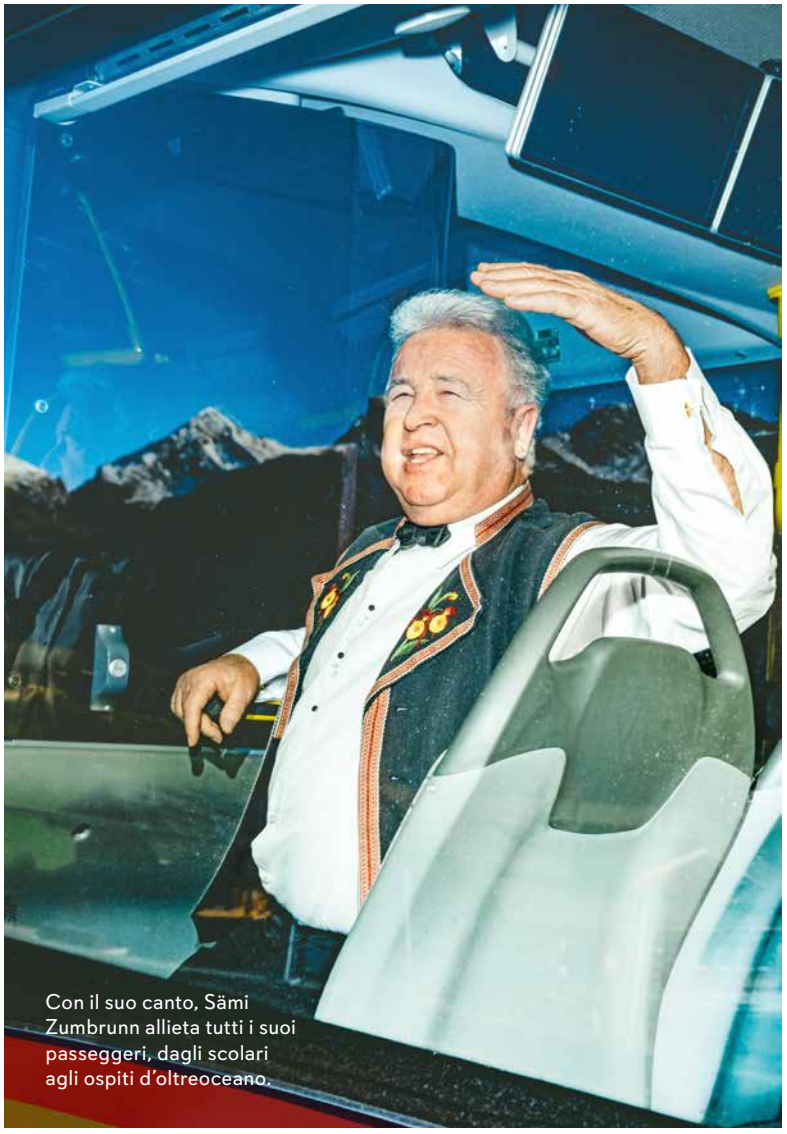
Reti come Postcrossing non sarebbero possibili senza l'Unione postale universale UPU (Universal Postal Union): sin dalla sua fondazione nel 1874, standardizza i servizi postali internazionali, stabilisce regole per formati, pesi e tariffe e promuove la collaborazione tra le società postali nazionali al fine di garantire servizi di spedizione affidabili in tutto il mondo. L'Unione postale universale ha sede a Berna.

L'importanza globale della posta viene sottolineata in diverse giornate dedicate, ad esempio il 1° ottobre, Giornata mondiale delle cartoline, e il 9 ottobre, Giornata Mondiale della Posta. Questo dimostra quanto sia importante il servizio postale non solo per collegare persone e culture, ma anche per l'economia e il commercio e per offrire l'accesso a servizi fondamentali.

The Singing Driver

Come conducente, Sämi Zumbrunn ha percorso quattro milioni di chilometri. Come jodler, la sua estensione vocale copre quattro ottave e da oltre 40 anni si esibisce sui palcoscenici internazionali, dalla Bussalp al Bhutan. Nell'Oberland bernese orientale è conosciuto come "Säm", mentre per i media di tutto il mondo è "The Singing Driver".

Testo: Fredy Gasser Foto: Tom Huber



Con il suo canto, Sämi Zumbrunn allieta tutti i suoi passeggeri, dagli scolari agli ospiti d'oltreoceano.

Seduto al tavolo della cucina nella sua fattoria risalente al 1607 e appena ristrutturata, Sämi racconta i suoi inizi come conducente presso AutoPostale, mentre sorseggia un caffè accompagnato da una fetta di torta di mele fatta in casa: «Ho dovuto andare appositamente a Berna per ottenere un permesso speciale». Grazie a questo documento, può ufficialmente esercitare lo jodel parallelamente alla sua professione di conducente.

E diciamo pure che Sämi di strada ne macina parecchia: non solo trasporta gli scolari dell'Oberland bernese, ma anche turisti provenienti da ogni angolo del mondo, dall'Asia agli Stati Uniti. «Quando mi prende il desiderio di cantare, non riesco a resistere. Allora, tra l'euforia generale, intono un "naturjutz" o un canto jodel», racconta. E no, non si è mai lamentato nessuno, precisa ridendo. Neanche nelle curve a gomito o nelle salite più ripide.



Sämi ha un permesso speciale per cantare lo jodel al volante. Il costume tradizionale, invece, lo ha indossato solo per il servizio fotografico.

Un talento come Whitney Houston

Sämi Zumbrunn è originario di Meiringen. Cresciuto in in condizioni semplici, tra le difficoltà quotidiane della scuola e della vita familiare, fin da bambino era dotato di un talento straordinario. «Ho cantato il mio primo jutz da bambino, mentre mungevo sull'alpe».

Oggi Sämi ha 62 anni e vive con la sua compagna sulle alture di Meiringen. La sua voce copre quattro ottave, un'estensione pari a quella che aveva la pop star Whitney Houston.

Interrompe il racconto, si alza e intona un naturjutz con voce pura, cristallina e un'intonazione perfetta. «Certo, mi alleno ogni giorno. Alla lunga il talento non basta», spiega. Nel suo caso, sono ormai 40 anni che si esibisce su palcoscenici di tutti i tipi.

Lo jodel sul Kilimangiaro

Sämi ha cantato anche sul Kilimangiaro, a 5998 metri di altitudine. E in un'università del Bhutan sull'Himalaya, a 4000 metri, dove poi la regina gli ha stretto la mano. E poi a San Pietroburgo, in Finlandia, Corea del Sud, Brasile e Alaska. E ancora a Seattle, a New York e anche nella capitale taiwanese Taipei. È un vero ambasciatore dello jodel in tutto il mondo.

Il suo palcoscenico preferito resta però l'autopostale. «Sui mezzi pubblici gli scolari sono per molti una spina nel fianco, perché spesso sono chiassosi e impazienti. Ma non per me». Il suo segreto? Li fa salire, si presenta, «Guete Tag mitenand i bi dr Sämi», e poi intona un canto. «A volte invito i bambini a unirsi a me. Funziona quasi sempre e alla fine della corsa tutti mi ringraziano».

"Ho cantato il mio primo jutz da piccolo mentre mungevo sull'alpe."

Scansiona il codice QR per ascoltare lo jodel di Sämi.

"A volte invito i bambini a cantare con me. Funziona quasi sempre e alla fine della corsa tutti mi ringraziano."

Da bambino guidava per accompagnare a casa la nonna

Così come il canto, anche la guida è entrata presto nella sua vita. Nelle fattorie guidavano tutti il trattore o la mietitrice già da bambini. «Spesso mi chiedevano di accompagnare a casa la nonna». Il paese distava solo un chilometro. «Ovviamente lo facevo: guidare l'auto, e poi l'autopostale, era ed è la mia seconda passione».

Ha imparato il mestiere di carpentiere, poi ha lavorato per un anno e mezzo in Canada e infine è tornato e ha trovato impiego come conducente presso diverse aziende. Quattro milioni di chilometri dopo, la sua linea preferita è quella che porta l'autopostale da Grindelwald a Bussalp e ritorno: un percorso che per anni è stato nel suo piano di servizio. Naturalmente, per la gioia del pubblico a bordo, quasi ogni viaggio è allietato da uno jodel. O anche più di uno. «Anche a me fa incredibilmente bene cantare e rendere felici le persone con il suono della mia voce».

Il suo sogno è l'Elbphilharmonie

Il suo più grande desiderio, dopo 40 anni di esibizioni, diversi CD, video e apparizioni televisive, è esibirsi alla Elbphilharmonie di Amburgo. «Non so se si realizzerà, ma se il destino vuole che accada, allora accadrà», racconta Sämi.

Paragona la sua filosofia a una mela: «Se la mordi troppo presto è aspra. Devi aspettare paziente affinché maturi al punto giusto». Lo stesso vale per il suo desiderio: «Mai forzare le cose, bisogna lasciare che i tempi siano maturi», conclude Sämi, il Singing Driver dell'Oberland bernese che canta jodel ogni volta che gli va.



Clicca qui!

L'altro giorno sono andato in Posta per rispedire un pacco. In coda ero accanto a un signore anziano che teneva il giornale sotto braccio. Con la coda dell'occhio ho letto il titolo in prima pagina: «Ondata di gelo raggiunge la Svizzera». Un titolo oggettivo, semplice, sobrio. Nessuna esplosione, nessuna tragedia. Solo una constatazione sul tempo. Tra me e me ho pensato: più un titolo è piatto, più la storia merita di essere letta. E significa che le cose al mondo non vanno così male.

Una volta si diceva che più un titolo strilla, più il giornale è di scarsa qualità. Viceversa, più è corto e sobrio, più la testata è seria. Ma soprattutto: in prima pagina doveva esserci tassativamente ***quel*** titolo che calamitava l'attenzione, dato che veniva riprodotto sulle locandine esposte fuori dalle edicole.

Oggi il consumo dei media è cambiato drasticamente. I giornali stampati sono sempre meno diffusi e il titolo che fa notizia non è più uno solo. Ne siamo praticamente sommersi e tutti vogliono catturare la nostra attenzione. In più, oggi non ci si limita a leggere il titolo: bisogna anche cliccarci sopra. Tutto deve quindi ruotare intorno all'attenzione. I titoloni accattivanti ci attraggono e a volte ci promettono persino notizie sensazionali. Noi ci lasciamo tentare e, proprio come quando si apre una busta a sorpresa, spesso restiamo delusi.

Ma che l'articolo venga letto o meno, poco importa. L'importante è cliccarci sopra. ***Clickbait***, come si dice in gergo. Di per sé un termine carino, che ricorda il linguaggio della pesca, se non fosse che questa volta ad abboccare siamo noi.

"Più un titolo è piatto più la storia merita di essere letta."

Una volta rispedito il pacco, sono uscito dalla filiale postale e ho constatato che l'annunciata ondata di gelo non era ancora arrivata. Semplicemente piovigginava. Ero tentato di tirare fuori il cellulare, come d'abitudine, e di controllare le notizie, perché da qualche parte sicuramente era successo qualcosa. Ma poi ho lasciato perdere, e per un momento sono rimasto offline, disconnesso dal mondo e dai suoi titoloni, gustandomi la lieve pioggerellina che cadeva dal cielo. Un momento piacevole, di serena beatitudine. Quasi da scriverci una notizia!



Max Küng (56) è editorialista e autore e vive a Zurigo.

Illustrazione: Romy Blümel



Un regalo per i festaioli

Natale reso semplice:

con il regalo che va sempre bene.



Un regalo, migliaia di possibilità.

Immagini create con l'intelligenza artificiale. GVSCH250002

Acquistando una vignetta autostradale, per te una power bank a un prezzo speciale*.

Power bank a **CHF 9.95 anziché CHF 39.95**

postshop.ch





* Disponibile su postshop.ch e in filiale. Solo fino a esaurimento scorte.

pro clima
posta.ch/clima
Invio

P.P.
3030 Berna
Post CH SA

Nella prossima edizione di Pmag:



Siamo ancora noi a creare mondi digitali oppure è il mondo digitale che ha iniziato da tempo a programmare noi?

Foto: Dennis van Zuijlekom

La Posta si muove tra realtà fisica e digitale. Nell'edizione di Pmag di marzo scopriremo insieme cosa succede quando questi due mondi si incontrano.