



La Posta

In Svizzera le prestazioni del servizio universale garantite dalla Posta sono di alta qualità. Nessuno Stato in Europa dispone di una rete così fitta di uffici e agenzie postali. Nel confronto europeo la puntualità di recapito della Posta raggiunge livelli di eccellenza e anche i prezzi per le lettere e i pacchi risultano piuttosto favorevoli.

Cifre e fatti

Ogni giorno

- la Posta recapita in media circa 18 milioni di lettere e oltre 440 000 pacchi;
- l'AutoPostale trasporta 385 000 passeggeri;
- PostFinance effettua 2,8 milioni di transazioni.
- La Posta occupa circa 55 000 persone ed è il terzo datore di lavoro più importante della Svizzera.
- Genera un fatturato di 8,2 miliardi di franchi, con un guadagno di circa 640 milioni.
- La Posta appartiene integralmente alla Confederazione.

Finanziamento

La Posta deve finanziare il servizio universale con i propri ricavi e per questa ragione ha il monopolio sulle lettere indirizzate fino a 50 grammi.

La Posta stabilisce i propri prezzi nell'ottica del servizio pubblico: le prestazioni e i prodotti del servizio universale hanno un costo identico in tutto il Paese. In questo modo non viene svantaggiata nessuna regione. Per il recapito di una lettera, ad esempio, dal centro città di Losanna alla sua periferia, la Posta chiede lo stesso prezzo dell'invio di una lettera da Basilea a Poschiavo. Lo stesso principio vale per i pacchi.

Regime di concorrenza

La Posta consegue quasi il 90 per cento del fatturato con i servizi offerti sul libero mercato. L'azienda in particolare è in concorrenza diretta con operatori privati (ad es. DPD, DHL o UPS) nel mercato dei pacchi, con le banche per le prestazioni finanziarie e con altre imprese di trasporto per il traffico viaggiatori regionale.

Sfide

Meno lettere

I clienti della Posta scrivono meno lettere e sempre più e-mail. Di conseguenza la quantità di lettere indirizzate è diminuita del 9,5 per cento dal 2009. È aumentato invece il numero di pacchi: nel 2015 ne sono stati infatti trasportati 115 milioni (+3% rispetto al 2014). Il motivo principale di questo incremento dei volumi è da ricondurre al commercio online. A questa evoluzione del mercato la Posta ha reagito con prodotti e soluzioni innovative nel settore digitale (ad es. Francobollo SMS, E-Finance, cassetta delle lettere elettronica) nonché con maggiori possibilità di ricevere e impostare invii e di ritirare i pacchi (ad es. My Post 24 e PickPost).

Uffici postali in deficit

Gli uffici postali hanno perso d'importanza. Dal 2000 gli invii di lettere sono diminuiti del 63 per cento e quelli di pacchi del 42 per cento; inoltre si è registrato un calo delle operazioni di versamento pari al 37 per cento. Da questi dati scaturisce un deficit e la Posta, di conseguenza, ha deciso di riorganizzare la sua rete con nuovi punti di accesso per i clienti. La Posta chiude quindi, da un lato, gli uffici postali con poca clientela, ma dall'altro li sostituisce con agenzie gestite da terzi (ad es. in un negozio di paese) o con il servizio a domicilio (Posta sull'uscio di casa).