

Obiettivi strategici 2002-2005 definiti dal Consiglio federale per la Posta

Introduzione

La Confederazione è proprietaria della Posta; i suoi interessi sono tutelati dal Consiglio federale che tiene conto della libertà imprenditoriale dell'azienda e crea le condizioni ideali che permettono ad essa di affermarsi sul mercato. In virtù dell'articolo 6 della legge sull'organizzazione delle poste (LOP), il Consiglio federale definisce ogni quattro anni gli obiettivi strategici che la Posta deve raggiungere. Esso si impegna a prendere in considerazione obiettivi coerenti e a lungo termine. Annualmente, con il rapporto di gestione, il consiglio di amministrazione della Posta lo informa sui risultati raggiunti. Poiché il contesto nel quale l'azienda opera è soggetto a continui mutamenti, gli obiettivi, se del caso, potranno essere adattati in funzione dei nuovi sviluppi.

1 Obiettivi strategici

La Posta è l'organismo che permette alla Confederazione di adempiere il mandato, sancito dall'articolo 92 della Costituzione federale e dall'articolo 2 della legge sulle poste, di fornire su tutto il territorio nazionale le prestazioni di base del servizio postale e del traffico dei pagamenti.

Il Consiglio federale esige che la Posta

- 1.1 fornisca un servizio universale secondo gli stessi principi in tutta la Svizzera, di buona qualità e a prezzi adeguati;
- 1.2 sia competitiva, redditizia, orientata alle esigenze dei clienti e si prepari a un'eventuale liberalizzazione del mercato postale;
- 1.3 sviluppi ulteriormente le sue attività principali nei settori invii, merci e logistica, prestazioni finanziarie e traffico viaggiatori (lettere, invii espressi, pacchi, trasporto di giornali e riviste, filatelia, traffico dei pagamenti, traffico viaggiatori stradale), miri ad un potenziamento e garantisca prestazioni di alta qualità. In questo contesto la Posta dovrà
 - mantenere la posizione di leader sul mercato svizzero;
 - aprirsi a collaborazioni per garantire i settori importazione e esportazione nell'ambito del mercato postale e al contempo assicurare alla sua clientela l'accesso a reti internazionali;
 - cogliere le opportunità di potenziamento che si presentano per rafforzare la propria posizione su mercati esteri interessanti;
- 1.4 sfrutti possibilità di crescita in settori attinenti, offrendo prodotti innovativi quali il "marketing diretto" (direct marketing), soluzioni logistiche, prestazioni finanziarie (in particolare attraverso l'intermediazione di operazioni attive) e l'e-business, per prevenire il rischio che i suoi prodotti tradizionali vengano sostituiti e rafforzare il suo legame con la clientela;
- 1.5 miri a sfruttare le nuove opportunità che si presentano nel traffico viaggiatori in qualità di fornitore di sistema, nella gestione delle reti di trasporto e nel traffico turistico;
- 1.6 nel quadro delle sue possibilità aziendali, persegua una strategia imprenditoriale sostenibile e rispettosa dei principi etici.

- 1.7 nel quadro delle sue possibilità aziendali tenga conto delle ripercussioni della propria attività sullo sviluppo territoriale e ripartisca in modo equo i posti di lavoro sulle diverse regioni;
- 1.8 curi una comunicazione aperta e trasparente.

2 Finanze

Il Consiglio federale esige che la Posta

- 2.1 presenti un risultato d'esercizio adeguato per il servizio universale e per il settore sottoposto a concorrenza e raggiunga una crescita del suo valore d'impresa. Imprese svizzere ed estere analoghe serviranno da riferimento („Benchmark“);
- 2.2 utilizzi in linea di massima il suo cash flow per finanziare gli investimenti;
- 2.3 impieghi gli utili in modo prioritario per creare gradualmente la base di capitale proprio necessaria e per raggiungere una distribuzione degli utili adeguata per il capitale di dotazione messo a disposizione dalla Confederazione.

3 Personale

- 3.1 La Posta persegue una politica del personale sociale e moderna.
- 3.2 In caso di problemi economici e strutturali, la Posta fa di tutto per evitare i licenziamenti prendendo per tempo misure organizzative volte a salvaguardare gli impieghi.
- 3.3 In questo contesto la Posta fissa autonomamente la politica del personale e stabilisce le condizioni di lavoro in contratti collettivi negoziati con le associazioni del personale secondo la legge sul personale¹.
- 3.4 La Posta regola i diritti di consultazione dei sindacati nei contratti collettivi di lavoro, sviluppandoli ulteriormente con essi.
- 3.5 La Posta si adopera per creare posti di lavoro interessanti in nuovi campi di attività e alle condizioni proprie dell'economia di mercato.
- 3.6 Grazie ad uno stile di gestione adeguato, promuovendo la politica di sviluppo del personale e curando la comunicazione interna, la direzione della Posta crea i presupposti per instaurare un clima di fiducia con il personale.

4 Forme di cooperazione e di partecipazione

Nei limiti imposti dal suo mandato di prestazioni, e tenendo conto delle sue possibilità finanziarie nonché delle risorse di personale, la Posta può aprirsi a cooperazioni nazionali o internazionali (partecipazioni, alleanze, fondazioni di società o altre forme di collaborazione), se quest'ultime contribuiscono a raggiungere gli obiettivi strategici e ad aumentare il valore d'impresa. Le partecipazioni e le cooperazioni della Posta devono essere gestite accuratamente.

¹ RS 172.220.1