

Sostenibilità

«Sono stupefatto dei prog



Andreas Sturm: «Oggi la Posta produce il nove per cento in meno di gas serra rispetto al 2000.»

Andreas Sturm, esperto nella gestione sostenibile dell'azienda, ha osservato la Posta con altri occhi per un anno intero: non ha solo esaminato le prestazioni che fornisce, ma ha anche analizzato il ruolo sociale e l'effetto sull'ambiente. Il risultato del suo lavoro è stato pubblicato nella relazione di bilancio 2006.*

Si è occupato intensamente della Posta. Che immagine aveva della Posta prima di iniziare il suo lavoro?

Prima collegavo la Posta agli uffici postali e ai fattorini. Visto che io, come tanti altri, sono poi passato alla comunicazione via e-mail e al pagamento di fatture tramite internet, ho avuto sempre meno contatti diretti con la Posta. Si è così consolidata la mia immagine di un'azienda che trasporta lettere e pacchi e presso cui è possibile effettuare pagamenti. Un servizio del tutto tradizionale senza grandi innovazioni,

che si svolge sotto la protezione di un monopolio statale.

È cambiata questa immagine?

Sì, si è praticamente stravolta. Sono stupefatto dei progressi della Posta. Innanzitutto mi rendo conto della complessità dell'attuale servizio postale e dell'entità del fatturato realizzato con i clienti commerciali, pari all'80 per cento.

Il cliente privato riceve soprattutto prodotti e servizi standard, mentre per i clienti commerciali la Posta crea soluzioni individuali. In questo campo la Posta ha moltissimo da offrire.

Su un punto la mia immagine non è comunque cambiata, si è rafforzata: i collaboratori della Posta sono ancora più corretti, più disciplinati, più cordiali e gentili, di quanto già avessi percepito.

Lei ha parlato della Posta come di un'azienda senza innovazioni. Ha dovuto

correggere anche questa impressione?

Senz'altro! All'inizio dubitavo che potessero esserci delle novità alla Posta. Ora, di completamente nuovo vi è poco, ma le innovazioni efficienti sono soprattutto quelle che combinano i buoni risultati con i nuovi

«Un fattore essenziale per la sostenibilità di un'azienda è la capacità di innovazione e adattamento.»

sviluppi e che offrono qualcosa di nuovo e di vantaggioso al cliente.

MailSource ne è un esempio. Anziché portare la corrispondenza solo fino alla porta di un'azienda, la società del gruppo per aziende fondata nel 2000 si occupa di tutta la posta interna, ma anche della scansione e archiviazione di documenti.

In questo modo la Posta amplia il suo servizio tradizionale in modo ragionevole.

Ciononostante lei ritiene che la Posta eserciti ancora un monopolio?

Prima non sapevo che la Posta conseguisse due terzi del suo fatturato sul libero mercato, che realizzasse profitti – senza ricevere un centesimo di sovvenzione – e che fosse persino in grado di offrire autonomamente una solida base alla sua Cassa pensioni, finanziata in modo insufficiente dalla Confederazione al momento della scissione.

Per noi contribuenti tale sostenibilità economica impressionante è estremamente confortevole e per niente evidente! Il successo è dovuto alla grande capacità di adattamento e alla disponibilità di dirigenti e collaboratori.

Il suo compito consisteva soprattutto nell'analizzare il grado di sostenibilità della

Posta. Quali erano le sue basi di riferimento?

Un fattore essenziale per la sostenibilità di un'azienda è appunto la capacità citata di innovazione e adattamento. Solo se i collaboratori e l'azienda riescono a risoprirsi in continuazione, la Posta sarà in grado di affrontare efficacemente il cambiamento dovuto a problemi ecologici e sociali.

Sostenibilità

Il termine «sostenibilità» deriva dalla selvicoltura ed è stato utilizzato per la prima volta nel 1713 da Hans Carl von Carlowitz. Definisce la gestione di un bosco, in cui si abbatte unicamente la quantità di legno che è in grado di ricrescere. Il termine moderno della sostenibilità è stato impiegato nel 1987 nel rapporto «Il nostro futuro comune» della Commissione mondiale sull'ambiente e lo sviluppo istituita dalle Nazioni Unite. Lo sviluppo sostenibile garantisce i bisogni delle generazioni attuali senza compromettere la possibilità che le generazioni future riescano a soddisfare i propri. Un'azienda sostenibile deve innanzitutto disporre di un elevato rendimento economico. Se tale condizione è soddisfatta, dispone del margine di manovra necessario per minimizzare i danni ambientali e sociali, utilizzando con responsabilità le proprie risorse (collaboratori, conoscenze e know-how, capitale) e quelle che l'ambiente mette a disposizione. Ma anche l'equità e la solidarietà, quali dimensioni di un intervento sostenibile, determinano il successo economico e sono contemporaneamente il presupposto per essere davvero efficienti.

«I problemi della Posta»

Ha anche esaminato il ruolo sociale della Posta. Si tratta di un'azienda sociale?

La mia risposta è chiaramente affermativa. Il management cura un rapporto estremamente leale con i collaboratori. Lo si vede ad esempio nei salari. Alla Posta non vi sono salari esagerati nella direzione: lo stipendio di un membro della direzione del gruppo è meno di sei volte quello della media dei collaboratori.

Un altro aspetto è la pari opportunità effettiva: uomini, donne, giovani, vecchi, svizzeri e stranieri hanno le stesse possibilità di affermarsi e di avanzare. Anche l'entità della formazione degli apprendisti della Posta è esemplare.

Il suo potenziale di miglioramento risiede nel numero di donne manager. Per principio sono convinto che la tradizione di una partnership sociale vissuta proietta la Posta nel futuro.

Quale istituto della Confederazione la Posta ha anche una responsabilità nei confronti della società?

Esatto. Secondo me si pre-tende troppo dalla Posta. Le sue prestazioni faticano a raggiungere gli obiettivi a lungo termine – penso ad esempio ai posti di lavoro nelle regioni periferiche – per motivi economici, che sono l'elemento principale della sostenibilità imprenditoriale. A maggior ragione quando il monopolio residuo, ossia la base del finanziamento di tali prestazioni, continua a diminuire.

E che effetto ha la Posta sull'ambiente?

La Posta allestisce ogni anno un bilancio ecologico di tutte le attività. L'effetto principale sull'ambiente risulta dal consumo di energia per il trasporto di merci e passeggeri e per l'infrastruttura. A prima vista è sorprendente che l'inquinamento ambientale causato

dai collaboratori per recarsi al lavoro sia equivalente a quello di tutto il trasporto di merci su strada.

In stretta relazione con il consumo di energia vi è l'emissione di gas serra. Grazie all'applicazione dello standard Minergia negli edifici, di moderni veicoli e di un trasporto misto su strada e rotaia ottimale tale effetto può essere contenuto. Globalmente la Posta produce circa 250 000 tonnellate di gas serra direttamente e indirettamente. Ossia il 9 per cento in meno rispetto al 2000. Sulle emissioni totali della Svizzera ciò corrisponde a circa mezzo punto percentuale, pochissimo in confronto alla dimensione e alle prestazioni della Posta.

La Posta è allora un modello in questioni di sostenibilità ecologica?

La Posta ha adottato gli obiettivi climatici del protocollo di Kyoto e farà di tutto per realizzarli, se non addirittura superarli. Ciò è esemplare, ma sicuramente solo l'inizio di un radicale cambiamento delle modalità di gestione delle energie fossili. Anche la forte crescita di veicoli con filtri antiparticolati mostra che la Posta fornisce prestazioni per l'ambiente e la popolazione ben al di sopra degli standard legali.

Individuo un potenziale di miglioramento nel consumo di carta – sia per quanto riguarda la quantità complessiva di 108 milioni di fogli A4 all'anno, sia per la qualità della carta usata. La Posta dovrebbe impiegare carta riciclata.

Quali sono i limiti dell'attività della Posta?

In tutte le operazioni che mirano alla sostenibilità di un'azienda, alla fine i conti devono tornare. Si parte spesso dal presupposto che il successo finanziario, la responsabilità sociale e gran parte dell'efficienza

ecologica vanno di pari passo, a tal punto da rafforzarsi reciprocamente. Nell'attività quotidiana si incontra molto raramente tale situazione.

È molto più frequente che la soluzione vantaggiosa dal punto di vista ecologico o sociale non risulti ottimale dal punto di vista economico. Nella pratica questi tre aspetti devono essere soppesati gli uni con gli altri, si devono cercare nuove vie e trovare dei compromessi, per poter soddisfare esigenze differenti. La Posta è forse l'azienda in Svizzera che meglio riesce ad affrontare efficientemente contraddizioni e dilemmi.

*La relazione di bilancio del 2006 della Posta non solo offre per la prima volta informazioni sul successo economico, ma illustra l'azienda anche dal punto di vista sociale ed ecologico.

■ www.posta.ch/relazionebilancio2006



Andreas Sturm

Andreas Sturm, nato nel 1964, originario di Basilea, ha studiato economia aziendale all'università di San Gallo. Ha conseguito il dottorato all'università di Basilea sul tema «Decisioni orientate alla tutela dell'ambiente nelle aziende». È diventato attento alla questione ecologica nelle aziende alla fine degli anni ottanta in seguito ad una presentazione di Stephan Schmidheiny sull'amianto e in seguito all'incendio nell'impianto chimico di Schweizerhalle 1986. Sturm è partner della ditta di consulenza Ellipson SA, focalizzata su strategie aziendali sostenibili e sull'investimento etico. A metà degli anni 90 a Bangkok, Sturm ha costituito la cattedra per la gestione aziendale sostenibile alla School of Management del rinomato Asian Institute of Technology. È presidente del consiglio di amministrazione della claro fair trade AG, la specialista svizzera nel commercio equo e solidale. Il suo hobby principale è la cucina thailandese. Sturm abita con la famiglia a Riehen vicino a Basilea.

Anglicismi

Do you speak English?

La Posta cerca di evitare inutili anglicismi.

Avete capito cosa significa il titolo? Purtroppo non esattamente. Ma che importa ai moderni manager di Human Resources (prima chiamati capi del personale)? Un'analisi scientifica di 26 500 offerte d'impiego ha rivelato che ogni inserzione contiene mediamente tre parole inglesi. In un caso erano addirittura 43. Se in Svizzera si cerca la miglior stella della canzone, non si chiama così, ma MusicStar. E in realtà non canta. Si esibisce.

In Svizzera è comprensibile: chi alla luce del plurilinguismo si esprime nella seconda lingua più parlata dagli svizzeri, non può limitarsi ad un termine. Di conseguenza l'epidemia degli anglicismi ha colpito anche la Posta. La posta-lettere si chiama ora PostMail.

ExpressPost e PostaPacchi sono state riunite in PostLogistics, che offre tutte le prestazioni logistiche da un'unica fonte. E chi vuole pagare elettronicamente, lo può fare tramite e-finance. Vi sono naturalmente anglicismi capiti da chiunque: clown, bluff, computer, party o pullover. Ma ben più della metà dei cittadini medi capiscono l'inglese molto meno di quanto credano i furbi dirigenti giovani, promotori delle espressioni «trendy».

La Posta intende ora bloccare tale tendenza. Only italiano allora?

Non esattamente. «Il direttore generale Gygi non vede di buon occhio le espressioni inglesi che possono essere sostituite con quelle corrispondenti nella lingua nazionale», afferma il portavoce della Posta Oliver Flüeler. Va contro trend, pardon: sviluppo. Ma ha un vantaggio da non sottovalutare: la comprensione. Okay?