

Grand concours

Remarque: les réponses aux 6 questions sont cachées dans cette édition de PostNews, mais elles sont faciles à trouver. Les prix peuvent être consultés en...

Page 32

Le journal
de notre clientèle
Edition: juin 2007

LA POSTE 

PostNews



Prendre ses responsabilités

Développement durable. La Poste entend assurer une excellente desserte de base aux particuliers et aux entreprises. L'innovation et l'orientation vers les résultats constituent la base du succès et du développement durable de la Poste, qui assure une gestion rationnelle de ses ressources. Deuxième employeur de Suisse, elle se profile comme une entreprise modèle auprès de ses collabora-

teurs et du grand public. La Poste s'engage dans le développement durable et fait connaître son action dans ce domaine. Ci-contre, Reto Aeschlimann, formateur (à droite), présente à Matthias Sigg, apprenti, le Volvo FH 440, un tracteur écologique.

Pages 4 et 23

Nouvelles boîtes aux lettres

Les 13 anciens modèles de boîtes aux lettres ont fait leur temps. Ils vont peu à peu être remplacés dans les trois années à venir par de nouveaux modèles plus uniformes, plus modernes et plus sûrs.



Page 6

Nouveaux uniformes

Vous aurez certainement remarqué que depuis le 1^{er} mars dernier, le personnel des offices de poste arbore un nouvel uniforme, qui véhicule des valeurs de modernité et de dynamisme, dans les tons jaune et anthracite. Deux offices de poste ont accueilli cette nouvelle tenue avec une mise en scène pour le moins originale.



Page 11

Nouveau sorcier

Les fans de Harry Potter vont passer une nouvelle nuit blanche: cette fois-ci encore, les nouvelles aventures du jeune sorcier seront distribuées dès leur parution à partir de minuit.

Page 17

Editorial

Chères lectrices, chers lecteurs,

La Poste vient d'éditer un timbre représentant Roger Federer: c'est la première fois qu'une personnalité reçoit un tel honneur de son vivant. Mais auriez-vous soupçonné que, vous aussi, vous pouviez créer un vrai timbre à votre effigie? Avec WebStamp de la Poste, c'est possible.

Saviez-vous également que la Poste vous réserve toute une série de conseils pour faire de vos vacances les plus beaux moments de votre année et qu'elle sponsorise plusieurs festivals en plein air?

Vous le découvrirez en lisant ce numéro de PostNews, le journal à la clientèle de La Poste Suisse, dans lequel vous trouverez également une foule de services dont vous n'auriez pas cru la Poste capable il y a encore dix ans.

Alors à vos marques, prêts, lisez!
La Poste

Service à la clientèle de La Poste Suisse

Du lundi au vendredi,
de 7h00 à 19h00
Le samedi, de 8h00
à 13h00

Téléphone: 0848 888 888
Fax: 0844 888 888
Serviceclientele@poste.ch
Adresse:
La Poste Suisse
Service à la clientèle
Viktoriastrasse 21
Case postale
3030 Berne



Le premier ordinateur fabriqué en Suisse

Festival du film de Locarno

Les films en vedette

Le festival du film de Locarno fête son 60^e anniversaire début août.

Aujourd'hui, la couleur jaune de la Poste est devenue aussi indissociable du festival du film de Locarno que l'est le léopard. «La Poste Suisse est un partenaire important. Elle se tient véritablement à nos côtés», déclare Frédéric Maire, directeur artistique du festival.

Concrètement, la Poste met à disposition sept cars postaux et neuf chauffeurs pour desservir les lieux de projection pendant la journée et les hôtels des environs la nuit. «Le festival ne se limite pas à Locarno mais rayonne dans toute la région», explique Frédéric Maire. Sans lever le voile sur les festivités prévues à l'occasion du 60^e anniversaire du



Du 1^{er} au 11 août 2007, la Piazza Grande de Locarno joue les vedettes.

festival, M. Maire donne toutefois quelques indices: «Cette édition sera placée sous le signe de l'avenir. Locarno entend jouer la carte de la jeunesse et de la modernité et faire à nouveau la part belle aux découvertes.» Aussi cette année, la catégo-

rie des «Léopards de demain» ne se limite-t-elle pas à une région donnée mais explore tous les pays du monde. Sur le plan technique, des nouveautés sont également au programme: une nouvelle cabine de projection ul-

tramoderne sera installée sur la Piazza Grande et un lifting des salles du Rialto est également prévu.

A l'endroit où se situait l'ancien aéroport, équidistant des deux sites, un grand centre d'exposition et un complexe cinématographique vont voir le jour. Un projet cher aux communes de Locarno et d'Ascona, qui vise à dynamiser l'ensemble de la région.

Mais pour l'heure, place aux préparatifs. Pour être à la hauteur de l'événement, le festival du film arbore un nouveau logo, dont le signe distinctif reste toutefois le léopard jaune et noir.

- www.pardo.ch
- www.poste.ch/sponsoring

Musée de la communication

Un appel aux sens

Dédié exclusivement à l'histoire de la communication, le Musée de la communication de Berne inaugure deux nouvelles expositions permanentes à l'occasion de son 100^e anniversaire.

«Pas besoin d'avoir fait des études d'ingénieur pour visiter notre musée, explique son directeur Jakob Messerli. Toutes basées sur l'expérimentation, les expositions font appel à tous nos sens et invitent le visiteur à participer. D'où leur intérêt pour les familles, notamment.» Histoire numérique: dans un décor entièrement blanc, la nouvelle exposition permanente «As Time Goes By-

Les grandes étapes

1907: fondation du premier Musée de la poste dans le bâtiment postal du Bollwerk à Berne; 1933: fermeture pour manque de place; 1936: réouverture dans les nouveaux locaux du Musée Alpin Suisse sur l'Helvetiaplatz à Berne; 1949: le Musée de la poste est rebaptisé «Musée suisse des PTT»; 1990: inauguration du nouveau Musée des PTT sur son site actuel, dans le quartier du Kirchenfeld; 1997: le Musée des PTT est rebaptisé «Musée de la communication»; 2007: achèvement de la rénovation générale du musée avec deux nouvelles expositions permanentes.

te» est consacrée à la culture numérique. ERMETH, le premier ordinateur fabriqué en Suisse, en constitue l'un des temps forts. Avec ses 1900 tubes électroniques et les 10 armoires qui le contiennent, ce calculateur occupait une surface de 50 m².



La découverte du monde des timbres

Aujourd'hui, même la plus petite calculatrice de poche est plus puissante que ce dinosaure des années 50!

Le monde des timbres: la deuxième exposition permanente, intitulée «Des images qui collent», porte un regard nouveau sur la philatélie. «On a tort de considérer les timbres comme des objets désuets», déclare M. Messerli. L'exposition les montre autrement: mis en scène en grand format, ils entraînent le visiteur dans l'univers de ces vignettes et attirent son attention sur les histoires qu'ils racontent.

Les deux nouvelles expositions permanentes viennent clôturer la rénovation complète du musée entamée en 2003.

Adresse

Musée de la communication, Helvetiastrasse 16, 3005 Berne
Heures d'ouverture (valables jusqu'au 1.7.2007):
Mardi + jeudi à dimanche de 10h00 à 17h00; mercredi de 10h00 à 19h00.
(à partir du 2.7.2007: ouvert du mardi au dimanche de 10h00 à 17h00)

Fête fédérale de gymnastique de Frauenfeld

Relever le défi

CarPostal Suisse officiera comme transporteur officiel lors de la Fête fédérale de gymnastique de Frauenfeld.

La Fête fédérale de gymnastique de Frauenfeld est la plus grande manifestation de sport de masse organisée en Suisse. Du 14 au 24 juin, elle réunira 55 000 gymnastes appartenant à plus de 1800 clubs et pratiquant différentes disciplines. Outre les compétitions individuelles et par équipes, des jeux et des ateliers attrayants seront organisés et toute une rue sera aménagée pour l'occasion.

Près de 110 000 invités étant attendus sur les deux week-ends, CarPostal, transporteur officiel de la manifestation, aura un rôle important

à jouer pour que tout se passe sans anicroches.

CarPostal se mobilisera spécialement le dernier jour car après la cérémonie de clôture, près de 40 000 athlètes devront regagner leurs foyers en même temps. Une cinquantaine de bus assureront pour l'occasion la navette entre le site de la fête et la gare. «Nous relevons volontiers ce défi», déclare Jürg Eschenmoser, responsable de la Région CarPostal de Suisse orientale. Et d'ajouter: «En tant que principal transporteur routier de Suisse, nous devons montrer de quoi nous sommes capables.»

La planification et le déroulement des transports s'effectuent en étroite collaboration avec les CFF, qui officient eux aussi comme transporteur officiel.



Bus-navette

Le nombre de cars postaux desservant Frauenfeld et ses environs et de bus urbains circulant dans Frauenfeld sera considérablement augmenté pendant la durée de la fête. Le week-end, toutes les lignes seront en service jusqu'à 3 heures du matin. Par ailleurs, des bus-navette relieront la gare aux sites de la fête et des compétitions. Tous les visiteurs pourront l'emprunter gratuitement. Les horaires exacts ainsi que les itinéraires seront bien sûr affichés aux arrêts prévus sur le site. Vous les trouverez également sur le site www.carpostal.ch. Au cœur de l'événement grâce à CarPostal!

Davidoff Swiss Indoors

L'élite mondiale du tennis à Bâle



CarPostal vous invite à la finale des Davidoff Swiss Indoors.

Chaque année, Bâle accueille fin octobre quelques-unes des plus fines raquettes du monde, menées, à tout seigneur tout honneur, par le chouchou du public Roger Federer. Le tournoi de la ville rhénane compte parmi les principaux événements sportifs et sociaux organisés en Suisse. Il

attire chaque année quelque 70 000 spectateurs. Pour 104 francs seulement, CarPostal donne l'occasion aux fans de tennis d'assister à la grande finale du dimanche 28 octobre 2007 en les emmenant directement à la St. Jakobshalle de Bâle depuis 46 localités. L'offre comprend le billet d'entrée (places assises numérotées), le voyage aller et retour en car postal, le Tennis Year Book 2007 et un bon

d'achat de 10 francs à échanger à la Boutique/Fashion des Davidoff Swiss Indoors. De plus, tous les participants prendront part à un tirage au sort permettant de gagner une montre Candino «Tradition» d'une valeur de 1198 francs.

www.davidoffswissindoors.com

Lieux de départ

Aarau, Baden, Balsthal, Bellinzona, Berne, Bienne, Brigue, Brugg, Büsli, Coire, Delémont, Frauenfeld, Fribourg, Frick, Genève, Interlaken, Kreuzlingen, La Chaux-de-Fonds, Lausanne, Lenzburg, Liestal, Locarno, Lugano, Lucerne, Martigny, Montreux, Neuchâtel, Olten, Rapperswil, Sargans, Schaffhouse, Sierre, Sion, Soleure, Spiez, St-Gall, Sursee, Thoun, Uster, Vevey, Viège, Wil/SG, Winterthour, Yverdon, Zoug, Zurich

Talon d'inscription

Je m'inscris définitivement pour la finale des Davidoff Swiss Indoors du dimanche 28 octobre 2007. Prix par personne: 104 francs (la valeur réelle de l'offre est d'environ 180 francs). Délai d'inscription: 31 juillet 2007

Nombre de billets:

Lieu de départ:

Nom/prénom:

Rue/no:

NPA/localité:

Téléphone privé:

Téléphone portable:

Date:

Signature:

Nous vous saurions gré de régler dans les plus brefs délais la facture (correspondant au nombre de billets commandés) qui vous sera envoyée. Le nombre de places étant limité, les inscriptions seront traitées par ordre d'arrivée. Il est impossible de s'inscrire par téléphone, par fax ou par e-mail. Détachez le talon et envoyez-le dûment rempli à l'adresse suivante:

CarPostal Suisse SA, Voyages et loisirs
Case postale 449, 3800 Interlaken

Développement durable

La Poste va de l'avant



Andreas Sturm: «Aujourd'hui, la Poste émet 9% de gaz à effet de serre de moins qu'en 2000.»

Andreas Sturm, expert en gestion d'entreprises durable, a suivi la Poste pendant un an, examinant à la loupe ses prestations, son rôle social et son impact sur l'environnement. Les résultats de ses travaux se trouvent dans le rapport de gestion 2006.*

Vous avez mené une étude approfondie sur la Poste.

Quelle image en aviez-vous avant de commencer?

Je l'associais aux offices de postes et aux facteurs. Comme beaucoup de monde, je communique de plus en plus par e-mail et paie mes factures par Internet. Ayant de moins en moins de contacts avec la Poste, j'ai donc continué à voir en elle une entreprise qui transporte des lettres et des colis et qui permet d'effectuer des versements. Bref, une société somme toute très traditionnelle, sans grandes innovations, et protégée par son statut de monopole du service public.

Cette image a-t-elle changé?

Et comment! Elle a quasiment disparu. J'ai été surpris de voir à quel point la Poste va de l'avant. J'ai enfin compris que son activité est bien plus complexe que je ne le pensais et que 80% de son chiffre d'affaires est généré par ses clients commerciaux.

Si les produits et les prestations destinés aux clients privés sont standardisés, la Poste crée des solutions personnalisées. Elle a énormément à offrir à ce niveau.

Par contre, mon idée des collaborateurs de la Poste n'a pas changé, elle s'est même renforcée: je les ai trouvés encore plus consciencieux, plus disciplinés, plus polis et plus aimables qu'avant.

Vous avez dit que vous considérez la Poste comme une entreprise sans grandes innovations. Cette étiquette a-t-elle aussi disparu?

Totalement! Au début, je

me demandais ce que l'on pouvait vraiment inventer de nouveau à la Poste. Pas grand-chose, il est vrai. Cependant, les meilleures innovations reposent souvent sur des solutions éprouvées qui ont été modernisées pour offrir à la clientèle un nouvel avantage et lui apporter un plus.

« Pour durer, une entreprise doit être capable d'innover et de changer. »

Prenez MailSource, par exemple. Cette société du groupe fondée en 2000 ne se contente pas de distribuer le courrier aux entreprises. Elle se charge de tout leur courrier interne, du scannage et de l'archivage de leurs documents. Voilà une manière ingénieuse d'étendre ses activités.

Mais vous gardez en tête l'image d'une entreprise monopolistique?

Avant, je ne savais pas que la Poste réalisait les deux tiers de son chiffre d'affaires dans un environnement concurrentiel, qu'elle faisait des bénéfices sans percevoir de subventions et qu'en plus elle réussissait seule à assainir sa caisse de pension, insuffisamment recapitalisée par la Confédération depuis sa sortie du giron public.

Pour nous autres contribuables, cette constance économique impressionnante ne va pas de soi. Nul doute que la capacité de changement ainsi que la bonne volonté du management et des collaborateurs y sont pour beaucoup.

Votre travail a essentiellement consisté à savoir dans quelle mesure la Poste était une entreprise durable.

Comment avez-vous fait? Pour durer, une entreprise

doit avant tout être capable d'innover et de changer, comme je viens de le dire. Et pour bien gérer le changement nécessité par les problèmes écologiques et sociaux d'aujourd'hui, les collaborateurs de la Poste doivent pouvoir se réin-

Durabilité

Le concept de durabilité nous vient de l'exploitation forestière. Il a été créé en 1713 par Hans Carl von Carlowitz, qui le définissait comme un mode d'exploitation forestière assurant le renouvellement de la ressource bois.

Le sens moderne de la durabilité est apparu en 1987 dans le rapport «Notre avenir à tous», aussi appelé rapport Bruntland, de la commission des Nations Unies sur l'environnement et le développement. Le développement durable y est défini comme «un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs».

Pour assurer son développement durable, une entreprise doit tout d'abord assurer sa performance économique. Elle disposera alors de la marge de manœuvre nécessaire pour limiter ses nuisances sur l'environnement ainsi que sur la société, et pour gérer ses propres ressources (collaborateurs, savoir-faire, capital) ainsi que celles que l'environnement met à sa disposition. Autres aspects du développement durable, l'équité et la solidarité ne sont possibles que s'il y a performance économique. Mais inversement, elles sont indispensables à la notion de performance.

venter, eux-mêmes et leur entreprise avec eux.

Vous avez aussi étudié le rôle social de la Poste. La Poste est-elle une entreprise sociale?

La réponse est oui. Le management joue la carte de l'équité avec ses collaborateurs, on le voit aux salaires qui n'ont rien d'excessif aux niveaux hiérarchiques élevés. Un membre de la Direction du groupe est payé en gros moins de six fois plus que le salaire moyen d'un collaborateur de la Poste.

L'égalité des chances est aussi vécue au quotidien: hommes, femmes, jeunes, moins jeunes, Suisses et étrangers ont les mêmes chances de faire leurs preuves et de progresser. L'engagement de la Poste dans la formation des apprentis est également exemplaire.

A améliorer, toutefois: la part de femmes parmi les cadres supérieurs. Globalement je suis convaincu qu'avec sa culture du partenariat social, la Poste possède un atout pour l'avenir.

Mais, avec sa mission de service public, la Poste n'a-t-elle pas également une responsabilité envers la société?

Si. Mais je pense qu'on lui en demande trop. Compte tenu de sa situation économique, facteur principal de durabilité d'une entreprise, elle aura du mal à assurer à long terme les prestations qui lui incombent et qu'elle fournit déjà, je pense notamment aux emplois dans les régions reculées. D'autant plus que l'on ne cesse de réduire la base qui sert à financer ces prestations.

Et quid de l'impact de la Poste sur l'environnement?

Chaque année, la Poste publie un écobilan de l'ensemble de ses activités. Son impact environnemental

provient essentiellement de la consommation d'énergie due au transport de biens et de personnes et à l'infrastructure. Il est étonnant de constater que les trajets effectués par les collaborateurs entre leur domicile et leur lieu de travail sont aussi dommageables pour l'environnement que l'ensemble des transports routiers de marchandises.

Consommation d'énergie et gaz à effet de serre vont souvent de pair. L'application de la norme Minergie dans les bâtiments et les véhicules modernes, alliée à un savant mélange entre transport ferroviaire et routier limite également cet impact. Au total, la Poste produit directement et indirectement quelque 250 000 tonnes de gaz à effet de serre, soit 9% de moins qu'en 2000 et pas plus de 0,5% de la totalité des gaz à effet de serre émis par la Suisse. C'est peu, compte tenu de la taille de la Poste et de l'étendue de ses activités.

La Poste est donc un exemple en matière d'écologie durable?

Elle fait siens les objectifs de Kyoto et va les atteindre, voire les dépasser. Elle est certes exemplaire mais ne doit pas en rester là. Il s'agit d'un changement radical du type de celui que nous connaissons avec l'énergie fossile. La forte augmentation du nombre de véhicules dotés de filtres à particules montre combien la Poste souhaite faire mieux encore que la législation en matière de protection de l'environnement et de la population. En matière de consommation du papier, nous pouvons mieux faire, que ce soit sur le plan quantitatif – 108 millions de feuilles A4 sont consommées par an – ou qualitatif – en privilégiant le papier provenant d'exploitations forestières à la gestion durable.

Quelles sont les limites de l'action de la Poste en tant qu'entreprise durable?

Les mesures en faveur de la durabilité d'une entreprise ne doivent pas déséquilibrer son budget. Le postulat selon lequel réussite financière, responsabilité sociale et efficacité écologique sont trois éléments d'un même cercle vertueux est infirmé tous les jours par la pratique. La solution la plus avantageuse sur le plan social ou écologique l'est rarement sur le plan économique. Il s'agit donc de parvenir à équilibrer ces trois facteurs en cherchant de nouvelles solutions et en faisant des compromis. Cette capacité à rapprocher les contraires et à résoudre les dilemmes, la Poste et ses collaborateurs la maîtrisent

mieux que toute autre entreprise en Suisse.

*Pour la première fois, le rapport de gestion 2006 de la Poste ne porte pas uniquement sur les résultats économiques du groupe mais aussi sur ses résultats en matière sociale et économique.

■ www.poste.ch/rapportdegestion2006



Andreas Sturm

Andreas Sturm est né en 1964 à Bâle. Il a fait des études de gestion à l'Université de Saint-Gall avant d'effectuer un doctorat à l'Université de Bâle sur la place de l'environnement dans les décisions des entreprises. Il a commencé à s'intéresser à la problématique de l'écologie dans les entreprises à la fin des années 80, suite à une conférence de Stephan Schmidheiny sur l'amiante et à l'incendie qui a ravagé l'entrepôt de produits chimiques de Schweizerhalle en 1986. M. Sturm est partenaire de la société de conseil Ellipson SA, spécialisée dans les stratégies durables d'entreprises et dans l'investissement éthique. Au milieu des années 90, M. Sturm a créé à Bangkok la chaire universitaire pour la gestion durable des entreprises au sein de la School of Management du célèbre Asian Institute of Technology. Il est président du conseil d'administration de la société claro fair trade SA, le spécialiste suisse du commerce équitable. Son hobby préféré? La cuisine thaï. M. Sturm vit avec sa famille à Riehen près de Bâle.

Anglicismes

«Speak you English?»

La Poste essaie d'éviter les anglicismes autant que faire se peut.

Avez-vous compris le titre? Sûrement que oui, mais malheureusement, la phrase n'est pas correcte. Ceci dit, quelle importance pour un manager des Human Resources (chef du personnel, comme on disait autrefois)? Une étude scientifique de 26 500 offres d'emploi a montré qu'en moyenne, trois mots anglais figurent dans une annonce. Parfois, on en trouve jusqu'à 43. On ne recherche pas en Suisse le meilleur «espoir de la chanson», mais le meilleur «music star»; qui ne «chanter» pas, mais «performe». Cela se comprend en Suisse, pays du plurilinguisme: on ne peut pas se contenter d'un seul terme. Le virus de l'anglicisme n'a d'ailleurs pas épargné la Poste:

«PostMail» a remplacé «Courrier». ExpressPost et PosteColis ont fusionné sous le nom de PostLogistics, qui regroupe l'ensemble des services logistiques. Et pour payer en ligne, on utilise e-finance.

Certains anglicismes sont bien sûr passés dans le langage courant, comme clown, bluff, pullover ou encore steak. Mais contrairement à ce que croient les jeunes cadres dynamiques qui inventent des mots «cools», plus de la moitié des citoyens lambda maîtrisent assez mal l'anglais. La Poste souhaite maintenant inverser la tendance. Alors O.K., on parle only français?

«D'ailleurs, notre directeur général, M. Gygi ne voit pas les expressions anglaises d'un bon œil dès lors qu'elles peuvent être remplacées par une expression dans nos langues nationales», explique le porte-parole de la Poste, Oliver Flüeler. Cela va certes à l'encontre de la tendance, mais parler français présente un avantage que l'on sous-estime: on se fait comprendre!

Nouvelles boîtes aux lettres

Uniformité

Les boîtes aux lettres font peau neuve.

Le plus ancien modèle de boîte aux lettres fêtant ses 60 ans, il était temps de le

mettre au musée pour faire place à une nouvelle génération. La Poste modernise leur design et se donne jusqu'à 2010 pour remplacer les 20 000 exemplaires ins-

tallés sur le territoire et optimiser leurs emplacements.

Les nouvelles boîtes se distinguent fortement des 13 modèles existants, en plas-

tique et métal. Le cahier des charges a donné la priorité à la sécurité et la simplicité.

«Le nouveau modèle est facilement identifiable, avec son design moderne et uniforme», explique Patrick Conte, responsable du projet. Au niveau sécurité, il répond à des critères très stricts.»

Tout en offrant la possibilité de glisser des enveloppes B4 rigides, il dispose d'un cadenas de sécurité et d'un système empêchant de récupérer du courrier ou de le regarder.

Soucieuse de se rapprocher de sa clientèle, la Poste entend optimiser son réseau de boîtes aux lettres en réexaminant leur répartition, leur taux de remplissage et l'attractivité de leur emplacement. «Une enquête clientèle a montré que la structure actuelle du réseau est dépassée et que certains besoins ne sont plus satisfaits», précise P. Conte. Nous allons multiplier les boîtes aux lettres aux endroits dé-

gagés et très fréquentés, notamment dans les nouveaux centres commerciaux et les stations-service.

La décision des emplacements sera prise en collaboration avec les communes. «Les communes réagissent positivement si nous les considérons comme des partenaires sérieux», explique David Baumgartner, responsable de la RDC (région de distribution du courrier) Siebnen.

A l'automne 2006, une centaine de nouveaux modèles ont été installés dans toute la Suisse. D'ici à 2010, toutes les boîtes aux lettres auront été remplacées. Les anciens modèles ne seront pas vendus mais donnés à un pays en voie de développement. Patrick Conte se réjouit de ce changement de génération: «La modernisation des boîtes aux lettres constitue un progrès qui nous rapproche de nos clients et renforce la confiance qu'ils nous accordent.»



La nouvelle boîte aux lettres: moderne et sécurisée

Certificats

L'identité électronique

La Poste Suisse développe ses services électroniques.

Comme c'est pratique de pouvoir créer, signer et même envoyer ses documents électroniquement! Les données numériques étant importées directement dans le système du destinataire, cela permet d'économiser du temps et du papier.

Pour ce faire, la Poste a lancé deux nouvelles prestations de service: Certificat-Poste pour l'identité électronique et la plate-forme IncaMail pour l'envoi crypté et recommandé des nouvelles électroniques.

«Un certificat est une identité électronique prouvant sans équivoque qui se cache derrière une signature», explique Marco Hartmann,

responsable Marketing Post-Mail. Ce certificat équivaut à un passeport ou à une carte d'identité.

Le lancement de Certificat-Poste marque le souhait de la Poste de développer ses services électroniques. Ce certificat postal est disponible depuis le mois d'avril dans plusieurs offices de poste. Avec la lettre recommandée électronique IncaMail et le formulaire sécurisé IncaForms, la Poste propose des exemples d'utilisation innovants du certificat postal.

■ www.postmail.ch/certificatposte



Une identité électronique sur une clé USB? Le destinataire reconnaît l'expéditeur

Une nouvelle image

Dynamisme et puissance



PostMail ouvre de nouvelles perspectives. Bien plus que des lettres.

www.postmail.ch

Bien plus que des lettres.

PostMail

LA POSTE

Ce printemps, PostMail polit son image.

L'ouverture du marché postal à la concurrence modifie la donne et place PostMail face à de nouveaux défis qui justifient l'adoption d'une nouvelle stratégie publicitaire. Mark Friedrich, responsable Communication mar-

keting PostMail, explique: «Désormais, nos concurrents pouvant réceptionner et distribuer les lettres de plus de 100 grammes, nous devons aussi promouvoir PostMail et plus seulement les lettres. Et le faire là où la concurrence s'implantera le plus rapidement, à savoir auprès de la clientèle com-

merciale.» La nouvelle image de PostMail comporte deux changements marquants: le nouveau pigeon voyageur jaune incarne l'entrée dans un nouvel espace et le slogan «Bien plus que des lettres» traduit l'esprit de la marque PostMail et l'étendue de sa gamme de produits innovants.

Nous avons interrogé le responsable de la campagne PostMail, Domenico Pereira:

«Une lettre, le début d'une histoire» a disparu. Ce slogan ne vous plaisait pas?

Si, mais aujourd'hui, on associe trop PostMail aux lettres. Avant, nous faisons de la publicité pour les lettres car lorsque cette campagne a commencé, nous avions encore le monopole et n'avions pas à craindre la concurrence. Mais l'ouverture partielle du marché postal nous amène à nous repositionner et à promouvoir PostMail ainsi que toute sa palette de produits.

Les nouveaux sujets ne montrent plus des lettres mais un pigeon voyageur jaune. Pourquoi?

Nous voulions un élément visuel qui traduise les idées de «lettres» et de «plus» et le pigeon voyageur symbolise à merveille notre cœur de métier: l'acheminement de messages.

Que signifie concrètement le slogan «Bien plus que des lettres»?

L'acheminement des lettres classiques reste notre métier de base. Mais notre offre va des solutions d'affranchissement numériques à la gestion de documents pour les professionnels en passant par des solutions globales de marketing direct. Par ailleurs, ce slogan ne ferme pas la porte à de futures innovations grâce auxquelles nous pourrions continuer à satisfaire aux exigences de nos clients.



**PostMail ouvre de nouvelles perspectives.
Bien plus que des lettres.**

PostMail assure la distribution fiable du courrier et bien davantage. Grâce à notre réseau unique, nous avons toujours une longueur d'avance. Nos innovations vont des solutions d'affranchissement numériques aux services de marketing direct, en passant par la gestion professionnelle de documents. Misant sur la qualité et les dernières technologies, nous trouvons avec vous la meilleure solution.

www.postmail.ch

Bien plus que des lettres.

PostMail

LA POSTE

Traitement du courrier

Les centres courrier les plus modernes du monde

Traités aujourd'hui encore dans 18 centres courrier, les envois de la poste aux lettres ne passeront bientôt plus que par 3 nouveaux centres courrier ultramodernes et 6 centres secondaires. Le premier de ces centres ouvrira ses portes au cours de l'été 2007 à Zurich-Mülligen. PostNews a interviewé Walter Knobel, responsable REMA, au sujet de ce grand projet et ses avantages pour la Poste et ses clients.

Monsieur Knobel, pourquoi réorganiser le traitement du courrier?

Le projet REMA (REengineering MAilprocessing), qui s'inscrit dans le cadre de l'ouverture du marché postal



Le nouveau centre courrier de Zurich-Mülligen

Les étapes du projet

2007,

juillet

Mise en service du centre courrier de Zurich-Mülligen

Novembre

Pleine exploitation du centre courrier de Zurich-Mülligen, du centre secondaire de Gossau et du centre de traitement des retours de Coire

2008,

mai

Mise en service du centre courrier de Härkingen et du centre de traitement des retours de Sion

Juillet

Démarrage de l'exploitation des centres secondaires de Bâle, Ostermundigen, Kriens et Cadenazzo

Août

Pleine exploitation du centre courrier de Härkingen et mise en service du centre courrier d'Eclépens et du centre secondaire de Genève

Octobre

Pleine exploitation du centre courrier d'Eclépens et du centre secondaire de Genève

2009

Achèvement de la mise en œuvre de REMA

à la concurrence, consiste à optimiser nos processus afin de gagner en compétitivité.

Les centres actuels ne suffisent-ils donc plus?

Dans ces centres, toutes les lettres sont regroupées et mises dans des sacs pour ensuite repartir. Plus loin, les sacs sont réouverts et les lettres de nouveau triées. C'est un processus très lourd. Par ailleurs, les anciens centres se situaient tous en pleine ville, dans des endroits coûteux et difficiles d'accès en termes de circulation.

Qu'apportent donc de plus les nouveaux centres?

Grâce à REMA, le traitement des lettres est automatisé. Les nouveaux centres sont équipés d'installations ultraperformantes et le flux des envois y est piloté électroniquement. Le courrier est livré dans des conteneurs spécifiques, enregistré par format et niveau d'urgence puis transféré aux différents postes de travail. Dans le monde entier, La Poste Suisse est la seule



Walter Knobel dirige le projet REMA.

à proposer un tel centre de tri. Nous allons disposer des centres courrier les plus modernes du monde.

Faut-il tant d'automatisation?

Oui, il s'agit de rationaliser les processus. Si d'autres entreprises en Suisse sont autorisées à trier et à distribuer le courrier, la Poste sera en concurrence avec elles en termes de prestations et de charges. Les nouveaux centres nous permettent d'économiser 25% des coûts liés au processus de tri.

phique en nous réservant, à chaque fois, la possibilité de repasser à l'ancien mode de traitement.

Quels sont les principaux défis de la mise en service?
Sûrement le bon fonctionnement des installations techniquement très complexes, et leur commande électronique. Mais je pense également au personnel. Il est extrêmement important que les collaborateurs abordent ces nouvelles fonctions motivés et bien formés. Enfin l'ensemble de la logistique, de la réception à la distribution en passant par le groupement et le transport, change en profondeur avec REMA.

La clientèle ressentira-t-elle les effets du projet REMA?
Non, ou tout au plus ses effets positifs, puisque son courrier sera traité plus rapidement. Sinon, elle n'en verra rien. L'offre de prestations est maintenue. Par ailleurs, nous ne prévoyons pas de gros dysfonctionnements durant la mise en service.

Cet été, Zurich-Mülligen sera le premier des 3 nouveaux centres courrier à ouvrir ses portes. Avez-vous le trac?
Non, mais la complexité de cette tâche m'inspire le respect. Nous sommes prêts, les nouvelles installations sont testées depuis février, et tout a été prévu sur le plan logistique pour la mise en service progressive et l'exploitation parallèle des anciens et des nouveaux centres. Entre mi-juillet et fin octobre, nous lancerons l'exploitation en 5 étapes distinctes au niveau géogra-

Agences postales

«Ce n'est pas sorcier!»



Simple, pratique et proche de la clientèle: l'agence postale de Dinhard, près de Winterthour

D'ici 2008, environ 200 agences postales verront le jour. A Dinhard (ZH), on connaît déjà le principe depuis deux ans. Coup de projecteur sur la boutique Volg, partenaire de la Poste.

Dinhard. Six localités, une commune. A 1/4 d'heure de Winterthour et dix minutes des rives de la Thur, l'ancien village rural de Dinhard est

devenu une banlieue résidentielle. Au milieu, une petite épicerie Volg coquette vend tout ce qu'il faut pour les besoins quotidiens. Depuis le 1^{er} juillet 2005, une agence postale a élu domicile dans l'épicerie.

Libre-service. L'agence postale propose les prestations traditionnellement associées aux lettres et aux colis. Pour déposer un envoi, il suffit de

le placer sur la balance, de sélectionner les paramètres à l'écran et de récupérer le timbre autocollant. On paie ensuite à la caisse, en même temps que le reste de ses achats.

«Ce n'est pas sorcier, constate Verena Zürcher, retraitée. D'abord assez réticente, j'ai vite constaté à l'écran que ce n'était pas plus compliqué qu'acheter un billet de train

à la billetterie automatique.» Sa lettre affranchie, la cliente poursuit alors ses achats. Avec la PostFinance Card, retraits d'espèces et versements en monnaie scripturale sont également possibles dans l'agence postale. «Mais les versements réguliers sont rares», précise Jacqueline Hohl, vendeuse. «Les versements en espèces, toujours très populaires, sont faits dans les offices de poste des alentours.» Ce n'est pas le cas des retraits en es-

pèces. Mais Jacqueline Hohl émet quelques réserves: «Parfois, des clients veulent retirer plus de 500 francs. Or c'est la limite. Le montant que l'on peut leur délivrer dépend aussi de l'état de la caisse», reconnaît-elle.

J. Hohl travaille depuis cinq ans dans l'épicerie qui fait face à l'ancien office de poste. Pour elle, l'agence postale augmente la fréquentation de la clientèle et elle ne s'en plaint pas: «Evidemment, nous autres employés avons plus à faire, mais on en prend vite l'habitude et notre travail n'en devient que plus intéressant!»

Horaires d'ouverture. D'autres échos de Dinhard montrent que les habitants ont bien accepté cette nouvelle formule. D'après les enquêtes réalisées par la Poste sur la satisfaction de la clientèle, l'amplitude des horaires d'ouverture, la compétence, la discrétion et l'amabilité du personnel de Volg sont très appréciées. Deux ans après l'ouverture de l'agence postale à Dinhard, Peter Matzinger, président de cette commune de 1300 âmes, tire un bilan clair: «C'est une bonne chose!»

L'offre

La clientèle des agences postales a accès aux prestations suivantes:

- dépôt et retrait de lettres et de colis,
- achat de timbres,
- versements et retraits d'argent avec la PostFinance Card.

Autres avantages de l'agence postale: les horaires d'ouverture, la simplicité des opérations et l'accès concomitant à l'offre du partenaire.

Victorinox

La précision suisse

Depuis 40 ans, Karl Mettler est responsable de la livraison des couteaux suisses connus dans le monde entier.

«Si chaque chose est à sa place, on gagne du temps et de l'énergie», affirme Karl Mettler, collaborateur au service expédition de la société Victorinox. Fidèle à cette maxime, il a aménagé son poste de travail à Ibach (SZ) de façon astucieuse et pratique pour pouvoir travailler efficacement.

La précision est une qualité que la Poste partage depuis longtemps avec Karl Mettler

et la société Victorinox SA. Voilà plus de quarante ans, soit presque toute une vie, que Karl Mettler prépare soigneusement l'expédition des couteaux suisses les plus célèbres au monde vers les commerces de détail.

Au total, le technicien a déjà expédié 1,2 million de paquets, soit plus que ne peuvent en accueillir en une journée les trois centres colis de La Poste Suisse!

L'introduction du code à barres en 1998 a profondément modifié le travail de K. Mettler: «Avant, il fallait écrire et coller toutes les adresses à la main. Mainte-

nant, il suffit de scanner le code à barres interne pour obtenir l'étiquette collante correspondante, qui comporte le code à barres du colis et l'adresse du destinataire. Si cette technique avait existé plus tôt, j'aurais sûrement pu préparer quelques centaines de milliers de colis de plus!»



Toute sa vie, Karl Mettler a préparé les expéditions des célèbres couteaux suisses. Avec le scanner, tout est bien plus facile.

Tout pour les vacances

Maintenant dans votre PostShop



Achetez maintenant et réalisez des économies dès votre prochain voyage à l'étranger!



United Mobile. La carte Prepaid SIM pour les voyages à l'étranger

49.-

avec crédit de conversation de CHF 20.- inclus

Recevez des appels gratuitement dans plus de 80 pays! • téléphonez avec votre portable dans le monde entier vers votre pays à partir de CHF 0.60* par minute

* Tarifs sur www.united-mobile.com



Floteurs Bema

11.90

Pistolet à eau

3.90



Articles de voyage de Design Go

Dry Sound

25.-

Dry Phone

19.90

100 % imperméables

Offres valables sans téléphone portable ni lecteur MP3.



Jeux de voyage

Puissance 4

14.95

Mastermind

14.95

Vous trouverez ces articles et de nombreux autres produits au PostShop et dans les plus grands offices de poste dans toute la Suisse. Tous les prix en CHF, TVA incluse. Dans la limite des stocks disponibles. Sous réserve d'erreurs.

PostShop. Besoin d'autre chose?

LA POSTE 

Nouvel uniforme

Une surprise réussie



Le nouvel uniforme postal: moderne et combinable

Une présentation originale du nouvel uniforme dans deux offices de poste le 1^{er} mars dernier.

Un mannequin de vitrine en uniforme postal d'avant-guerre: voici la première surprise qui attendait le 1^{er} mars dernier les clients de l'office de poste de Notwil (LU), dirigé par Felix Fuhrmann.

Cet uniforme de 1930, prêté pour l'occasion par le Musée de la communication de Berne, revêtait encore tou-

tes les formes du classicisme: bleu foncé, strict, sans fioritures. Grâce à des connaissances, Felix Fuhrmann avait pu également se procurer quatre uniformes des années 50.

«La première surprise a fait son effet», se souvient Felix Fuhrmann. Les clients se sont alors aperçus que lui-même et ses deux collaboratrices avaient changé de tenue. Une tenue homogène qui donne une image dynamique à l'équipe. Et Felix Fuhrmann d'ajouter: «Ce

n'est bien entendu pas passé inaperçu, et les clients ont aimé!»

Ancienne école. Du côté de l'Oberland bernois, dans le Haslital, Werner Durtschi et ses sept collaboratrices se sont également donné beaucoup de mal pour présenter le nouvel uniforme. Le responsable de l'office de poste d'Innertkirchen, auquel sont rattachées les deux filiales de Gadmen et de Guttannen, a enfilé le tablier pour offrir gâteaux et café à des clients comblés.

Pendant que les enfants s'amusaient avec la fée Märli, les parents discutaient avec le responsable de l'office de poste. Werner Durtschi («J'appartiens à l'ancienne école des postiers qui ont la Poste dans le sang!») a constaté avec satisfaction que le nouvel uniforme plaisait: «Les réactions ont été très positives.»

Comme toute l'équipe, il s'est vite fait à cette nouvelle tenue: «Elle nous met en valeur, nous nous y sentons bien au guichet.»



Toute une panoplie. Conclusion pour les deux responsables d'office de poste: ce nouvel uniforme jaune et anthracite plaît à la clientèle comme aux collabora-

teurs. Grâce aux nombreux modèles et accessoires, chacun peut garder son style. La nouvelle tenue n'a plus grand-chose en commun avec l'uniforme de 1930...

Responsable de secteur et directeur de chorale

Un instrument unique

L'histoire de la famille Zürcher se lit comme une partition de musique.

«Mon grand-père a dirigé une grande chorale pendant 40 ans. Mon père et ses dou-

ze frères ont fondé un chœur de voix masculines et se sont produits partout. Nous suivons leurs traces, explique en riant Jean-Marc Zürcher, responsable du secteur de marché Delémont à

La Poste Suisse. Nécessaire à mon bien-être, l'expression musicale fait partie de ma vie.»

Cette passion de la musique se mesure au nombre d'instruments présents dans la maison familiale de Bévilard. «Nous avons un harmonium, un piano, des flûtes, une clarinette, un orgue et plusieurs guitares», ajoute Jean-Marc Zürcher.

Son instrument favori n'en reste pas moins la voix. «Je suis totalement insensible au rock et au rap. Les instruments couvrent tellement les voix qu'il faut des artifices pour les rendre audibles.»

Le responsable de secteur dirige la chorale d'une église évangélique libre à Malleray. «Enfant déjà, j'étais fasciné par les directeurs de chorale.»

Il n'a donc pas hésité une seconde lorsque cette opportunité s'est présentée. «Lorsqu'on arrive pour la première fois devant une chorale et que l'on entend les quatre registres vocaux, on a la chair de poule.»

Sa nouvelle fonction ne l'empêche pas de chanter. Comme il l'avoue lui-même, «je dirige en chantant, même si cela n'est pas recommandé.»

Sa chorale, dont le répertoire comporte exclusivement des chants sacrés, se produit principalement dans l'église évangélique et de temps en temps dans le reste de la Suisse.

Elle se compose de plus de 60 hommes et femmes, pour la plupart âgés de 15 à 25 ans, même si l'on y trouve des membres qui ont plus de 70 ans. «Il faut tenir compte

des mentalités de chacun pour éviter les conflits, ajoute ce mélomane avisé. Comme mon activité à la Poste, ma fonction de directeur de chorale exige une grande empathie.»

Jean-Marc Zürcher consacre une grande partie de son temps libre à sa passion. Mais l'ancien responsable de l'office de poste de Moutier estime avoir trouvé le juste équilibre entre son métier, sa famille et sa passion. La relève semble assurée: «A 18 ans, mon aîné joue de l'euphonium et c'est un guitariste autodidacte. Son frère, lui, se contente de chanter mais il le fait très bien.»



En rythme: Jean-Marc Zürcher dirige une chorale.

Conseil à la clientèle

Mieux accompagné



Filiales PostFinance: plus proches des clients.

PostFinance étend son réseau de distribution. Objectif: se rapprocher de ses clients.

Mieux accompagner ses clients est une promesse et PostFinance met tout en œuvre pour la tenir. «Nous

voulons être encore plus proches de nos clients, au sens propre comme au sens figuré», explique Markus Gygax, responsable Distribution. PostFinance transforme donc ses centres de conseils en filiales et y propose aussi des services de

paiement en numéraire. Dans ces filiales, auxquelles viendront s'ajouter neuf autres d'ici deux ans, les conseillers sont à la disposition des clients même le samedi matin.

Mobilité. Si les filiales sont principalement implantées

dans les grandes villes, PostFinance souhaite également couvrir les autres zones et a mis en place des conseillers mobiles qui se rendent chez les clients ou sur leur lieu de travail, soir et week-end compris. «Cette offre s'adresse principalement aux personnes âgées et aux parents des petits enfants», déclare M. Gygax. Les PME ne sont pas en reste: leurs dirigeants auront dorénavant un interlocuteur unique chez PostFinance pour leurs comptes privés et professionnels. Par ailleurs, des prestations de téléconseil seront proposées dans les plus grands offices de poste: par écran ou téléphone interposé, les clients pourront se faire conseiller à distance par PostFinance, et ce en toute confidentialité, les équipements ad hoc étant placés à l'intérieur d'un grand «cube» à l'abri des regards indiscrets.

Continuité. Depuis le 1^{er} mai, PostFinance est également joignable par téléphone à

toute heure du jour et de la nuit, pour les consultations de compte ou les demandes de renseignements sur les prestations, alors que jusqu'ici, les demandes de blocage de cartes étaient possibles 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. La plate-forme d'e-finance yellownet est quant à elle toujours accessible en continu pour effectuer ses opérations bancaires en ligne et en toute simplicité.

Emploi. Le développement du réseau de distribution de PostFinance permet de créer en permanence de nouveaux postes de travail (environ 230 en 2007).

- N° de tél.: 0848 888 300 (clients privés)
- N° de tél.: 0848 848 848 (PME)

Produits de prévoyance

Payer moins d'impôts

Grâce aux produits de prévoyance de PostFinance, payez moins d'impôts et recevez en prime 500 francs!

Les produits de prévoyance de PostFinance vous permettent d'économiser de l'argent à long terme pour votre retraite ou pour un investissement précis tout en payant sensiblement moins d'impôts.

Les personnes actives affiliées avec caisse de pension peuvent dorénavant verser jusqu'à 6365 francs (contre 6192 francs jusqu'ici) dans le pilier 3a et déduire ce montant de leur revenu imposable. Une personne seu-

le disposant d'un revenu imposable de 60 000 francs peut ainsi économiser plus de 1800 francs par an.

Les personnes actives sans caisse de pension peuvent toujours verser jusqu'à 20% de leur revenu imposable dans le pilier 3a, la limite se situant désormais à 31 824 francs.

Dans le domaine de la prévoyance privée, PostFinance propose le compte de prévoyance 3a ainsi que différents types d'assurance-vie (assurances de risques en cas de décès, assurances-vie mixtes classiques ou liées à des fonds). Ceux qui d'ici fin août auront souscrit

une assurance-vie constitutive d'un capital (c'est-à-dire une police mixte) d'au moins 20 000 francs recevront la somme de 500 francs!

Au fait: souscrivez rapidement l'une de ces assurances et bénéficiez toute l'année d'intérêts avantageux. Dans les filiales PostFinance, des conseillers compétents vous aident à trouver la solution la mieux adaptée à vos besoins.



Les familles profitent elles aussi de prestations de prévoyance.

Orchestre de jeunes

La magie de la musique



Jérôme Koller joue du cor depuis l'âge de 10 ans.

Jérôme Koller étudie les maths à l'Université de Fribourg et préside la commission de musique de l'Orchestre Symphonique Suisse de Jeunes.

L'Orchestre Symphonique Suisse de Jeunes (OSSJ) compte une centaine de membres. PostFinance est le sponsor principal de cette talentueuse formation. Les musiciens, âgés de 15 à

25 ans, travaillent un répertoire exigeant qu'ils présentent en tournées pour le plus grand plaisir du public. A 24 ans, Jérôme Koller préside la commission de musique de l'OSSJ. Cet étudiant en mathématiques à l'Université de Fribourg a commencé le cor à 10 ans et fait partie de l'OSSJ depuis quatre ans.

Comment avez-vous intégré l'OSSJ?

L'orchestre avait besoin d'un cor pour une tournée et j'ai participé à la première répétition. Par la suite, je suis devenu membre à part entière.

Quel est le rôle du président de la commission de musique?

Je dirige les séances. Nous recherchons des musiciens pour les répertoires et sélectionnons les solistes. Je sers aussi de relais entre l'or-

chestre et le conseil de fondation et participe au choix des chefs d'orchestre. Ce travail, qui me prend en moyenne une demi-journée par semaine, est pour moi un grand honneur.

Quelle est la particularité de l'OSSJ?

Quels que soient notre âge et l'endroit d'où nous venons, nous partageons tous la passion de la musique. L'OSSJ est fédérateur et il nous permet de découvrir des endroits privilégiés comme Interlaken, Davos ou Saint-Moritz.

A 26 ans, que ferez-vous?

Je devrai partir. Mais comme je n'imagine pas ma vie sans musique, j'intégrerai peut-être un orchestre professionnel ou un orchestre de chambre si j'en ai le temps. On verra.

Quel sens revêt pour vous l'engagement de PostFinance en faveur de l'OSSJ?

Avant, PostFinance était pour moi un grand institut financier. Aujourd'hui, je trouve formidable qu'une si grande entreprise soutienne la culture suisse.

Quelle a été votre plus belle performance scénique?

Il y a deux ans, nous avons joué la 5^e de Schostakovitch au Casino de Berne. Ce jour là, nous nous sommes vraiment surpassés. Le final, très enlevé, a été suivi de trente secondes d'un silence religieux alors que d'habitude, les applaudissements retentissent dès la fin du dernier accord. Parfois, la musique a quelque chose de magique!

■ www.sjsj.ch

Festivals open air

Woodstock au Sittertobel

Saint-Gall, Gurten, Heitere, Gampel: une fois de plus, PostFinance est de tous les grands festivals open air. Avec sa PostFinance Lounge jaune dotée d'un bar et d'une tribune couverte, qui diffuse la musique de DJ tendance entre les concerts. Roger Thöny, son responsable depuis quatre ans, a accepté de répondre à nos questions à bâtons rompus.

Qui rêves-tu de voir en concert?
Meat Loaf.

Quel est ton festival favori?
Chacun d'eux a ses spécificités: j'aime Saint-Gall pour son côté Woodstock, le Gurten pour son classicisme, Heitere pour sa convivialité et Gampel pour son ambiance festive.

Quels sont les stars les plus sympas?
Les mecs de Gotthard. Ils ne

se prennent pas pour des vedettes.

Où trouve-t-on les plus jolies filles?

No comment. Je viens de me marier!

Et les meilleurs drinks?

Au PostFinance Lounge!

Où boit-on le plus d'alcool?

A Gampel. Et les autochtones ne sont pas les seuls à écluser!

Où trouve-t-on le plus d'argent?

Aux Postomat.

Quel est ton secret pour rester frais trois jours durant?
Ni sexe ni drogues mais beaucoup de Coca Light.

Te souviens-tu d'une situation particulièrement embarrassante?

L'une de mes collègues de travail s'était entichée du

bassiste de Lovebugs. Ce qu'elle ignorait, c'est que le cousin de ce dernier était à côté de nous.

Imagine que la reine Elizabeth se pointe à l'entrée du Lounge. Que lui dirais-tu?

Votre Majesté, puis-je voir votre carte PostFinance s'il vous plaît?

Quelles petites histoires de stars peux-tu nous trahir?

Il y aurait beaucoup à raconter...

Fais-tu la queue comme tout le monde pour aller aux toilettes?

Même pas! Nous avons des toilettes de secours...

Tous ces déchets éparpillés, ça ne t'énerve pas?

Si, et même beaucoup! Je suis très sensible à l'ordre.

Que fais-tu à la fin d'un festival?

Je fais comme tout le monde. Je débarrasse et je rentre à la maison.

■ www.postfinance.ch/ticket



A l'abri des intempéries: la PostFinance Lounge

Formation

La faillite, connais pas!

PostFinance apprend aux jeunes à bien gérer leur argent.

Un jeune de moins de 25 ans sur quatre a des dettes. A l'école, les jeunes apprennent à lire, à écrire, à compter, ils planchent sur l'anglais, la géographie ou encore l'histoire. Mais récemment encore, il n'était guère question d'apprendre à gérer son argent.

Convaincant. Il y a maintenant quatre ans que PostFinance a lancé «BudgetGame», un jeu qui s'adresse aux écoliers de la 7^e à la 10^e année. «Ensemble, ils réalisent diverses tâches en jouant le rôle du manager du (vrai) groupe de rock Core 22», explique Stephan Wüthrich, responsable du projet. A ce jour, le jeu a été organisé huit fois, touchant plus de 30 000 jeunes. Chaque fois, les 20 meilleurs groupes ont été invités à un concert.

Les élèves de 9^e de Spiegel bei Bern ont participé au BudgetGame. «En dernière année, nous abordons des

thèmes importants pour le quotidien des jeunes», raconte l'enseignante Eva Boss. «Nous avons comparé les formations et les jeux de différents établissements financiers; PostFinance a su nous convaincre», ajoute Markus Keel, enseignant et directeur de l'école. Tous deux ont joué au BudgetGame avec leurs élèves pendant six semaines, deux fois par semaine. L'idée maîtresse était d'«enseigner en équipe»: avec une moitié de la classe, Markus Keel a traité en long et en large le thème de l'argent. Eva Boss, quant à elle, a encadré un second groupe pour le travail sur ordinateur. «Nous avons pu nous occuper des élèves individuellement.»

Pratique. BudgetGame aborde des questions du quotidien: comment fonctionne une carte de crédit? Comment remplir un bulletin de versement? La moitié des élèves en ont remplis, trois d'entre eux ont effectué un paiement en ligne. «Nous voulons leur montrer ce que les choses coûtent», com-



BudgetGame: un jeu pour apprendre à gérer son argent

me Markus Keel: combien coûte un mariage? Une lune de miel aux Maldives? Et une voiture? Les réponses qu'ils donnent pour une Golf VW vont de 20 000 à 90 000 francs. Les écoliers de 9^e reçoivent entre 40 et 150 francs d'argent de poche par mois. Avec 140 francs, Isabelle Horisberger se paye ses vêtements, ses repas à l'extérieur, ses sorties et son téléphone portable. «Je m'en

sors et je ne suis pas obligée de demander de l'argent à mes parents pour le moindre achat.» Les élèves de 9^e n'ont pas de dettes, nous disent-ils. Mais ils connaissent des raisons d'en avoir: téléphone portable, vêtements, lecteur MP3, compte avec découvert autorisé. La plupart d'entre eux vont bientôt commencer un apprentissage. «D'un seul coup, leur budget va décou-

pler», souligne Markus Keel. Que vont-ils en faire? Acheter des vêtements, sortir, participer aux dépenses de la famille. Et mettre de côté – pour les vacances, le permis de conduire, ou une mobylette. Aucun d'eux n'a peur de la faillite. Les enseignants affichent un sourire de satisfaction.

■ www.postfinance.ch/budgetgame

Comptes Deposito

Des comptes de rêve

Les taux d'intérêt sont remontés; l'épargne est intéressante comme rarement elle l'a été.

Une nouvelle voiture? Un canapé design? Ou bien des vacances sous les cocotiers?

Avec nos comptes Deposito, vos rêves sont sur le point de se réaliser. Les comptes Deposito de la Poste correspondent aux comptes d'épargne des autres banques. «L'année passée, quelque 130 000 clients privés ont

ouvert un compte Deposito chez nous», se félicite Carole Gasser de PostFinance. «Fin 2006, 850 000 personnes détenaient un tel compte à la Poste.» Et tous ces clients ne s'y trompent pas: un compte Deposito associé

à un compte postal génère 1% d'intérêts; jusqu'à 20 ans, les jeunes bénéficient même d'intérêts de 1,75%. Fonctionnant sans papier, les comptes électroniques coûtent moins cher. PostFinance fait profiter de ces écono-

mies les clients en proposant un compte e-Deposito avec un taux d'intérêt de 1,5% – et même de 2,25% pour les moins de 20 ans.



Livraison à domicile

Service complet



Prêts à charger



Photocopieur



Confirmation de livraison



Départ au petit matin



Attention les pieds!



Remerciements du client

Il n'y a que PostLogistics pour offrir un tel service: livrer la marchandise, mais aussi effectuer le montage chez le client. Chrigel Egli, 32 ans, et Sead Osmanbasic, 30 ans, de PostLogistics à Schlieren livrent dans toute la Suisse photocopieurs, appareils de fitness, téléviseurs, réfrigérateurs et autres objets volumineux. Ce que les clients apprécient par-dessus tout: les livreurs installent les appareils et emportent les emballages.



Au tour du home trainer



Jeu de construction pour Chrigel et Sead



C'est parti!



Enfin fini!

Affranchir en ligne

Un timbre à son image



Un timbre personnalisé

Avec WebStamp, vous pouvez affranchir en ligne vos lettres et colis et personnaliser vos timbres. Un service qui a le vent en poupe auprès des clients privés et commerciaux.

Depuis l'année dernière, les clients de la Poste ont voix au chapitre en matière de timbres. En s'inscrivant sur www.postmail.ch au service WebStamp des Member Services, il est possible de créer ses propres timbres, d'affranchir son courrier et d'imprimer ses enveloppes.

Avec cette prestation, Post-Mail a frappé un grand coup: depuis sa mise en place en avril 2006, près de 60 000 clients l'ont utilisée. Plus de deux millions de timbres ont déjà été imprimés depuis Internet. De plus en plus de petites entreprises choisissent cette solution pour leur correspondance. Depuis le printemps 2007, ce service est également disponible pour les envois à destination de l'étranger et les colis à destination de la Suisse. Les adresses peuvent être directement

imprimées avec le timbre. Grâce à un nouveau logiciel graphique, plus simple d'utilisation, diverses images peuvent être insérées sur le timbre.

WebStamp est un service gratuit. Seul le port est payant. Aucune installation de logiciel n'est nécessaire. Il suffit d'avoir un ordinateur, une connexion Internet et une imprimante laser ou à jet d'encre.

■ www.postmail.ch/webstamp

CarPostal

Redécouvrir les Alpes



CarPostal sur la Moosalp

Grâce au bus alpin, des régions touristiques reculées deviennent accessibles en transports publics.

Les randonneurs et les touristes sont ravis: depuis l'année dernière, les régions de montagne de Gantrisch, de la Greina, du Binntal et de Moosalp sont mieux desservies par les transports publics. Créé par le Groupement suisse pour les régions de montagne (SAB), l'Association Transports et Environnement (ATE) et le Club Alpin Suisse en collaboration avec CarPostal Suisse, le projet «Bus Alpin» est sponsorisé par Transa et ProNatura au niveau national. En 2006, environ 14 000 personnes en ont profité. L'ouverture du tunnel de ba-

se du Lötschberg (NLFA) constitue un événement de taille: les habitants de Berne ou de Zurich mettront une heure de moins pour rallier les régions valaisannes de Moosalp et du Binntal.

- Région de Gantrisch: www.gantrisch.ch/wanderbus (site en allemand)
- Région du Binntal: www.landschaftspark-binntal.ch (site en allemand)
- Région de Greina: www.vallumnezia.ch (site en allemand)
- Région de Moosalp: www.toerbel.ch (site en allemand)

Circuit des cols

Le plateau de lacs et de marécages de la Moosalp est un site de randonnée exceptionnel. CarPostal atteint le col situé à 2005 mètres d'altitude à partir de Viège ou de Vispताल via Stalden-Törbel, où les passagers doivent changer de ligne à l'arrêt de l'alpage de la Moosalp. A partir du 9 décembre, vous pourrez rejoindre le point de départ de ce «circuit des cols» (gare de Viège) offrant une vue magnifique sur le Bietschhorn (3934 mètres d'altitude, voir image ci-dessus) et la chaîne des Mischabel en moins d'une heure de Berne et en deux heures de Zurich.

ESPRIX

La Poste lauréate du prix d'excellence

L'unité Réseau postal et vente de La Poste Suisse a obtenu la plus haute distinction suisse en matière de qualité.

Après les critiques, place aux louanges. Le 1^{er} mars dernier, Réseau postal et vente a obtenu le prix ESPRIX 2007, le Prix Suisse de la Qualité qui récompense une fois par an les efforts déployés par les entreprises dans le domaine de la qualité. La Poste estime que cette victoire aurait été impossible sans les précieuses suggestions de sa clientèle en la matière.

La Poste souhaite donc remercier de tout cœur ses clients et ses collaborateurs pour cette belle récompense!



ESPRIX

PostFinance Visa Gold Card

Elle vaut de l'or

Gagnez de l'argent en réglant vos achats avec la nouvelle PostFinance Visa Gold Card.

La carte, rien de plus pratique pour régler ses achats dans les magasins, au restaurant ou sur Internet! Les

deux millions de clients de PostFinance qui l'ont choisie l'ont bien compris.

La Postcard s'appelle désormais PostFinance Card. Son complément idéal, la PostFinance Visa Gold Card est acceptée dans près de 24 millions d'endroits du monde entier. Le coût des retraits d'argent à l'étranger est juste et transparent.

Elle vaut de l'or: «Grâce à un système de bonus, 1,5% du montant des achats réalisés avec cette carte est remboursé sur le compte postal de son titulaire la première année, 0,75% les années suivantes», explique Sandra



Egger, gestionnaire de produits cartes de crédit chez PostFinance. «Les frais annuels liés à la carte sont vite compensés, et le client peut même gagner de l'argent.»

De plus, toute carte perdue est remplacée dans les 48 heures.



La clé d'un shopping réussi? PostFinance Visa Gold Card

Durées d'acheminement

Ponctualité avant tout

Des mesures des délais d'acheminement montrent que La Poste Suisse a traité l'année dernière 2,8 milliards de lettres et plus de 100 millions de colis avec la qualité et la fiabilité qu'on lui connaît.

Une fois de plus, les résultats de La Poste Suisse dépassent ceux de ses homologues européens: 98% du courrier A et 98,3% du courrier B ont été distribués dans les délais. Des résultats parmi les meilleurs au monde.

C'est ce qui ressort de l'étude réalisée par l'institut indépendant IHA-GfK AG d'Hergiswil (Nidwald): 157 expéditeurs et 234 destinataires consciencieux ont participé à cette étude menée sur un mois dans toute la Suisse. La Poste Suisse soumet les durées d'acheminement de ses lettres à des contrôles depuis 1996. La Poste se situe également dans le peloton de tête pour les durées d'acheminement des colis. 97,3% de tous les PostPac Priority (colis distribués le jour ouvrable suivant le dépôt) ont été remis dans les délais à leur destinataire, un pourcentage qui atteint même 97,6% pour les PostPac Economy (colis distribués le surlendemain si c'est un jour ouvrable). Les durées d'acheminement des colis sont mesurées à partir d'échantillons prélevés chaque mois et contrôlées par un institut indépendant.

Harry Potter

Les sorciers sortent à minuit

La Poste propose à nouveau une distribution à minuit du dernier tome de Harry Potter.

Les inconditionnels de Joanne Kathleen Rowling, impatients de lire le septième et dernier tome de Harry Potter, peuvent se réjouir: en collaboration avec les éditions Weltbild Verlag, PostMail propose de nouveau la distribution des aventures de Harry Potter avant l'ouverture des magasins. Cette fois-ci encore, les lecteurs pourront recevoir chez eux dès minuit le volume tout juste sorti des presses.

Pour la Poste, c'est un grand défi logistique, qu'elle réitère pour la deuxième fois. En

octobre 2005, 1500 collaborateurs s'étaient déjà portés volontaires pour livrer près de 7000 exemplaires entre minuit et deux heures du matin.

La version originale anglaise, «Harry Potter and the Deathly Hallows», sortira le 21 juillet (anglais, 700 pages, relié). Cette édition peut être commandée directement aux éditions Weltbild (référence 063 114) et vous sera distribuée dans votre boîte aux lettres le jour de sa sortie en librairie.

Le prix de vente n'est pas encore fixé. Weltbild garantit les prix les plus bas.



© Sabine Wilharm / CARLSEN Verlag

Commande

Commandez dès maintenant Harry Potter 7

La couverture, le nombre de pages et le prix de l'édition allemande ne sont pas encore connus.

Consulter les dernières informations sur www.weltbild.ch

■ Edition allemande, distribution à minuit (Référence 249 139)
Dans la nuit du 26.10.2007 au 27.10.2007 entre minuit et 2 heures du matin. Incroyable: dans votre boîte aux lettres sans frais de port le jour de sa sortie en librairie!

■ Edition allemande, distribution normale (Référence 203 144)
Samedi 27.10.2007. Dans votre boîte aux lettres sans frais de port le jour de sa sortie en librairie!

Nom et prénom

Adresse

NPA / localité

Téléphone domicile

Courriel

Date / signature

Commande par téléphone au 0848 810 810, par Internet sur www.weltbild.ch, ou par courrier en renvoyant le talon ci-joint à Weltbild Verlag, Rita Graf, Baslerstrasse 47, 4609 Olten.

Circuit alpin

Quatre cols en un jour!

Une excursion romantique au cœur des Alpes en car postal moderne.

Le circuit des quatre cols organisé par CarPostal permet de découvrir des cols majestueux, des glaciers imposants, des gorges profondes et des villages romantiques.

Impressionnant. L'excursion, qui dure huit heures, part chaque jour à 9h20 de la gare de Meiringen, du 23 juin au 30 septembre 2007. La route qui mène au Grimsel, d'où l'on jouit d'une vue imprenable, longe des barages et des pâturages al-

pestres en fleurs. Après le village de Gletsch, le voyage se poursuit en direction du Nufenen, le plus haut col carrossable de Suisse avec ses 2478 mètres, qui relie les cantons du Valais et du Tessin.

Prochain objectif: le col du Gothard, surnommé le roi des cols, l'axe nord-sud le plus emprunté d'Europe.

La montée vers le col, la route historique, la descente sur Andermatt avec le passage des gorges de Schöllenen et du pont du Diable laissent des impressions impérissables. Dernière étape du périple, la montée du Susten, au milieu d'un paysage grandiose de montagnes et de glaciers. L'arrivée à Meiringen est prévue à 17h31.

Le chauffeur du car postal Fred Jaun vous dispensera des conseils précieux pour d'autres excursions dans les Alpes centrales.

Gorges de l'Aar: pendant des millénaires, l'Aar a creusé entre Innetkirchen et Meiringen un passage toujours plus étroit. Un chemin très accessible a été aménagé le long de ces gorges de 200 m de profondeur et 1,4 km de longueur.

Chemin de fer à vapeur de la Furka: ce voyage de deux heures le long du glacier du Rhône permet de revivre les prouesses techniques de nos ancêtres au milieu d'un paysage de montagnes majestueuses.

La Claustra: l'ancienne fortification creusée dans la montagne et le musée national du Saint-Gothard méritent vraiment le détour.



Un car postal au col du Gothard



Panorama depuis le col du Grimsel

Informations

Prix de l'excursion

départ et arrivée à Meiringen:

Adultes: CHF 118.-

Abonnement demi-tarif:

CHF 59.-

Enfants de 6 à 16 ans:

CHF 59.-

Enfants de moins de 6 ans: gratuit

Enfants de 6 à 16 ans avec

carte Junior: gratuit

Swiss Pass, AG CHF 25.-

(Alpine Ticket)

Informations et réservations

CarPostal Suisse SA

Geschäftsstelle Interlaken

3800 Interlaken

Tél. 0900 304 304

(CHF 1.19/min)

■ interlaken@postauto.ch

■ www.carpostal.ch/alpes

■ ou dans toutes les gares



Vue sur le lac du Grimsel

Distinction commerciale

Sur les routes de France

CarPostal Suisse a réussi à pénétrer rapidement le marché en France grâce à une stratégie de niche.

Il y a trois ans, dans la ville française de Dole, le leader suisse des transports publics de voyageurs inaugurerait la première unité d'un réseau de bus urbain à l'étranger.

Au cours des années suivantes, CarPostal s'est implanté dans trois autres villes françaises. En récompense de son engagement dans ce pays voisin, la Chambre de commerce franco-suisse a remis à Car-

Postal Suisse la «Trophée du commerce franco-suisse» le 23 février 2007.

Présence renforcée. Ponctualité, goût de l'innovation et fréquence des passages sont autant de points forts que CarPostal souhaite également faire valoir à l'étranger.

Pour la première fois, outre les bénéfices d'appels d'offres et les expériences enrichissantes qu'elle a pu engranger, l'entreprise a réalisé en 2006 un chiffre d'affaires de plus de 10 millions de francs à l'étranger. Les conditions favorables semblent réunies pour que CarPostal puisse renforcer sa présence en France.

Voyage des lecteurs

A la découverte de la Slovénie et de l'Istrie

Les voyages des lecteurs de CarPostal Suisse ont conquis leurs lettres de noblesse. Cet automne, CarPostal vous emmène en Slovénie et dans la presqu'île d'Istrie dans des cars postaux très modernes.

Le programme diversifié vous permettra de découvrir de nombreuses richesses culturelles et naturelles.

Le programme

1^{er} jour: Suisse – Zell am See

Départ de Suisse en direction de Zell am See en Autriche. Repas et nuitée sur place.

2^e jour: Zell am See – Kranjska Gora et soirée folklorique Oberkrainer

Votre voyage se poursuit à travers l'Autriche. Vous passerez par la célèbre station de Badgastein, vous longerez le Millstätter See près de Villach et vous emprunterez le tunnel Karawanken avant d'arriver en Slovénie, en l'occurrence à la fameuse station de sports d'hiver de Kranjska Gora. Le soir, vous vous rendez à Begunje, au restaurant de Slavko Avsenik, le créateur de la célèbre musique folklorique Oberkrainer. Nuit à l'hôtel.

3^e jour: excursion au parc national de Triglav

Journée de visite du parc national de Triglav, l'un des plus anciens d'Europe. Le Triglav est la plus haute montagne de Slovénie. Vous passerez le col de Vrsic pour aboutir dans la vallée de la Soca, une rivière aux eaux d'un beau vert émeraude. Visite d'un musée commémorant les combats de la Première Guerre mondiale et du jardin botanique de Juliana qui abrite une admirable flore alpine. Soirée et nuitée à l'hôtel.

4^e jour: Kranjska Gora – Bled – Ljubljana

Départ pour Bled, sur les bords du lac éponyme. Croi-



Le col de Vrsic, le plus haut de Slovénie

sière vers l'unique île slovène, suivie de la visite de l'imposant château de Bled. Durant la pause café, vous aurez l'occasion de déguster une tranche de la célèbre tarte à la crème de Bled. Retour à Ljubljana, la capitale du pays, une ville autrefois opulente, qui recèle des trésors datant de l'Antiquité et du Moyen Age et des monuments architecturaux impressionnants. Soirée et nuitée dans la région de Ljubljana.



Bled

5^e jour: Ljubljana – musée de la Poste – Postojna – Portoroz

Aujourd'hui, nous partons vers la mer! En route, nous visiterons le musée de la Poste à Bistra, qui explique l'évolution d'une poste et abrite une précieuse collection de timbres. Dans l'arrière-pays, nous traverserons le Karst et ses innombrables grottes; nous visiterons celles de Postojna, l'une des plus célèbres d'Europe avec ses fantastiques concrétions de stalactites et de stalagmites et un réseau souterrain de cavernes qui s'étend sur des dizaines de kilomètres (21 km explorés à ce jour). Vous assisterez en exclusivité à un concert de musique slovène, dans une grotte à l'acoustique unique. Retour en fin d'après-midi à Portoroz sur la côte slovène. Repas et nuitée à l'hôtel.

6^e jour: excursion d'une demi-journée à Piran

Matinée libre à Portoroz (Rosenhafen), une élégante station balnéaire située tout près de la frontière croate et réputée depuis le XIX^e siècle. Le climat doux en toute saison en fait un lieu de villégiature agréable, grâce à sa longue promenade le long des quais, à ses cafés et à ses magasins qui invitent à la détente et au shopping. L'après-midi, visite de Piran, un vieux village de style vénitien, qui abrite une colonie de pêcheurs qui pêchent encore à la manière traditionnelle. Soirée et nuitée à l'hôtel.

7^e jour: balade en Istrie

Tour complet de la délicieuse presqu'île d'Istrie, qui abrite des localités idylliques à flanc de colline ou accrochées à des crêtes rocheuses, à l'image de Porec, qui abrite une basilique byzantine, Rovinji ou encore le chef-lieu Pula, fondé par les Romains. Soirée et nuitée à l'hôtel.

8^e jour: excursion d'une demi-journée en bateau avec souper

Matinée libre puis départ pour une petite croisière en mer, qui vous permettra de découvrir les splendeurs de la côte, plages de sable et de galets, petits ports, récifs, etc., ainsi que des réserves naturelles. Souper avec divertissement musical à bord.

9^e jour: retour en Suisse

Petit déjeuner à l'hôtel et retour en Suisse à travers l'Italie.



L'église franciscaine de Ljubljana

Vue d'ensemble

Date du voyage

Du 10 au 18 septembre 2007

Prix par personne

En chambre double: CHF 1858.–

Supplément chambre simple: CHF 394.–

Rabais de CHF 100.– par personne en cas de réservation avant le 30 juin 2007

Compris dans le prix:

- Voyage en car postal moderne équipé de toilettes (non-fumeurs)
- 8 nuitées avec petit déjeuner (buffet) dans un hôtel 4 étoiles (3 étoiles en Autriche)
- 6 soupers à l'hôtel
- 1 souper au restaurant de Slavko Avsenik avec spectacle folklorique Oberkrainer
- 1 souper sur le bateau avec boissons et musique à bord
- 1 apéritif de bienvenue à Kranjska Gora
- Entrées au parc national de Triglav, au musée de la Première Guerre mondiale et au jardin botanique Juliana
- Croisière sur le lac de Bled
- Visite du château de Bled
- 1 Pause café avec dégustation de tarte à la crème
- Visite guidée de Ljubljana
- Visite du musée de la Poste de Bistra
- Visite des grottes de Postojna, avec concert exclusif donné par un chœur slovène
- Excursion à Piran et tour de ville
- Balade en Istrie avec visite de la ville de Pula et de son amphithéâtre ainsi que de la basilique de Porec
- Croisière le long de la côte
- Guide local francophone du 3^e au 8^e jour
- Chauffeur expérimenté
- Documents de voyage avec guide de la Slovénie

Non compris dans le prix:

Boissons (sauf lors de la soirée sur le bateau)
Assurance frais d'annulation: CHF 45.– par personne

Lieux de départ:

Genève (06h00), Lausanne (07h00), Yverdon (07h30), Neuchâtel (08h00), Bienne (08h50)

Réservations:

Téléphone: 032/421 44 29
E-mail: ccpag@carpostal.ch

Les 125 ans du chemin de fer du Gothard

Le Gothard, c'est nous



Le chantier du Gothard: c'était il y a 125 ans.

La ligne du Gothard, qui fête cette année ses 125 ans, franchit des montagnes et rapproche des cultures. CarPostal est partenaire d'événement.

Avec ses tunnels hélicoïdaux et ses ponts vertigineux, la ligne du Gothard est l'un des principaux axes ferroviaires de transit nord-sud en Europe. Depuis 125 ans, le tunnel de base, long de 15 km, relie les aciéries allemandes aux usines du nord de l'Italie. La paternité de l'ouvrage est attribuée à Alfred Escher, fondateur du Credit Suisse et des Chemins de fer du Nord-Est. Le 1^{er} juin 1882, la ligne du Gothard a été officiellement inaugurée après des décennies de procès avec des mineurs en grève et grâce à des

subventions venues d'Allemagne et d'Italie. Cette réalisation a ouvert à la Suisse les portes du commerce mondial. «Le transport à travers le Gothard, ce que l'on appelle le transit alpin, est au cœur de notre concept de transport de marchandises», affirme Daniel Nordmann, responsable de CFF Cargo SA. «Ce qui était autrefois un sentier muletier est devenu la première ligne de plaine européenne des Alpes», complète Isidor Baumann, conseiller d'Etat uranais.

Plus qu'un anniversaire. En collaboration avec les cantons d'Uri et du Tessin, les CFF entendent célébrer l'événement à grand renfort d'expositions, d'offres ferroviaires et de manifestations autour du slogan «Le Gothard, c'est nous».



Bon d'inscription Excursions dans les Alpes avec CarPostal

Je m'inscris pour l'excursion suivante (veuillez cocher) :

- Samedi 8 septembre 2007**, Göschenen – col du Gothard – Airolo
 Samedi 8 septembre 2007, Airolo – col du Gothard – Göschenen
 Dimanche 9 septembre 2007, Göschenen – col du Gothard – Airolo
 Dimanche 9 septembre 2007, Airolo – col du Gothard – Göschenen

Départ (simultanément dans les deux directions) :

- 09h10 10h10 11h10 12h10 13h10 14h10
 15h10 16h10 17h10

Nombre d'adultes : _____ Nombre d'enfants jusqu'à 16 ans : _____

Durée : 1 heure et 30 min. avec courte halte à hauteur du col. Trains navettes de/vers Erstfeld ou Biasca.

Prix spécial de CHF 15.– par parcours/personne

Jusqu'à l'âge de 16 ans révolus, les enfants accompagnés voyagent gratuitement s'ils sont titulaires de la carte Petits-enfants ou Junior.

Nom/prénom : _____

Rue : _____

NPA/localité : _____

Téléphone pendant le jour : _____ Téléphone portable : _____

Date : _____ Signature : _____

Réservation avant le mercredi 5 septembre 2007, au plus tard. Une confirmation écrite vous sera envoyée par courrier. Découpez le talon, collez-le sur une carte postale et envoyez-le à :

CarPostal Suisse SA, Voyages et loisirs
Case postale
3030 Berne

Anniversaire du chemin de fer du Gothard : excursions dans les Alpes avec CarPostal

Le chemin de fer du Gothard fête ses 125 ans : c'est aussi, pour CarPostal, l'occasion de fêter ! En tant que partenaire d'événement de Gottardo, CarPostal organise pendant la fête anniversaire les 8 et 9 septembre 2007 des excursions spéciales dans les Alpes via le fameux col du Gothard. Pour participer, il suffit de remplir le talon d'inscription.

Informations supplémentaires : Tél. 0848 11 12 13 ou www.carpostal.ch, www.cff.ch/gottardo



CarPostal
LA POSTE

Voici les points forts qui marqueront cette année anniversaire:

- PanGottardo: unique au monde et transformée tout exprès pour ces 125 ans, la voiture panoramique PanGottardo vous permettra de vivre des sensations inédites sur la ligne du Gothard. Dans les tronçons traversant les tunnels hélicoïdaux, les sièges pivoteront latéralement – par exemple côté sud – ce qui vous permettra d'admirer le tunnel sous un angle inédit, sans renoncer au confort de votre siège. Vous recevrez pour l'occasion des écouteurs, avec sélection de la langue, pendant que les 18 écrans plats diffuseront des informations passionnantes sur les chemins de fer et l'histoire de la région du Gothard. Réservez dès maintenant votre place dans le PanGottardo auprès de votre gare ou via le Rail Service 0900 300 300 (CHF 1.19/min).
- Journées du public: les 8 et 9 septembre 2007, les CFF et les cantons d'Uri et du Tessin célébreront les 125 ans de la ligne du Gothard à Erstfeld et à Biasca. Clou de la manifestation, une grande exposition interactive et une présentation attrayante de matériel roulant, sans compter un grand nombre d'attractions pour petits et grands, inconditionnels du train ou pas (encore)...
- Les CFF ont prévu une offre spéciale pour l'événement: pour CHF 25.–

Informations

Autres manifestations:

- L'exposition «La traversée des Alpes – une histoire diablement passionnante» se tiendra au Musée Suisse des Transports de Lucerne jusqu'en automne 2008.
- Ouverture en juin du nouveau sentier pédestre du Gothard «Rail-Nature-Culture».
- Le 6 juillet, première représentation de la pièce en plein air «D'Gotthardbahn» à Göschenen. Le spectacle se poursuivra jusqu'au 25 août 2007.
- Mi-septembre, les CFF organiseront dans la région du Gothard le plus grand camp scolaire de l'année, qui accueillera un millier d'enfants.
- Les 18 et 19 octobre, le congrès international «Gottardo» réunissant des experts de renommée mondiale clôturera le programme de manifestations.
- www.cff.ch/gottardo

(2^e classe) ou CHF 50.– (1^{re} classe), les titulaires de l'abonnement demi-tarif pourront se rendre au Tessin depuis n'importe quel endroit de Suisse (trajet aller/retour). Les billets des voyageurs venant de Suisse alémanique et de Suisse romande seront valables quatre jours, du 7 au 10 septembre, afin de permettre aux visiteurs de passer une nuit dans la région.



Pourquoi ne pas prendre le train pour vous rendre aux Journées du public des 8 et 9 septembre 2007?

Solutions logistiques sur mesure

Une solution à tout

La Poste ne se contente pas d'envoyer des colis de A vers B, elle propose des solutions clé en main.

Si la Poste est surtout connue pour ses envois de colis simples, fiables et rapides, elle sait faire plus que cela. PostLogistics propose, outre des prestations standardisées, des solutions logistiques adaptées aux besoins les plus divers. Voici quelques exemples de cette diversité:

- Avec **TechnicalLogistics**, la Poste livre et installe du matériel informatique, du matériel de bureautique, des téléviseurs à écran plat, des appareils de musculation, etc. et forme les clients à l'utilisation de ces appareils.
- **RepairLogistics** est la solution de réparation de la Poste. Celle-ci vient chercher les appareils défectueux dans les commerces, les envoie aux services autorisés et les rapporte aux clients. PostLogistics met à disposition du matériel d'emballage et de transport. Grâce à un logiciel en ligne, les clients peuvent gérer leurs demandes de réparation de n'importe où. C'est simple et rapide.
- **PostLogistics Innight SA** achemine toutes les nuits plus de 15 500 envois (accessoires hospitaliers ou automobiles, cosmétiques, lunettes, etc.). Au lever du jour, la marchandise est là.
- **Dentalexpress** assure quant à elle le transport de produits dentaires entre les laboratoires et les cabinets de praticiens.
- **IdentLog** est une solution dédiée aux prestataires de téléphonie mobile auxquels la loi demande de vérifier l'identité de leurs nouveaux abonnés. Si un client commande par Internet, un facteur lui remet à domicile son téléphone portable et sa carte SIM après avoir vérifié son identité.



LeShop aime la Poste.

- Avec **VinoLog**, le vin est en de bonnes mains à la Poste. Les bouteilles transitent dans leur emballage d'origine du producteur au revendeur ou au consommateur.
- **Clarins** présente ses produits sur des stands promotionnels et PostLogistics assure la logistique: montage, démontage et stockage des stands.
- **Logistique des foires:** PostLogistics transporte,

monte et démonte les stands, les entrepose dans ses locaux et en assure la maintenance.

- **Henkel** fait confiance à la Poste. Dédouanements, gestion des stocks, conditionnement, tri, étiquetage et transport: le fabricant allemand propriétaire des marques Persil, Fa, etc. a confié l'ensemble de sa logistique en Suisse à la Poste.
- **LeShop.** Commander par Internet et se faire livrer à domicile par le facteur est un confort auquel les milliers de clients de LeShop, service de vente en ligne de Migros, ne veulent plus renoncer.
- **Dipl. Ing. Fust SA** et PostLogistics s'associent pour le plus grand plaisir des clients: ces derniers choisissent leur nouveau barbecue en magasin, PostLogistics le leur livre monté à domicile et reprend leur ancien modèle. D'agréables soirées de grillades en perspective...



VinoLog: par respect du vin



La logistique, c'est quand il y a plusieurs solutions.

Envois urgents, colis, palettes ou transport de marchandises? De la simple expédition à la solution globale avec de nombreux extras, nos prestations sauront vous convaincre. Et si vous souhaitez un service encore plus rapide et pratique, nous vous proposons d'autres solutions adéquates. **Quel que soit votre souhait, vous pouvez compter sur PostLogistics: 0848 888 888.**

www.postlogistics.ch

PostLogistics

LA POSTE 

Environnement

Se déplacer sans polluer

Les nouveaux véhicules utilitaires de PostLogistics satisfont dès aujourd'hui aux normes antipollution de demain.

Tous les véhicules utilitaires de plus de douze tonnes circulant en Europe doivent satisfaire depuis octobre 2006 à la norme d'émission EURO 4. Les nouveaux véhicules lourds de La Poste Suisse vont toutefois encore plus loin, en satisfaisant d'ores et déjà à la norme EURO 5, qui entrera en vigueur en octobre 2009 et qui abaissera encore sensiblement les émissions d'oxyde d'azote.

C'est notre fournisseur de véhicules, Volvo Trucks (Suisse) SA, qui rend cet exploit possible grâce à ses moteurs Euro 5, respectueux de l'environnement. PostLogistics lui a com-

mandé 100 véhicules utilitaires de la catégorie des 12 à 26 tonnes, dont les premiers ont été livrés en décembre dernier. Les véhicules commandés comprennent des semi-remorques et des trains routiers articulés de la série FH 440 pour les transports longue distance, ainsi que le nouveau modèle FL 280 pour les petites distances.

Volvo ne fait toutefois pas «que» livrer des camions. PostLogistics ayant opté pour la solution de maintenance et de réparation «Gold Contract», c'est Volvo qui se chargera de l'entretien des 100 véhicules. Pour Rolf Müller, responsable du Centre de compétences Achats de PostLogistics, cela constitue un avantage indéniable: «Nous bénéficions ainsi d'une garantie de mobilité et nous pouvons compter



Plus propre que ne l'exige la loi: le semi-remorque Volvo FH 440

sur une flotte de véhicules toujours en parfait état de marche.»

Libéralisation

«Moyennement prête»

La Confédération souhaite libéraliser graduellement le marché postal. Le professeur Paul Kleindorfer, de l'INSEAD Business School, a analysé les opportunités et les risques que présente la libéralisation du marché postal.

Pourquoi le marché postal doit-il s'ouvrir?

La Poste espère améliorer ainsi l'efficacité de ses services, attirer de nouveaux prestataires et offrir de nouveaux services, ainsi que rapprocher les secteurs de la communication et des prestations financières et en ligne.

La Poste a été entièrement réorganisée. Elle est produc-

tive et innovante. Pourquoi, dès lors, une libéralisation? La Poste a pris les devants sur le dossier de la libéralisation, mais il reste encore un grand potentiel de développement. En même temps, elle doit bénéficier d'une marge de manœuvre encore plus large sur le plan commercial.

Quelles sont les différences par rapport au marché des télécoms? Les coûts fixes sont comparables pour les deux secteurs, mais le coût du travail est plus élevé à la Poste.

Comment le marché postal suisse tient-il la comparaison face au marché postal européen?

La Suisse est le pays au monde où l'on envoie le plus de courriers postaux par habitant. Sa desserte de base étendue constitue pour La Poste Suisse un volume de travail considérable, encore accru par le nombre élevé de régions reculées à desservir. Ce sont ces deux facteurs qui font du marché suisse un marché très attractif.

A quel point la Suisse est-elle prête pour une libéralisation de son marché postal, par rapport aux autres pays européens?



Paul Kleindorfer

Une étude récemment réalisée montre que la desserte de base élargie assurée par la Poste et son expérience limitée en matière de régulation de la concurrence constituent des facteurs négatifs. La volonté politique d'ouverture complète du marché semble hésitante. Les restructurations au sein de la Poste sont en revanche bien avancées. En résumé, la Suisse est moyennement prête.

■ http://www.poste.ch/fr/uk_pwc07.pdf



L'offre de la poste suédoise libéralisée, dans un supermarché

SwissPostCard Mobile

Bons baisers du bout du monde



Personnalisez vos cartes postales avec le téléphone portable!

On peut désormais créer des cartes postales virtuelles avec ses propres photos!

Fini les sempiternels paysages alpins, animaux et

Envois à l'étranger

Vite et bien conseillé

Ici, les clients de Swiss Post International trouvent rapidement des réponses à leurs questions.

Où trouver les prix et les durées d'acheminement des envois internationaux? Track & Trace est-il proposé pour tous les types d'envois? A toutes ces questions et à bien d'autres encore, les clients de Swiss Post International obtiennent des réponses concrètes grâce au nouveau site Internet dédié au conseil à la clientèle (rubrique Envois internationaux > Contact et conseils). Ce site permet également de rechercher directement un envoi, de suivre son acheminement ou encore de vérifier son statut.

Le service à la clientèle reste accessible par e-mail et par téléphone.

- www.swisspost.com
- infospi@swisspost.com
- N° de tél.: 0800 888 777

autres plages de sable fin! Avec SwissPostCard Mobile, ce sont vos photos de vacances qui illustrent vos cartes postales.

Les vendeurs de cartes postales n'ont qu'à bien se tenir. Choisissez une photo prise avec un téléphone portable, ajoutez-y un message et envoyez le tout! Les frais de port sont les mêmes pour tous les pays. Côté distribution, vous n'avez pas d'inquiétude à avoir: les cartes arrivent en Suisse entre 1 et 3 jours, quel que soit le pays d'envoi.

Comment ça marche?

- Envoyez une photo par MMS au 464 (ou à l'adresse

spc@mms.post.ch pour les clients Orange).

- Attendez la réponse et suivez les instructions. La 1^{re} carte est gratuite. Entrez le code promo SUN7 (valable jusqu'au 31 août 2007). Vous recevrez immédiatement une confirmation d'envoi par SMS.
- A partir de la 2^e carte, SwissPostCard Mobile est facturé CHF 3.90, frais de port inclus, hors coût de connexion WAP et frais d'itinérance à l'étranger.

■ www.swisspostcard.ch

Union postale universelle

L'agence qui fixe les normes

Une agence de 191 Etats membres assure le bon fonctionnement du trafic postal international.

«Ma nièce travaille dans un hôtel à Mombasa (Kenya). Je lui ai envoyé quelques revues suisses introuvables là-bas mais cela m'a coûté pas moins de 14 francs en timbres. Et c'est La Poste Suisse qui encaisse cet argent. Les Kenyans ne touchent rien alors même que c'est leur poste qui livre le courrier. Je ne trouve pas ça normal!», écrit Pascale Verdesi, une lectrice de PostNews. Le sujet est délicat! Autrefois, quand le trafic postal

avec l'étranger se réduisait à sa plus simple expression, on parlait du principe que toutes les lettres faisaient l'objet d'une réponse et qu'en fin de compte, les coûts d'envoi et de distribution s'équilibraient. La Poste Suisse encaissait donc l'argent du courrier en provenance de la Suisse et la poste kenyane celui du courrier à destination de la Suisse.

Mais avec le temps, cet équilibre fragile s'est dérégulé car les pays en développement recevaient beaucoup plus de courrier qu'ils n'en envoyaient. Ils devaient travailler toujours plus et gagnaient toujours moins d'argent.

Un nouveau système plus équitable, basé sur les frais terminaux, a donc été mis en place en 1969. Depuis cette date, les administrations postales sont indemnisées pour les coûts de distribution du courrier venant de l'étranger.

Plate-forme. Cette réglementation internationale n'est qu'une des nombreuses mesures mises en place par l'Union postale universelle (UPU), dont le siège est à Berne depuis sa fondation en 1874. L'UPU, qui regroupe un réseau de 191 Etats membres, constitue le principal forum de coopération entre tous les acteurs du sec-

Idée de cadeau

Une délicieuse attention

Envoyez des biscômes d'Appenzell avec vos photos.

Vous aimez faire des surprises à vos proches et cherchez une autre idée que le sempiternel chocolat? Pourquoi ne pas envoyer un biscôme d'Appenzell décoré d'une photo personnelle? La confiserie Spörri à Teufen (AR) transforme vos photos préférées en une délicieuse plaque de sucre – dont le colorant est bien sûr parfaitement comestible – posée sur un biscôme. Un moyen sim-

ple de faire d'une délicieuse friandise un cadeau souvenir original, qui ne manquera pas de faire son effet. Vous pouvez commander les biscômes photos et d'autres gourmandises légères comme les panettone de la pasticceria Vanini à Lugano à la boutique en ligne Sweet & Easy. La Poste se charge de les envoyer partout dans le monde.

■ www.swisspost.com/sweetandeasy



Une délicieuse attention même en été: le biscôme photo

Envois à l'étranger depuis les gares CFF

«Ce que client veut...»



Paul Epiney

Le service de courrier express disponible aux guichets de plusieurs gares suisses, permet d'envoyer à l'étranger des documents et des marchandises très urgents. Paul Epiney, Country Manager de Swiss Post International, Suisse, justifie le développement de ce service par l'importance de sa convivialité pour les clients.

Le service URGENT proposé dans plusieurs gares suisses va encore être étendu. La demande est-elle si grande? Nous voulons nous rapprocher encore plus de la clientèle. Les usagers du train pourront désormais effectuer des envois urgents dans le monde entier auprès des guichets de bagages CFF. L'offre est intéressante à

double titre: les horaires d'ouverture généreux des guichets et la couverture mondiale de cette prestation grâce à TNT sont deux avantages auxquels les clients ne seront pas insensibles.

Quel est le contenu type de ces envois?

C'est tout ce qui a un caractère important ou urgent. Cela va des cadeaux – vêtements, appareils électroniques, jeux, CD, paires de chaussures ou livres – aux documents pour lesquels la demande de sécurité est très grande, cartes d'identité ou papiers de véhicules.

Vous affirmez que les envois de courrier express URGENT sont «particulièrement sûrs». Comment garanzissez-vous cette sécurité?

A partir du moment où ils sont collectés dans les gares par TNT Swiss Post, les envois URGENT sont transportés et remis dans le monde entier par le réseau TNT. De porte à porte, ils sont pris en charge par un intervenant unique. De plus, grâce au service «Track & Trace», qui fonctionne avec Internet, l'expéditeur peut suivre le parcours de son envoi et savoir à tout mo-

ment où il se trouve, s'il a été distribué et à qui.

Le service URGENT aux guichets CFF est une offre innovante. Quels autres arguments parlent en sa faveur? Les envois en URGENT sont extrêmement simples à effectuer pour le client. Les prix sont clairs, des emballages de différentes tailles sont mis gracieusement à sa disposition et les collabora-

teurs des CFF effectuent même des lettres de voiture. Tout est fait pour lui faciliter la tâche.

- www.cff.ch/urgent pour l'offre
- www.tntswisspost.com pour le suivi de l'envoi

Service à la clientèle

Les avantages

Le service mondial de courrier express URGENT mis en place par TNT Swiss Post aux guichets de nombreuses gares CFF a de quoi séduire la clientèle.

- Si cela n'est pas déjà fait, vous pouvez emballer directement le contenu de votre envoi aux guichets de bagages CFF, du matériel de différentes tailles y étant mis gracieusement à votre disposition.
- Les guichets de bagages CFF sont à votre disposition tous les jours, week-ends et jours fériés compris, à leurs heures d'ouverture habituelles pour recueillir votre envoi de courrier express URGENT.
- Le personnel CFF se charge de compléter les lettres de voiture à votre place.
- TNT transporte et distribue vos envois rapidement et en toute fiabilité grâce à son réseau présent dans le monde entier. Le programme «Track &

Trace» qui fonctionne avec Internet, vous permet également de suivre le cheminement de votre envoi de son point de départ à son point d'arrivée, et ce dans le monde entier.

- Comptez CHF 46.– pour envoyer un document de moins de 5 kg dans la zone Europe et CHF 74.– en dehors de celle-ci. Pour les documents de 5 à 10 kg, le prix est celui de la marchandise transportée.
- Comptez CHF 72.– pour envoyer une marchandise de moins de 5 kg dans la zone Europe et CHF 142.– en dehors de celle-ci.
- Pour les marchandises de 5 à 10 kg, comptez CHF 111.– pour un envoi dans la zone Europe et CHF 252.– hors zone Europe.
- Actuellement proposé dans 14 gares CFF, le service de courrier express URGENT sera étendu à une soixantaine de gares d'ici à l'automne 2007.

teur postal. Le client lambda n'a pas de contact direct avec l'UPU. «C'est seulement indirectement qu'il profite de nous. Nous visons non pas les clients mais les entreprises postales», confirme Rhéal LeBlanc, porte-parole de l'UPU à Berne.

Devenue en 1948 une agence spécialisée de l'ONU, l'UPU remplit un rôle de médiateur entre les nations et émet des recommandations pour que les quelque 700 000 offices de poste (qui occupent cinq millions de collaborateurs) remplissent certains critères qualitatifs. L'UPU ne peut certes exercer aucune contrainte sur ses membres mais,

selon Rhéal LeBlanc, elle essaie de les convaincre que respecter certaines normes peut leur apporter quelque chose.

Influente. La Poste Suisse fait entendre sa voix au sein de l'UPU. Selon Paul Epiney (directeur de Swiss Post International Suisse): «Elle joue même un rôle clé dans le processus de formation des opinions. Il en résulte souvent des améliorations concrètes pour le client. Ainsi, l'UPU mesure-t-elle depuis le 1^{er} janvier 2005 la qualité de la distribution du courrier postal, ce qui a déjà permis d'améliorer les délais d'acheminement.» Outre les coûts de distribution, La Poste Suisse



Le siège de l'Union postale universelle à Berne

prend également en charge les coûts de dépôt et de transmission des envois en Suisse ainsi que les frais de transport aérien vers le Kenya. SPI travaille également dans plusieurs groupes de travail de l'UPU.

Paul Epiney fait partie du groupe «Frais terminaux», qui essaie de trouver des solutions encore plus justes au problème soulevé par Pascale Verdesi.

Course d'orientation

Par monts et par vaux

Des élèves de quatrième de Magden (AG) se sont initiés aux joies de la course d'orientation.

Emmitoufflés jusqu'au cou, 41 élèves des classes 4a et 4b sont réunis dans la cour de l'école primaire de Magden dans le Fricktal. Ils ne quittent pas des yeux Sara Gemperle, une Argovienne championne de CO, qui leur explique le fonctionnement du système électronique de pointage. Chaque enfant reçoit un badge à porter au doigt. «Vous allez bientôt vous réchauffer. Mais ne perdez pas le badge!», leur lance-t-elle.

Répétition. A chaque poste, il faut glisser le badge dans un lecteur. Et à l'arrivée, la monitrice entre les données dans son PC et peu après, le classement exact avec les temps de course et les temps

intermédiaires sort de l'imprimante: «Vous pouvez voir où vous avez perdu du temps ou si vous avez raté un poste.» Deux auxiliaires ont installé les postes, non pas dans une forêt mais à

sCOOL ...

Le but de sCOOL est de faire découvrir la course d'orientation aux jeunes. PostFinance soutient ce projet en tant que sponsor principal de la Fédération suisse de course d'orientation. Depuis 2002, le Tour de Suisse sCOOL s'est rendu dans plus de 700 écoles du pays et a contacté ainsi plus de 48 000 élèves. Cette année, sCOOL fera halte dans 150 localités et proposera des demi-journées d'initiation à la CO à la fois haletantes et amusantes.

proximité de l'école, dans un périmètre que les élèves connaissent bien. «C'est pour éviter que les élèves ne se perdent», glisse Sara Gemperle.

Et c'est parti! Les élèves doivent effectuer plusieurs courses d'essai. Tomi Isenschmid saute comme un cabri mais la lecture de la carte n'est pas son fort. «Où est le poste 51?», demande-t-il à un camarade. «Là, dans les buissons!», répond l'autre. Les enfants se donnent à fond. Rebecca Bättscher s'est égratigné le genou en tombant. «Ce n'est pas trop grave», dit-elle en serrant les dents pendant que la maîtresse Valéry Kern la soigne.

Vainqueur. Après la pause, les élèves doivent disputer les qualifications, puis les finales. Il faut passer huit postes. Kezia Degen a raté la qualification mais elle est bien décidée à se racheter: dès le départ, elle déploie la carte, repère le premier poste et fonce dans sa direction. Elle découvre ensuite sur le terrain de sport le poste suivant.

En chemin, elle croise Raphael Jaggi, qui court dans la mauvaise direction! «J'ai perdu mon badge!», crie-t-il d'une voix désespérée. Il finit par retrouver le petit bout de plastique rouge sur le pont. «Heureusement qu'il n'est pas tombé à l'eau!»



Les élèves doivent présenter leur badge à tous les postes.

Après un quart d'heure, tout le monde est arrivé et se presse autour de l'imprimante. Les élèves comparent leurs feuilles de route. Ensuite, Sara Gemperle procède à la proclamation des résultats: «... Première chez les filles: Rebecca Bättscher!» «Bravo!», crient ses camarades. Chez les garçons, le gagnant s'appelle Thomas

Pfenninger. Sara Gemperle remet aux gagnants un chronomètre avec radio intégrée. Tous les autres reçoivent un T-shirt bleu «sCOOL». Ensuite, les élèves font la ola et posent pour les lecteurs de PostNews. Tous sont du même avis: «C'était vraiment super!»

■ www.scool.ch



Sara Gemperle explique le système électronique de pointage.

Course à pied

Les meilleurs trucs

La Poste a remanié sa brochure sur la course à pied.

La course est une quête de l'efficacité pure. Dans aucune autre discipline, le rapport efficacité/dépense n'est en effet aussi élevé. Rien d'étonnant donc à ce que la course soit le sport le plus répandu et attire de plus en plus d'adeptes.

La Poste soutient activement la course à pied depuis quatre ans. Pour faciliter la tâche aux débutants, elle a édité il y a un an une brochure intitulée «Fit en 12 se-

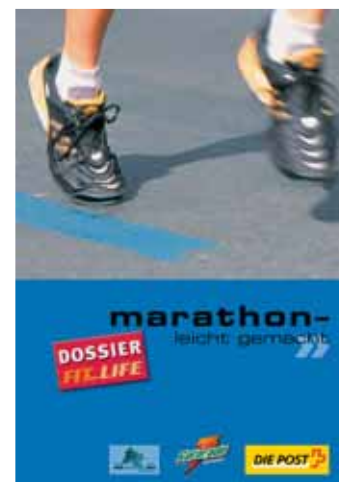
maines», qui, précise Marcel Stauffer, responsable du projet Sponsoring, contient des conseils utiles pour tous les coureurs. Réalisée en collaboration avec Ryffel Running et sansan, elle aborde des sujets aussi divers que le stretching, la gymnastique de renforcement, la technique de course ou encore l'alimentation, et propose un programme d'entraînement de douze semaines.

Au mois de juillet paraîtra également la brochure, elle aussi remaniée, «Marathon leicht gemacht»,

seulement en allemand. La Poste et Ryffel Running y ont réuni des informations très utiles pour s'entraîner et s'aligner sur le marathon avec succès.

La Poste se félicite de l'engouement que connaît la course à pied. En éditant ces brochures gratuites, elle entend mettre à la disposition des intéressés une documentation idéale pour exercer ce sport et contribuer ainsi à se maintenir en forme.

■ www.poste.ch/course



Meeting Weltklasse de Zurich

Plus vite, plus haut, plus loin!

Des athlètes au top de leur forme au meeting Weltklasse de Zurich grâce à CarPostal.

Le 7 septembre prochain, les meilleurs athlètes du monde se mesureront dans un Letzigrund complètement refait à neuf. La garantie pour le public de pouvoir assister à du grand spectacle et à des duels à couper le souffle.

La qualité prime sur la quantité. Le programme du mee-

ting comprendra non plus 23 mais 17 disciplines, qui, comme de coutume, verront s'affronter les plus grandes stars de l'athlétisme. Les spectateurs bénéficieront de surcroît des commentaires d'un spécialiste à l'intérieur du stade et d'un grand écran leur permettant de suivre les évolutions des athlètes.

Confiants. Plus vite, plus haut, plus loin. Une fois de plus, les athlètes présents à Zurich partiront à la chasse aux records et compteront

sur le soutien inconditionnel du public.

La Poste en tant que sponsor. CarPostal veille à ce que tous les athlètes puissent se présenter au départ frais et dispos. Les athlètes bénéficient du transport gratuit de l'aéroport à leur hôtel dans les autocars jaunes.

Les inconditionnels d'athlétisme doivent se dépêcher car les billets pour le meeting Weltklasse de Zurich s'enlèvent comme des petits pains.



Des athlètes frais et dispos grâce à CarPostal

VTT

Le Wimbledon du VTT

CarPostal organise tous les transports pour le Grand Raid international entre Verbier et Grimentz.

L'épreuve valaisanne est un monument! Samedi 18 août, près de 4000 concurrents

s'élanceront pour la 18^e fois sur les chemins pentus et tortueux du Grand Raid. Pas moins de 4864 m de dénivellée répartis sur un parcours qui compte parmi les plus beaux du monde.

Il leur faudra de l'enduran-

ce, de l'énergie et du courage pour franchir l'arrivée, qu'ils jettent leur dévolu sur le parcours de 41 km, celui de 68 km ou le vrai Grand Raid de 121 km.

Notons qu'un classement séparé est établi pour ces 3 variantes.

Transporteur attitré. Pour la première fois, tous les contrôles techniques auront lieu à Sion. De là, concurrentes et concurrents pourront désormais se rendre sur la ligne de départ le jour même de la course dans les treize autocars de CarPostal, qui seront mobilisés pour transporter hommes et vélos, un service sûr et rodé.

Les coureurs pourront ainsi se concentrer sur ce véritable défi sportif dans le cadre grandiose des Alpes valaisannes. Nul doute que cette année encore, le Grand Raid, le Wimbledon des vététistes, exigera de tous qu'ils aillent au bout de leurs forces.

Les spectateurs, qui pourront se rendre sur place grâce aux navettes postales, jouiront de leur côté d'un spectacle exceptionnel.

■ Inscriptions et informations sous www.grand-raid.ch, téléphone 027 205 70 24.



Le Grand Raid en met plein la vue.

Post Cup

Le gratin au départ

De la plus importante série de courses sur route de Suisse, avec une dotation de plus de 60 000 francs.

Suivre les meilleurs: tel sera l'objectif de tous les coureurs de la Post Cup, mais la concurrence est si grande que bien peu d'entre eux peuvent nourrir l'espoir d'y parvenir et de remporter de précieux points Post Cup. «Tous les meilleurs seront là», assure Marcel Stauffer, responsable du projet Sponsoring à la Poste. L'objectif est de promouvoir le sport d'élite et d'inciter davantage de gens à se lancer dans la course à pied.

La Post Cup se dispute selon le système suivant: six courses (sept pour les dames) sont organisées, chacune permettant de gagner des points. Celui ou celle qui aura accumulé le plus de points après l'épreuve Silvesterlauf de Zurich, remportera la Post Cup 2007.

La compétition sera rude

puisque Viktor Röthlin, recordman de Suisse du marathon et médaillé d'argent aux CE sur les 42,195 km, sera à nouveau au départ en 2007. L'athlète de Suisse centrale, dessinateur-électricien de formation, donnera cette année du fil à retordre à son principal challenger, Philipp Bandi. Ce Bernois de 1,93 m mettra tout en œuvre pour se profiler sur le plan international également. Enfin, un troisième larron, Christian Belz, recordman de Suisse du 10 000 m, pourrait mettre tout le monde d'accord. La course des dames s'annonce elle aussi passionnante. Gagnante de la dernière édition, Mirja Jenni sera la favorite. Mais cette enseignante dont le grand objectif est de se qualifier pour les JO de Pékin, devra se méfier de Simone Niggli-Luder, multiple championne du monde de CO.

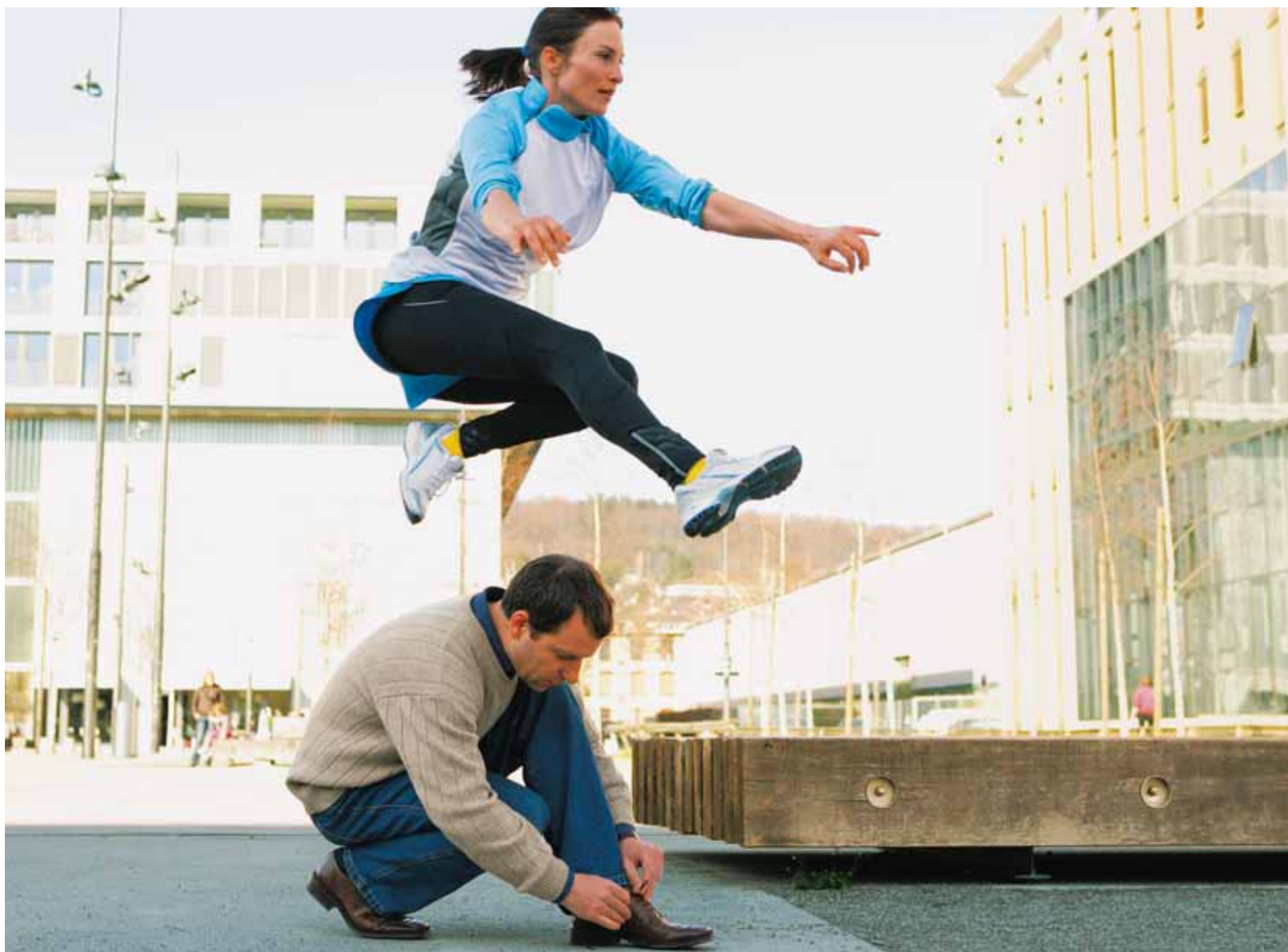
■ www.post-cup.ch



Christian Belz



Philipp Bandi



Un engagement
à la hauteur de notre ambition.

Nous faisons bouger la Suisse.

LA POSTE 

Partenaire de:

SWISSRUNNERS

www.poste.ch/sponsoring
www.swissrunners.ch

Un timbre pour les crèches

Ludique et multicolore

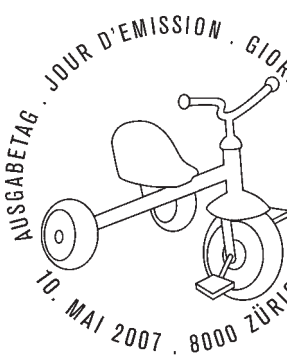
La Poste rend hommage à l'Association des Crèches Suisses à travers un timbre spécial de 85 centimes.

L'unité Timbres-poste et philatélie de La Poste Suisse est souvent en avance sur son temps. «Le choix des sujets se fait en général deux à trois ans à l'avance», explique la gestionnaire de produits Claudia Baumgartner. L'Association des Crèches Suisses nous a soumis sa demande de timbre spécial il y a quatre ans et elle a obtenu

le feu vert fin 2005. Nous avons alors élaboré ensemble un cahier des charges. L'ACS souhaitait la représentation abstraite d'une thématique «moderne et tournée vers l'avenir».

La paternité de l'œuvre revient à Sandra Di Salvo. «Malgré la contrainte du petit format, j'ai pris un réel plaisir à réaliser ce projet», souligne la graphiste originaire de Winterthur. L'image représente une balle multicolore dont les points de couleur symbolisent la mo-

dernité de l'association et le monde ludique de l'enfance.



Cachet du jour d'émission et timbre spécial

Timbre de tennis

Un timbre à l'effigie de Federer

Le directeur général de la Poste, Ulrich Gygi, et le numéro un mondial du tennis ont dévoilé le nouveau timbre à l'effigie de Roger Federer.

«Roger Federer représente notre pays au plus haut niveau mondial. Après avoir tant contribué à l'image de marque du pays, il est devenu lui-même une marque... d'affranchissement!»

Ulrich Gygi, directeur général de La Poste Suisse, a prononcé ces mots à Bâle, lors de la présentation officielle du timbre, qui s'est déroulée dans un hôtel de ville plein à craquer.

Devant un parterre d'invités impressionnant, Roger Federer et Ulrich Gygi ont dévoilé le timbre spécial à l'effigie du numéro un mondial de tennis, une scène immortalisée par de nombreux photographes. Depuis la nouvelle de sa sortie tombée en février, les observateurs se demandaient à quoi allait bien ressembler ce timbre. Aujourd'hui, le voile est levé. Le timbre représente le tennisman en train de brandir fièrement son précieux trophée après son 4^e triomphe sur le gazon de Wimbledon en 2006.

Juste avant la présentation, Ulrich Gygi a expliqué pourquoi la Poste avait choisi de représenter pour la première fois une personnalité vi-



Ulrich Gygi, Roger Federer et le timbre à son effigie

vante sur un timbre suisse. Pour lui, cette exception se justifie par l'excellence de Roger Federer dans sa discipline, mais aussi par son engagement social, dans le cadre par exemple de la fondation qu'il a créée pour venir en aide aux enfants sud-africains, et par son rôle d'ambassadeur de la Suisse dans le monde.

Impressionné. La Poste Suisse entend ainsi honorer non seulement un sportif d'exception mais aussi un être extraordinaire. Il aborde ses matches hyper-concentré, l'esprit calme et réfléchi. Sur les courts, il est un stratège. Il semble presque inatteignable lorsque, set après set, il s'impose face à ses ad-

versaires. Il n'a cependant rien du guerrier sans cœur. Aujourd'hui, Roger Federer ne cache pas ses émotions. Il se montre impressionné et sourit avec modestie, un peu amusé tout de même, en contemplant son effigie.

Echo. La présentation du timbre à Bâle a eu un large impact médiatique. Près de 60 journalistes s'étaient déplacés, dont ceux d'une chaîne de télévision américaine, qui ont suivi notre champion pendant 3 jours. Roger Federer et La Poste Suisse ont fait les gros titres de la presse internationale, au Canada, en Inde et jusqu'en Nouvelle-Zélande.

■ www.poste.ch/timbres-poste

Immobilier

Zurich s'embellit

Un nouveau quartier est en train de naître autour de la gare centrale et de la Sihlpost.

Les quelque 104 000 m² entourant la gare centrale de Zurich, occupés jusqu'ici surtout par les CFF et la Poste, devraient faire place d'ici à 2018 à un nouveau quartier de bureaux et de magasins.

La responsabilité de ce plan de réaffectation ambitieux incombe à trois maîtres d'ouvrage: les CFF, propriétaires du terrain, la Poste, propriétaire du bâtiment abritant la Sihlpost et la ville de Zurich, future propriétaire du nouvel espace public.

Le démarrage de la première étape est fixé à fin 2008. Cinq ans plus tard, le site très bien centré de l'ancienne – et de la nouvelle – Sihlpost, qui couvre une surface locative nette de quelque 115 000 m², devrait accueillir les 2000 étudiants de la Haute école pédagogique, des bureaux et des magasins.

La Poste étudie des projets similaires dans d'autres villes de Suisse comme Berne, Lausanne et Genève. Elle cherche des investisseurs potentiels, élabore des concepts de réaffectation, soutient des concours d'architecture, contribuant ainsi à remodeler et à renouve-

ler le paysage des villes suisses.

La Poste se modernise continuellement. Pour rester concurrentielle, elle adapte notamment ses processus logistiques aux dernières avancées techniques pour économiser de l'espace et de l'énergie.

Une chance. Immobilier Poste, qui possède plus de 1300 objets et en loue quelque 1800 autres, est l'un des principaux gestionnaires d'immeubles commerciaux de Suisse. Aujourd'hui, elle doit relever d'importants défis.

Que faire en effet des mètres carrés de surface vide qu'elle possède dans des bâtiments très bien centrés? La Poste considère l'opportunité de réaffecter ces locaux comme une chance. Elle cherche à louer et à vendre son parc immobilier en constante évolution aux meilleures conditions possibles.

Immobilier offre donc au groupe Poste de nouvelles possibilités de créer de la plus-value. Ses projets permettent également d'améliorer la qualité de vie dans les quartiers concernés, surtout lorsque les nouveaux locataires ont des projets et des idées neuves pour faire revivre les immeubles non exploités.

■ www.poste.ch/immobilier

PostMail

Les Member Services

Votre guichet personnel sur Internet

Avec les Member Services, PostMail vous apporte chez vous des prestations utiles:

- WebStamp: vous personnalisez en ligne vos timbres et vous les imprimez.
- Changement d'adresse temporaire ou définitif: vous ne vous déplacez plus et remplissez en ligne le formulaire.
- FotoCenter: vous éditez, enregistrez et imprimez vos photos depuis chez vous.
- Album photos: vous mettez en page vos photos; nous imprimons et relient l'album pour vous.
- Autres prestations: 50 SMS gratuits par mois; e-mails gratuits; organizer; E-Mail Letter; accès visiteur.

Abonnez-vous dès maintenant sur www.postmail.ch, rubrique Member Services, et profitez d'un avoir de bienvenue de CHF 5.-.

Impressum

Edition:

La Poste Suisse
Viktoriastrasse 21
Case postale, 3030 Berne
www.poste.ch
journalclientele@poste.ch

Coordination:

Karin Rolli, Annina Bernath,
Communication d'entreprise
Poste, Berne

Rédaction et production:

Bureau Cortesi, Bienne
Werner Hadorn (direction)
Textes/photos: Hans Ueli Aebi,
Andrea Auer, Raphaël Chabloy,
Rebecca Jutz, Simone Lippuner,
Enrique Muñoz García, Martina
Ryser, Joel Schweizer (responsable
photo), Mike Sommer, Michael

Formation à Internet

Simple et sûr: le paiement en ligne

J'ai besoin d'aide pour maîtriser Internet. Est-il exact que PostFinance et Swisscom proposent des cours?

Tout à fait! Avec les Help Points de Swisscom, vous apprendrez à maîtriser l'essentiel d'Internet et de la téléphonie mobile rapidement et à peu de frais.

Des formateurs spécialisés vous montreront comment effectuer en toute sécurité et simplicité vos opérations financières sur Internet et vous présenteront e-finance de PostFinance, «un service sûr et simple d'utilisation», affirme Tom Hauk de Swisscom. «C'est la raison pour laquelle nous le conseillons donc pour toutes les opérations bancaires électroniques.» Le succès des cours Swisscom Help Point ne se

démentit pas: de 14 000 en 2006, le nombre des inscrits est passé à près de 22 000 au premier semestre 2007.

Les cours ont lieu à Berne, Lausanne et Zurich mais aussi dans 65 villes et villages suisses desservis par 4 bus de formation qui effectuent des tournées. Ils durent deux heures et coûtent seulement 30 francs, documentation incluse. Aucune connaissance préalable n'est requise.

- www.swisscom.com/helppoint
Informations et inscriptions
au 0800 33 55 77
(numéro gratuit)



Avec Swisscom Help Point et e-finance de PostFinance, c'est facile d'apprendre à payer en ligne.

CarPostal

Point de vue

Où est le Glaspas, comment y aller et quel est son rapport avec les cars postaux?

Situé dans le beau canton des Grisons à 1800 mètres d'altitude, le Glaspas relie le Domleschg et le Safiental. Le 15 juin 1930, parti de Thusis pour rejoindre Obertschappina, le premier car postal traversait Heinzenberg, remplaçant ainsi

l'ancienne diligence postale. 77 ans plus tard, autre innovation: à partir du 23 juin 2007 et pendant tout l'été, CarPostal Suisse effectuera tous les jours deux trajets quotidiens vers le Glaspas, point de départ de fantastiques randonnées.

Le Piz Beverin fait certainement partie des plus belles montagnes des Grisons. Juché à 2997 mètres d'altitude, il est toutefois réservé

aux randonneurs les plus avertis. Les adeptes de parcours moins exigeants préféreront le circuit à travers les pâturages le long des lacs de Bischola et de Pascumin ou la randonnée sur la crête du Heinzenberg vers Rhäzüns, qui peut être écourtée.

Infos

En service du 23 juin au 14 octobre 2007, Thusis: 9h33 et 14h33, Glaspas: 10h50 et 15h50

- www.carpostal.ch/grisons
- www.heinzenberg.ch
- www.berggasthaus-beverin.com



Urmein: point de départ de randonnées en montagne

PostLogistics

Envois de marchandises et de palettes

En tant que vigneron, je suis de plus en plus souvent amené à faire livrer des barriques. La Poste propose-t-elle un service qui permettrait d'en assurer le transport de porte à porte?

Bien sûr! Vous pouvez faire transporter vos barriques par PostLogistics soit comme marchandises, soit comme chargement complet, de façon parfaitement fiable et de porte à porte. Vos envois de marchandises (neuf euro-palettes maximum) atteignent leur destinataire au plus tard le prochain jour ouvrable. Les envois express via PostLogistics prennent pour leur part moins de douze heures. Depuis cette année, les clients commerciaux bénéficient par ailleurs d'une

collecte unique pour tous les envois qu'ils souhaitent faire acheminer par la Poste: PostLogistics vient chercher les paquets, les lettres, les envois express, les envois à l'étranger et jusqu'à trois palettes par jour dans une fenêtre horaire définie avec le client d'une demi-heure au maximum. Ces services pratiques ne fonctionnent pas qu'en Suisse, mais aussi en Italie, grâce à un accord de réciprocité passé avec un partenaire italien. Chaque partenaire assure le transport et la distribution dans son pays, pendant les jours ouvrables, et décharge en outre les clients des procédures douanières.

■ www.postlogistics.ch
Tél. 0848 888 888



PostLogistics livre même des barriques. Service porte à porte

Gestion des envois

Un suivi sans faille

Notre entreprise envoie des pièces de rechange. Connaissez-vous des moyens de nous faciliter la tâche? Et comment faire pour informer les clients rapidement de l'état de leurs commandes?

Profitez du service Print & Send de PostLogistics. C'est un logiciel spécial destiné à faciliter et à simplifier la gestion des envois de colis, d'ex-

press et des marchandises. Print & Send fonctionne très simplement via Internet. Il permet aux clients commerciaux de saisir des ordres d'envoi, de déclencher des mandats de transport, d'imprimer des étiquettes-adresse avec code à barres, de produire des lettres de voiture et des documents douaniers, etc.

Via un numéro de mandat personnel, le service donne

également un accès rapide au système de suivi des envois Track & Trace Business sur Internet. Vous pouvez ainsi traiter plus vite les questions des clients. De plus, vous pouvez depuis peu avertir vos clients par SMS ou par e-mail que le colis qu'ils attendent a été posté, ou leur communiquer la date de son arrivée. Un service que vos clients ne manqueront pas d'apprécier!

PostMail

L'art de la lettre en quelques étapes



Des astuces sont données dans Internet.

Je suis toujours un peu emprunté lorsqu'il s'agit d'écrire à un organe officiel, à l'administration fiscale ou à ma caisse maladie. Où puis-je trouver de l'aide?

Sur Internet! Vous trouverez sur notre site de nombreux conseils pratiques sur le thème de l'écriture, des modèles, des propositions de mise en page, des citations et des poèmes, ainsi que des exemples de courriers privés ou commerciaux. Que vous rédigez une lettre d'amour, une réclamation à l'administration fiscale, une invitation à

dîner, que vous souhaitiez résilier votre police d'assurance-maladie ou contacter un nouvel employeur, une lettre bien formulée et soigneusement présentée est votre meilleure carte de visite. Elle démontre aux yeux de votre interlocuteur votre compétence, votre style et votre confiance en vous. Une structure claire, une orthographe impeccable et des phrases bien tournées constituent un bon début. Le style et le ton général de votre missive doivent par ailleurs coller à la situation. Des professionnels de l'écriture ont réuni à

vos intentions moult idées et suggestions pratiques sur l'art de la lettre. Ces conseils devraient vous permettre d'éviter les principaux écueils lors de la rédaction de votre prochain courrier, qu'il soit privé ou professionnel.

■ www.postmail.ch/ecriredeslettres

Concours

Portables Motorola

Dans la dernière édition de PostNews, la Poste et Tele2 ont organisé un tirage au sort avec à la clé cinq portables Motorola RAZR V3 avec headset, carte SIM et crédit de conversation de 100 francs. Les gagnants sont:

- Jean-Pierre Donzelot, 1208 Genf
- Annemarie Stern, 3098 Schliern
- Beatrice Fahrni, 3302 Moosseedorf
- Marco Rossi, 6900 Massagno
- Marlies Vogt, 8303 Bassersdorf

La Poste et Tele2 félicitent les heureux gagnants!

Externalisation

Des Big Mac pour le Tessin

La Poste livre quotidiennement des denrées périssables aux filiales McDonald's tessinoises. Une première.

144 des restaurants de la chaîne McDonald's en Suisse reçoivent leur approvisionnement quotidien de l'entreprise HLS Logistik GmbH à Oensingen. L'approvisionnement quotidien des huit filiales tessinoises de la chaîne avec un vé-

hicule privé coûte trop cher. La solution? Externaliser. Dorénavant, c'est la Poste qui livre la viande hachée de bœuf, les petits pains, les salades et les gobelets en carton aux huit filiales, via le col du Gothard.

A partir d'Oensingen, PostLogistics se porte garante des délais de livraison et du parfait état de la marchandise.

Jusqu'à Cadenazzo, le container McDonald's voyage sur les rails. Puis il est transbordé sur un camion pour être acheminé vers les huit restaurants.



Parfaitement frais grâce à PostLogistics

Quiz

70 supers prix

Les réponses aux six questions du quiz se trouvent dans ce numéro de PostNews. Des prix attrayants récompenseront les gagnants!

Pour participer:

- Inscrivez le mot-mystère sur la carte postale.
- Indiquez vos nom et adresse.

Envoyez la carte jusqu'au 31 juillet 2007 à:
La Poste Suisse
Quiz PostNews
3024 Berne

Voici les prix mis en jeu:

1^{er} prix

1 package VIP pour 2 personnes pour le meeting d'athlétisme Weltklasse Zürich, le 7 septembre 2007 (valeur: env. CHF 1400.-).

2^e prix

1 appareil-photo Canon IXUS 60, avec son imprimante photo compacte Canon SELPHY CP710 (valeur: CHF 811.-).

3^e prix

1 téléphone walkman Sony Ericsson W880i Vodafone live! (valeur: CHF 699.-).

4^e-8^e prix

Lots de 2 billets places assises pour le meeting d'athlétisme Weltklasse Zürich, le 7 septembre 2007 (valeur: env. CHF 230.- par lot).

9^e-18^e prix

Lots de 2 billets places debout pour le meeting d'ath-

Gagnants



Les gagnants du dernier concours sont: Daniel et Judith Sager-Gerber, 4566 Halten

Les six questions

1. La Poste sort une nouvelle version d'un de ses principaux services, lequel?
A les autocollants Express
P les boîtes aux lettres
L les tampons encreurs
2. Le voyage des lecteurs vous emmène cette fois...
O en Slovénie
K en Ouzbékistan
Y au Liechtenstein
3. Le «développement durable», un concept primordial chez la Poste, désigne:
Z la valeur intrinsèque
I les effets d'une mauvaise alimentation
T un développement qui répond aux besoins actuels sans menacer la vie des générations futures
4. Quel oiseau joue un rôle important dans la nouvelle campagne de PostMail?
T un pigeon
I un aigle
C un moineau
5. Quel est le pourcentage de courrier A qui est distribué dans les temps Lots?
O 83,4 %
E 97,9 %
G 65,4 %
6. Lors du meeting Weltklasse Zürich, combien y aura-t-il désormais de disciplines?
B 98
A 8
R 17

Mot-mystère:



létisme Weltklasse Zürich, le 7 septembre 2007 (valeur: CHF 60.- par lot).

22^e-70^e prix
Un sac à dos Puma (valeur: CHF 89.90).

19^e-21^e prix
Une excursion pour 2 personnes: circuit des 4 cols avec CarPostal, Meiringen - Meiringen (voyage en 1^{re} classe en transports publics inclus).

Ces prix vous sont offerts par:



■ Les gagnantes et les gagnants tirés au sort seront personnellement avisés. Il ne sera échangé aucun courrier au sujet du concours. La voie de droit est exclue.

