

# Rapport annuel 1997

Swisscom

## Un rapport annuel axé sur l'Homme et la communication

**A la fois rapport d'activités, source d'informations et support de notre image de marque, ce premier rapport annuel de Swisscom doit permettre au lecteur de se faire une idée précise de notre entreprise telle qu'elle se présente aujourd'hui.**

L'Homme et la communication sont au cœur du présent document, dont l'iconographie aspire elle aussi à rendre hommage au premier des communicateurs: l'Homme. Vous découvrirez ainsi au fil de ces pages une série de portraits dont la spontanéité et l'humanité créent un singulier contraste avec l'univers de haute technologie qui est désormais celui des grands groupes de télécommunications tels que Swisscom. Ces visages évoquent par ailleurs la diversité linguistique et culturelle de notre monde, tout en soulignant la détermination de Swisscom à convaincre les hommes et les femmes d'autres cultures et d'autres pays de l'excellence de ses produits et services.

# Table des matières

5	<b>Profil d'entreprise</b>
9	<b>Le billet du Président</b>
10	<b>Rapport du Président de la direction du groupe</b>
12	<b>Swisscom et le marché libéralisé</b>
	<b>Les quatre grands domaines d'activité du groupe</b>
16	Voice
22	Mobile
25	Data & Multimedia
28	Carrier Services
32	<b>Participations internationales</b>
33	<b>Activités internationales</b>
40	<b>Swisscom et la clientèle</b>
42	<b>Swisscom et le personnel</b>
45	<b>Swisscom et le public</b>
48	<b>Swisscom et l'environnement</b>
50	<b>Le conseil d'administration et la direction du groupe Swisscom</b>
53	<b>Glossaire</b>
54	<b>Adresses</b>
	<b>Impressum, coupon-réponse</b>

## Profil d'entreprise

**Avec un chiffre d'affaires net d'environ 9,8 milliards CHF et quelque 22 000 collaboratrices et collaborateurs, Swisscom est la première entreprise de télécommunications de Suisse. Au terme d'une restructuration en profondeur, elle s'est transformée de régie d'Etat, protégée par un monopole, en un groupe novateur, à l'écoute de la clientèle et prêt à faire face à la concurrence mondiale.**

**Swisscom est la première entreprise de télécommunications de Suisse.**

Société anonyme de droit public depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1998, notre entreprise est aujourd'hui très bien placée pour affronter le marché européen libéralisé et pour réussir sa prochaine introduction en Bourse. La mise en œuvre de sa stratégie mondiale s'appuie en particulier sur des alliances avec des partenaires internationaux, sur des prises de participation et sur la création de co-entreprises dans des marchés étrangers choisis avec soin.

Grâce à la souplesse de ses nouvelles structures et aux compétences de ses collaboratrices et collaborateurs, Swisscom est en mesure de répondre de manière ciblée aux besoins, actuels et futurs, de chacun de ses clients. En Suisse, le groupe exploite et entretient des réseaux fixes et mobiles de communication de la parole et de données, qui comptent plus de cinq millions de raccordements. Fournisseur de services complets, Swisscom tire en outre profit de sa maîtrise des technologies d'avant-garde et de ses capacités d'innovation pour offrir des plus-values intéressantes à ses clients et à ses partenaires. Combinant enfin une politique d'investissement claire et une gestion rigoureuse des coûts, elle applique une stratégie qui vise essentiellement à accroître la valeur de l'entreprise de manière durable.



## De Télécom PTT à Swisscom

### [Bienvenue dans le premier rapport annuel de Swisscom!](#)

Le 1<sup>er</sup> janvier 1998, lorsqu'elle est devenue une société anonyme de droit public, l'ancienne régie fédérale Télécom PTT s'est dotée, sous le nom de Swisscom SA, de la forme juridique qui allait lui permettre d'assurer son avenir sur le marché européen des télécommunications, libéralisé à cette même date. Ses nouveaux nom et statut, de même que son image plus dynamique, ne représentaient toutefois que la partie visible de la profonde mutation qu'elle a subie.

La métamorphose de Télécom PTT en Swisscom SA revêt en effet un caractère fondamental. Aujourd'hui, notre entreprise n'est plus une régie de la Confédération opérant à l'abri d'un monopole, mais une véritable entreprise prête à entrer en Bourse et active sur un marché où règne une concurrence pour ainsi dire illimitée. L'introduction de processus organisationnels orientés vers la clientèle, des innovations toujours plus fréquentes, la prise en compte sans réserves des besoins du client, l'augmentation continue de la productivité et la garantie d'une rentabilité conforme au marché sont autant d'éléments témoignant de cette métamorphose.

Un esprit vif, un corps sain, une robe seyante et un mental à toute épreuve: nous avons tout ce qu'il faut pour relever les défis du futur avec confiance et optimisme. Je suis persuadé que Swisscom réussira, conformément aux objectifs stratégiques du Conseil fédéral, à tenir son rôle de leader sur le marché suisse, à asseoir sa position sur le marché international et à accroître la valeur de l'entreprise de manière durable, tout en restant un employeur attrayant.

Permettez-moi enfin d'exprimer ici mes plus sincères remerciements à tous les intervenants et, en premier lieu, à l'ensemble de nos collaboratrices et collaborateurs pour leur participation active à ces changements, pour leur motivation et leur engagement exemplaires ainsi que pour leur constante disponibilité.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Markus Rauh'. The signature is fluid and cursive.

Markus Rauh

Président du conseil d'administration de Swisscom SA



## Souplesse, créativité et orientation vers les résultats

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1998, Swisscom SA doit faire face à la concurrence sur un marché des télécommunications dopé par la libéralisation. Elle s'est soumise en prévision de cette situation à une véritable cure d'amaigrissement, adaptant en particulier ses structures, son organisation et sa culture d'entreprise aux nouvelles conditions du marché. Les objectifs de Swisscom sont clairs: être cotée en Bourse, jouer un rôle de chef de file dans son nouvel environnement concurrentiel et consolider sa présence à l'étranger sur des marchés choisis. Le chemin qui lui permettra d'atteindre ces objectifs passe par une prise en compte systématique des besoins de la clientèle, des prises de décision rapides, suivies d'une mise en application immédiate, ainsi que par une attitude et une réflexion axées sur les résultats. Aujourd'hui, on peut affirmer que Swisscom a déjà franchi une étape essentielle du parcours qui va faire d'elle une entreprise de services moderne, eu égard en particulier à son nouveau statut de société anonyme de droit public et à l'esprit de décision qui anime un management compétent et responsable. Elle est leader de son secteur en Suisse et tient à demeurer une entreprise consciente de ses responsabilités sur le plan social. Offrant des services complets à des clients qui opèrent dans le monde entier, elle s'attache actuellement à fidéliser sa clientèle et à renforcer sa position de premier fournisseur de Suisse. De plus, grâce à des produits novateurs, des solutions sur mesure inédites, des prix concurrentiels, un service fiable et la prospection permanente de nouveaux marchés, elle est en mesure de garantir des plus-values intéressantes.

L'entrée sur le marché libéralisé s'est inévitablement accompagnée d'un certain nombre de mesures de restructuration, telles que le programme de retraite anticipée introduit l'an dernier à l'intention des collaboratrices et collaborateurs les plus âgés. Par ailleurs, la tendance à l'externalisation des activités qui ne relèvent pas du métier de base de Swisscom se confirme.

Le management total de la qualité (TQM), enfin, s'est avéré primordial pour assurer le passage d'un modèle d'entreprise dominé par les structures à un modèle orienté vers les processus. Dans ce contexte, sur les 31 unités d'organisation candidates, 22 ont obtenu la certification ISO 9001 ou ISO 9002 durant l'exercice écoulé. Les autres seront certifiées en 1998. De plus, la plupart des domaines ont également été certifiés selon la norme ISO 14001, qui porte sur une gestion intégrale et rigoureusement planifiée de l'environnement.

### Swisscom et le monde financier

L'exercice 1997 a été marqué par un intense travail de préparation en vue de l'introduction en Bourse. Seule propriétaire de Swisscom, la Confédération contrôle actuellement la totalité des voix et des actions de l'entreprise. Le 13 mai 1998, elle a donné son feu vert à l'entrée en Bourse de Swisscom, lançant ainsi une opération qui se conclura par la vente de 49,99% au plus des parts de l'entreprise. Il est prévu de proposer les titres Swisscom sous forme d'actions nominatives aux investisseurs institutionnels et privés ainsi qu'aux collaboratrices et collaborateurs de Swisscom, en Suisse et à l'étranger. Le propriétaire ne décidera de la date exacte de l'introduction en Bourse et de la proportion de parts de la société mises en vente qu'au dernier moment. Les liens entre Swisscom SA et le monde financier seront assurés par une nouvelle unité créée à cet effet et baptisée Investor Relations. Grâce à une politique de communication active, ouverte et continue, nous avons l'intention d'établir de solides relations de confiance avec tous nos actionnaires et de profiler Swisscom SA comme un groupe dynamique aux résultats prometteurs. Rapidité, qualité, proximité de la clientèle, gestion rigoureuse des coûts et accroissement de la valeur de l'entreprise sont des objectifs que nous ne pourrons atteindre qu'avec le concours de nos divers interlocuteurs. L'avenir de la jeune entreprise Swisscom est donc entre les mains à la fois de ses clients, de ses futurs actionnaires, de ses collaboratrices et collaborateurs, de ses partenaires et de ses fournisseurs. De notre côté, nous sommes prêts aujourd'hui à relever avec souplesse et fair-play le défi très stimulant que nous lance le marché libre.



Tony Reis

Président de la direction du groupe Swisscom SA

## Innovation, vivacité et dynamisme

**Comme le montrent les expériences faites à l'étranger, la concurrence pousse les entreprises à se rapprocher de leurs clients. Notre intention est donc de renforcer notre position de leader du marché en proposant des produits et services qualitativement irréprochables, en fondant notre offre sur un rapport qualité/prix optimal et en déployant des activités à caractère innovateur. C'est dans cette perspective que Swisscom s'est soigneusement préparée à la libéralisation du marché suisse des télécommunications, le 1<sup>er</sup> janvier 1998.**

**Swisscom s'est dotée d'une structure organisationnelle efficace.**

Afin d'être à même de répondre aux exigences d'un marché entièrement libéralisé, Swisscom a modifié de fond en comble sa structure organisationnelle. Elle a notamment créé les nouvelles unités «Marketing & Sales» et «Product Houses», appelées à contribuer de manière essentielle au succès de l'entreprise sur le marché. La première dirige, coordonne et contrôle toutes les activités de marketing et de vente de l'entreprise, avec pour objectif principal de prospecter les marchés en fonction des besoins spécifiques de la clientèle et d'y agir ensuite en conséquence. Quant à la seconde, elle est responsable du développement et du suivi des produits relevant des secteurs Voice, Mobile et Data & Multimedia.

Les activités principales de Swisscom se répartissent en quatre grands domaines, à savoir Voice, Mobile, Data & Multimedia et Carrier Services. Voice développe et fournit tous les services, équipements et terminaux nécessaires à la transmission de la parole par le réseau fixe. Mobile se charge de la téléphonie mobile, de la radiomessagerie (paging) et de tous les autres services de communication mobile, alors que la communication de données ainsi que les services multimédia et les services en ligne sont l'affaire de Data & Multimedia. Quant au secteur Carrier Services, il est responsable des services d'interconnexion et de la conclusion de contrats en la matière avec les autres exploitants de réseau, notamment étrangers.

### Interconnexion

La législation suisse prévoit que les entreprises de télécommunications occupant une position dominante sur le marché doivent permettre aux autres opérateurs d'accéder à leur réseau. Comme Swisscom occupait jusqu'ici une position de monopole, elle est directement concernée par ces dispositions. L'interconnexion consiste donc à relier les réseaux de Swisscom à ceux des autres fournisseurs opérant en Suisse, de manière que ceux-ci puissent assurer leurs services même si leur propre réseau n'est pas ramifié jusque chez le client final (last mile). Swisscom a élaboré une offre d'interconnexion unique valable pour tous les opérateurs nouveaux venus sur le marché suisse des télécommunications.

**Le passage à l'an 2000  
représente davantage qu'un  
changement de millénaire.**

#### MillenniumM Swisscom

Pour Swisscom, le passage à l'an 2000 représente davantage qu'un changement de millénaire, l'enjeu de ces prochaines années étant pour elle de conserver, voire de consolider, sa position de leader sur un marché suisse nouvellement ouvert à la concurrence. En tant que fournisseur de solutions de communication complètes, Swisscom dispose à cet effet d'une infrastructure très performante, comprenant un réseau très dense et des systèmes d'une grande complexité, dont l'exploitation est assurée et contrôlée par des équipements ultra-modernes pilotés par ordinateur.

Comme toute autre entreprise, Swisscom se prépare en outre à faire face aux problèmes que le passage du cap de l'an 2000 risque de poser à certains de ses équipements et systèmes informatiques. Il s'agit notamment de vérifier systématiquement si la fourniture de ses produits et services ne s'en trouvera pas perturbée et d'assurer ainsi à nos clients une entrée en douceur dans le XXI<sup>e</sup> siècle.

Nous avons lancé à cet effet, en juillet 1996, le projet MillenniumM. En collaboration avec nos partenaires, nos fournisseurs et nos clients, tous les systèmes concernés sont contrôlés conformément aux directives BSI (British Standards Institution) et, si nécessaire, adaptés. La priorité est accordée aux systèmes de télécommunications desservant les domaines de la santé, de l'économie et de la politique. Placées sous une direction unique, plusieurs équipes décentralisées s'occupent de sous-projets spécifiques et sont responsables, conjointement à des spécialistes externes, de la mise en œuvre des mesures nécessaires. Sur le plan international, les adaptations sont coordonnées avec nos alliés AT&T aux Etats-Unis, Telia en Suède et PTT Telecom (aujourd'hui KPN Telecom) aux Pays-Bas, ainsi qu'avec nos autres partenaires dans le monde entier. Actuellement, plus de 200 collaboratrices et collaborateurs travaillent au projet MillenniumM. Nous sommes persuadés que les mesures appliquées permettront à Swisscom de se profiler comme une entreprise digne de confiance et tournée vers l'avenir.

**Nous compensons les parts de marché perdues en Suisse par une extension de nos marchés traditionnels.**

#### Vers l'avenir avec confiance

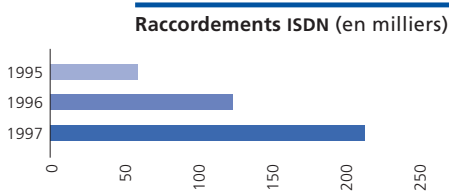
La pression accrue de la concurrence, la prise en compte systématique des besoins de la clientèle et la rapidité des progrès technologiques nous placent devant autant de défis. Ces défis, nous sommes prêts à les relever avec confiance, car nous y voyons surtout l'occasion de faire la preuve de nos connaissances et de notre savoir-faire dans tout ce qui touche aux télécommunications et de nous positionner comme l'une des grandes entreprises du secteur.

A l'avenir, nous entendons non seulement maintenir, mais aussi agrandir le cercle de nos clients actuels. Nous compenserons les inévitables pertes de parts de marché en Suisse en lançant des produits et services novateurs et en étendant nos marchés traditionnels. Le niveau élevé du revenu moyen par habitant, la mondialisation de l'économie et l'important volume de communications internationales qui en découle sont autant de facteurs mettant en lumière le potentiel extrêmement prometteur du marché suisse.



## Les innovations succèdent aux innovations

**Voice recouvre tout ce qui relève de la communication vocale, à l'exception de la téléphonie mobile et de la téléphonie sur l'Internet. Ce domaine s'étend donc aux communications nationales et internationales, y compris les services complémentaires, aux raccordements analogiques et numériques, aux services de renseignements nationaux et internationaux, aux Business Numbers, aux téléconférences et visioconférences ainsi qu'aux terminaux des clients et aux solutions élaborées à leur intention.**



**Avec 66 raccordements (analogiques et ISDN) pour 100 habitants, la Suisse occupe le deuxième rang mondial en matière de densité de raccordements.**

Mesurés en nombre de minutes, le trafic téléphonique national s'est accru de 10% par rapport à l'année précédente et le trafic international de 6%.

Le nombre de raccordements ISDN a augmenté de 72%, alors que celui des raccordements conventionnels de type analogique a reculé de 4,2 millions (fin 1996) à 4,1 millions. En matière de services ISDN, Swisscom a consenti de gros investissements qui lui ont permis de disposer d'un réseau entièrement numérique dès la fin de l'année 1997. Elle occupe ainsi une position d'avant-garde sur le plan mondial.

Fournisseur de services complets de communication vocale dans tout le pays, Swisscom est déterminée à défendre sa position de leader dans ce domaine. Avec 66 raccordements (analogiques et ISDN) pour 100 habitants, notre pays occupe le deuxième rang mondial en matière de densité de raccordements. A l'avenir, nous avons en outre l'intention d'adapter nos canaux de distribution et méthodes de vente de manière encore plus spécifique aux divers segments de clientèle et de compléter notre offre en permanence par des produits et services novateurs.

### Baisses des prix des services nationaux et internationaux

Avant même l'ouverture du marché, Swisscom a baissé le prix des communications téléphoniques nationales de 20% en moyenne. Par la même occasion, elle a réduit le nombre de ses zones tarifaires de quatre à deux, afin de simplifier la structure des prix. En ce qui concerne le trafic international, Swisscom a lancé au printemps 1998, à l'intention de la clientèle privée, une option tarifaire baptisée «Hello World». Pour un montant fixe de quatre francs par mois, cette option permet au client de bénéficier de rabais sur les conversations établies vers trois numéros à l'étranger qu'il a lui-même choisis. Les clients commerciaux, en particulier les PME, peuvent également profiter de tarifs plus avantageux pour leurs communications internationales grâce à «Favorite Countries», une autre option tarifaire lancée simultanément.

### OneNumber – One World

Lancé au début de l'année 1998, le service OneNumber permet au client d'être atteignable partout sous un seul et même numéro d'appel, en Suisse

**OneNumber est associé non pas à un raccordement, mais directement au client.**

comme à l'étranger, peu importe qu'il dispose d'un raccordement fixe ou mobile. Associé à la déviation d'appels, à MessageBox et à Connect-Service, OneNumber garantit en outre à son titulaire qu'il peut être joint en permanence. Accessoirement, ce service permet également de téléphoner sans argent liquide en Suisse et à l'étranger. Tous ces avantages découlent du fait que le numéro d'appel OneNumber est attribué non pas à un raccordement physique déterminé, mais directement au client. Il suffit alors à ce dernier de s'identifier à partir de n'importe quel appareil pour être aussitôt en mesure d'y recevoir et d'y établir des communications sous son propre numéro d'appel. Ce service s'adresse principalement aux personnes qui voyagent beaucoup, à celles qui possèdent plusieurs domiciles, ainsi qu'aux petites entreprises qui misent sur une mobilité et une souplesse maximales.

#### MessageBox – le répondeur automatique gratuit et invisible

Introduit au niveau régional en novembre 1997, ce service centralisé de réponse automatique aux appels téléphoniques est à la disposition de l'ensemble de notre clientèle depuis le début de 1998. On compte actuellement quelque 600 000 répondeurs traditionnels en Suisse. Avec MessageBox, les frais d'acquisition de ces appareils spéciaux sont supprimés, car le service est intégré au réseau fixe de Swisscom. Aucune redevance d'abonnement n'est perçue pour son utilisation, seules les communications établies pour l'enregistrement et l'écoute des messages étant facturées.

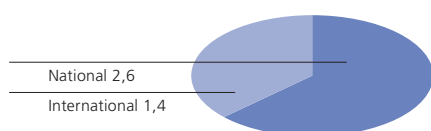
#### International Prepaid Card – téléphoner sans argent liquide dans plus de 90 pays

L'International Prepaid Card introduite par Swisscom en 1997 permet de téléphoner sans argent liquide dans plus de 90 pays, à partir de n'importe quel appareil, exception faite des portables. Les communications sont payées d'avance à l'achat de la carte. De plus, un service d'opérateur gratuit en quatre langues est à la disposition des clients jour et nuit.

#### Calling Card

Durant l'exercice écoulé, le chiffre d'affaires généré par la Calling Card – lancée en 1995 déjà sous le nom de Swiss Telecom Card – a de nouveau enregistré une forte progression. Celle-ci s'explique en particulier par l'introduction de nouveaux services complémentaires et par la réduction de la redevance de base. La liste exhaustive des communications intégrée à la facture mensuelle garantit en outre la meilleure transparence possible en

**Trafic réseau, chiffre d'affaires net**  
(en milliards de CHF)





**TeleConferencing remplace les réunions coûteuses par des échanges d'informations beaucoup plus avantageux.**

#### TeleConferencing

Avec le service TeleConferencing, nous avons introduit un système inédit de conférences téléphoniques, d'une grande simplicité et offrant de nombreuses possibilités d'application. Les réunions coûteuses sont remplacées par des échanges d'informations qui ont lieu indépendamment de l'emplacement des correspondants et permettent de gagner à la fois du temps et de l'argent. Idéal par exemple pour les entreprises qui doivent communiquer fréquemment avec leurs filiales, le service TeleConferencing convient également à l'organisation de conférences de presse ou autres conférences téléphoniques internationales. Une seule conférence peut en effet réunir jusqu'à 600 participants.

#### Autocommutateurs

Combinant les systèmes de transmission de la parole et des données, les autocommutateurs constituent des solutions globales permettant aux entreprises de gérer leurs communications internes et externes de manière optimale. Avec TOMAS, le système de gestion de réseau que nous avons associé aux autocommutateurs, nous sommes en mesure d'offrir à nos clients un service complet. De plus, les systèmes de Swisscom sont régulièrement adaptés aux exigences du marché, ainsi qu'en témoigne la récente introduction de la communication numérique sans fil selon la norme européenne DECT.

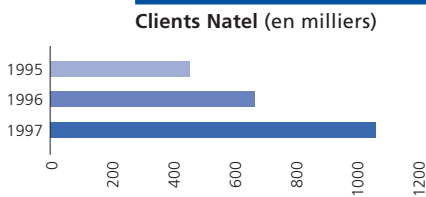
#### Services d'opérateur

Le service de renseignements nationaux peut être appelé jour et nuit en composant le numéro 111. Pour en augmenter l'attrait, Swisscom a introduit le 1<sup>er</sup> mars 1998 un service complémentaire baptisé «111 plus 5»: après avoir obtenu le numéro demandé, le client peut aussitôt établir la communication sur une simple pression de touche. Quant aux services de renseignements internationaux, répondant aux numéros 1151 à 1154 et 1159, ils ont été regroupés dans les centres de Genève, St-Gall et Lugano, d'où l'accès à différentes banques de données étrangères est garanti. Lorsque aucune banque de données n'est disponible, les numéros sont recherchés dans les annuaires ou demandés directement dans le pays concerné. L'extension des services d'opérateur et de renseignements réalisée en 1997 tient ses promesses: elle se traduit par une augmentation du nombre de demandes satisfaites et une amélioration de la qualité des prestations fournies.

**L'extension des services de renseignements tient ses promesses.**

## La communication mobile en plein essor

**Le marché de la communication mobile compte parmi les plus dynamiques de tout le secteur des télécommunications. Ses taux de croissance impressionnants reflètent le besoin grandissant qu'éprouvent les clients de pouvoir téléphoner en tout temps et en tout lieu. En cours d'exercice, le réseau Natel de Swisscom a enregistré jusqu'à 40 000 nouveaux raccordements par mois. Le cap du million était ainsi franchi au mois de novembre 1997, ce qui signifie que, dans notre pays, un habitant sur sept au moins dispose d'un portable.**



Avec plus d'un million d'utilisateurs à la fin de l'année 1997 et un taux de pénétration de 15%, la Suisse devance déjà la Grande-Bretagne, l'Allemagne et la France. Dans les pays scandinaves, où la communication mobile tend à se substituer aux raccordements fixes, la part des portables atteint ou dépasse même les 30%, ce qui donne une bonne indication du potentiel du marché suisse. La téléphonie mobile connaît une croissance vertigineuse non seulement en Europe, mais dans le monde entier. Chaque mois, plus d'un million de personnes ou d'entreprises se raccordent au Global System for Mobile Communications (GSM) ou à d'autres réseaux de communication mobile. Environ 230 exploitants de plus de 105 pays sont déjà membres de la GSM MoU Association, qui définit les normes internationales applicables aux réseaux cellulaires. Swisscom fait partie des entreprises les plus novatrices à l'échelle mondiale dans le domaine de la communication mobile. Son offre attrayante et de première qualité, destinée aussi bien aux particuliers qu'aux entreprises, son service à la clientèle bien rodé et son image de marque avenante sont autant d'atouts qui lui permettront de conserver l'avance acquise sur ce marché, en dépit des assauts de la concurrence.

### Atteignable partout dans le monde grâce aux contrats d'itinérance

Swisscom a conclu des contrats d'itinérance avec plus de 140 partenaires du monde entier, de sorte que ses clients peuvent profiter des avantages de la communication mobile dans plus de 80 pays. Des contrats d'itinérance passés avec des exploitants de réseau nord-américains leur permettent en particulier d'utiliser leur portable à New York, à Washington D.C., en Californie et au Canada. En collaboration avec la société britannique Vodafone, Swisscom offre en outre à d'autres opérateurs, sous l'appellation Global Cellular Service, la possibilité de se raccorder à son réseau d'itinérance. Avec un seul contrat, ces opérateurs accèdent ainsi à l'un des réseaux de communication mobile les plus étendus du monde.

**Avec 140 partenaires dans 80 pays, Swisscom détient le record du monde de l'itinérance.**

**Pour répondre à des besoins accrus, nous avons introduit la technologie Dualband.**

**Le domaine d'utilisation des portables ne cesse de s'étendre.**

### Natel GSM

Le service Natel swiss représente l'offre GSM de Swisscom la plus intéressante – et la plus répandue – pour une utilisation limitée à la Suisse. Natel international, pour sa part, permet de profiter de son portable non seulement en Suisse, mais aussi dans un nombre toujours plus grand de pays d'Europe et d'outre-mer. Quant au service Natel easy, il s'agit d'une innovation dont le succès contribue largement à la croissance soutenue du marché. Les portables Natel easy peuvent être mis en service au moment même où ils sont acquis. L'accès au réseau GSM est garanti par une carte rechargeable (Natel easy GSM-Card), sur laquelle sont mémorisées les données de l'utilisateur. Le prix des communications est débité en temps réel du montant payé d'avance et enregistré sur la carte.

### Capacité accrue du réseau GSM

Afin de répondre à la demande en constante augmentation, nous avons considérablement accru la capacité de transmission du réseau GSM au moyen d'une nouvelle technologie à double bande passante (900/1800 MHz), baptisée Dualband et appliquée pour l'instant aux réseaux des agglomérations de Genève, Bâle et Zurich. Les premiers appareils Dualband, qui choisissent automatiquement la fréquence la moins encombrée, ont été mis sur le marché en novembre 1997. En matière de concurrence, c'est en 1997 également que le Département fédéral des transports, des communications et de l'énergie a fixé le nombre des futurs exploitants de réseaux de téléphonie mobile en Suisse. Le moment venu, Swisscom cédera donc une partie des fréquences qu'elle exploite actuellement, en particulier celles du réseau Natel C, à deux nouveaux concurrents. C'est pourquoi, au demeurant, elle n'établit plus de nouveaux raccordements Natel C depuis le milieu de l'année 1997. Swisscom a en outre adopté un certain nombre de mesures promotionnelles destinées à faciliter à la clientèle concernée le passage de Natel C à Natel GSM.

### Extension du domaine d'utilisation des portables

Le domaine d'utilisation du téléphone mobile en tant que moyen de transmission d'informations ou vecteur de services ne cesse de s'étendre. Avec un ordinateur portable, une carte PC servant d'interface avec le téléphone et un abonnement complémentaire Natel data, il est désormais possible de transmettre des données et des messages fax au moyen de son téléphone portable. De plus, le service COMBOX permet d'enregistrer des appels ou des fax entrants, qui peuvent ensuite être consultés à partir de n'importe quel

téléphone ou imprimés sur n'importe quel télécopieur. Natel message, enfin, permet d'afficher des messages alphanumériques, de sorte qu'il est possible de transmettre discrètement et en toute sécurité des communications brèves vers un pageur, un télécopieur ou un autre portable.

Il convient de relever encore que, depuis octobre 1997, le service Postphone permet aux titulaires d'un compte postal d'en consulter le solde et d'afficher les cinq derniers mouvements sur le visuel de leur portable, une prestation qui pourrait très bien s'appliquer également au secteur bancaire. Swissair, pour sa part, fournira bientôt par le même biais des informations choisies à ses clients réguliers. A Berne, avec l'introduction d'un nouveau système de gestion des places de stationnement, les automobilistes auront la possibilité, grâce à leur portable, de savoir avant même d'entrer en ville quels parkings offrent encore des places libres. Et l'utilisation du téléphone en tant que moyen d'information mobile n'en est qu'à ses débuts. Nous testons en permanence de nouvelles possibilités dans le cadre de divers projets pilotes, afin d'étendre notre offre en y intégrant des services inédits que nous estimons très prometteurs.

#### Atteignable discrètement et en tout temps grâce à Telepage

**Telepage business, le moyen de communication discret et efficace des professionnels.**

Les pageurs numériques ne peuvent transmettre que le numéro de téléphone de l'appelant ou des messages par codes chiffrés convenus, alors que les pageurs alphanumériques permettent également l'affichage de brefs messages en clair. La capacité de transmission élevée et un large éventail de services complémentaires font de Telepage business un moyen de communication idéal dans la vie professionnelle. Ce service convient particulièrement bien à quiconque souhaite rester atteignable sans pour autant utiliser de téléphone mobile. Il pourra ainsi recevoir discrètement et en tout temps des instructions, des numéros à rappeler, des adresses ou d'autres messages. Telepage business est conforme à la norme internationale de radiocommunication ERMES (Enhanced Radio Message System).

Quant à la radiomessagerie automatique, elle est utile aussi bien dans le domaine privé que dans l'industrie. En cas d'effraction, de panne, de saturation d'un service ou d'autres événements particuliers, un système d'alarme approprié permet d'envoyer un message par pageur. Rapidement informé, le destinataire peut alors prendre immédiatement toute mesure utile pour limiter les dégâts et remédier au problème.

## La communication de données, moteur de l'économie

**Les compétences de Data & Multimedia s'étendent à toutes les activités relevant de la communication de données. L'offre dans ce domaine comprend les circuits loués nationaux et internationaux, des solutions globales Internet, Intranet et Extranet élaborées sur mesure, la plate-forme de communication «the blue window», les annuaires téléphoniques ainsi que des solutions répondant aux besoins particuliers de certaines branches économiques, tel le tourisme. Le portefeuille Data & Multimedia inclut en outre les activités exercées auparavant par Unisource Business Networks Suisse SA, ainsi que par Swisscos SA et XMIT SA, deux anciennes filiales de Swisscom intégrées à celle-ci le 31 décembre 1997.**

**Swisscom accompagne ses clients dans le monde entier.**

Les produits et services de Data & Multimedia sont à la disposition de la clientèle même au-delà de nos frontières, en Autriche, dans le nord de l'Italie, dans le sud de l'Allemagne et en Alsace. Avec le projet «Follow the customer», nous avons en outre l'intention d'accompagner nos clients jusque dans les capitales économiques que sont Paris, Londres, Francfort et Munich, en y assurant notamment un accès permanent à nos services. Quant à New York, nous y sommes d'ores et déjà présents.

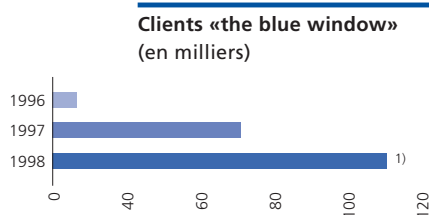
**Fournisseur de services complets, Swisscom est à même d'ouvrir toutes grandes à ses clients les portes de l'Internet et du «village global».**

### Le monde en réseau

La circulation de l'information se joue désormais des frontières. Un réseau de communication toujours plus dense est mis à profit par un nombre croissant d'utilisateurs. Des réseaux planétaires permettent d'accéder à une quantité insoupçonnée d'informations, qui s'échangent à des vitesses en constante progression. Or, la rapidité non seulement de l'accès aux informations, mais aussi de leur traitement et de leur retransmission est aujourd'hui une condition préalable à la réussite de toute entreprise, et les télécommunications tendent donc à devenir un facteur-clé de compétitivité. Prestataire de services complets, Swisscom est à même d'ouvrir toutes grandes les portes de l'Internet – et du «village global» – à ses clients en leur proposant, outre les réseaux de communication nécessaires, un large éventail de services performants et conviviaux.

### the blue window: une offre Internet complète

Bien qu'il compte déjà quelque 100 millions d'utilisateurs dans le monde, l'Internet recèle un potentiel de développement énorme et son essor extraordinaire se poursuit sans relâche. En Suisse, 7% de la population dispose d'un accès privé ou professionnel à l'Internet. Une année à peine après son lancement, le service Internet «the blue window» de Swisscom comptait déjà 70 000 clients et le nombre des entreprises qui en profitent dans le cadre de leurs activités commerciales dépasse aujourd'hui les 500. Grâce à ce succès,



<sup>1)</sup> Etat: juin 1998

**Nous sommes également actifs sur le marché de l'Internet par le biais de partenariats avec des fournisseurs de données.**

**Le système modulaire de Swisscom lui permet de proposer des solutions de réseaux assorties de diverses options.**

Swisscom se présente comme l'un des principaux fournisseurs d'accès à l'Internet de Suisse.

L'utilisation de l'Internet et de l'Intranet est essentiellement liée aux services de commerce électronique ainsi qu'aux services bancaires et services d'achats. Le commerce électronique est un terme générique qui désigne toutes les transactions commerciales réalisables par l'intermédiaire de réseaux informatiques. Il peut s'agir de commandes de produits, de vente de logiciels ou d'offres de services. Toutes ces opérations ont en commun le fait qu'elles sont payées directement sur le réseau, ce qui implique la nécessité de garantir la sécurité des transmissions de données. Avec «Gold Access», Swisscom propose un set complet de logiciels Internet performants destinés aux entreprises. Quant au service «NetGrouper», il permet à des groupes fermés d'utilisateurs de communiquer entre eux.

Nous sommes également actifs sur le marché de l'Internet par le biais de partenariats avec des fournisseurs de données, de la mise en place d'un réseau dans le secteur de la communication et de la formation des utilisateurs. A la fin de l'année dernière, Swisscom a notamment mis sur pied dans toute la Suisse, en collaboration avec IBM (Suisse) SA, des cours de formation destinés aux utilisateurs de PC et de l'Internet (projet LEVEL).

#### [Une communication interne optimale grâce à l'Intranet](#)

Contrairement à l'Internet, auquel quiconque disposant des équipements et du raccordement nécessaires peut accéder, l'Intranet permet de définir le cercle des utilisateurs, ainsi que le type et l'étendue de leur accès. Réseau interne d'entreprise par excellence, il accélère les échanges d'informations, de même que les processus décisionnels et de production. Quant à l'Extranet (ouverture sélective de l'Intranet), il sert à connecter de manière simple le réseau interne d'une entreprise aux systèmes de communication d'autres entreprises ou organisations. Il est ainsi possible d'offrir ses services sur de nouveaux marchés, tout en multipliant le nombre de ses clients ou partenaires. Lorsque l'Intranet et l'Extranet sont en place, il ne reste plus qu'un tout petit pas à faire pour entrer dans le «village global» de l'Internet.

#### [Transmission à large bande \(Managed Bandwidth\)](#)

Un réseau d'entreprise moderne doit offrir des performances maximales et être extensible à volonté. Grâce à son système modulaire, Swisscom est à même de satisfaire à ces exigences et de proposer des solutions assorties de diverses options pour la transmission de la parole, de données, d'images et de séquences vidéo. Ce système s'applique aussi bien à l'amélioration de réseaux existants qu'à la réalisation de nouveaux projets. Afin d'assurer la



qualité et la disponibilité des services, les réseaux de clients sont surveillés jour et nuit et de bout en bout par notre centre de services de Berne. En cas de dérangement, le service de gestion des réseaux se charge de localiser et de supprimer immédiatement le défaut, garantissant ainsi la continuité de la transmission des données. La gestion de la largeur de bande (Managed Bandwidth), la surveillance de bout en bout et la commutation automatique sur des circuits de secours sont assurées par un système de gestion informatisée très performant, baptisé MilaNet. A la fin de 1997, à la suite du triplement de sa capacité, la plate-forme MilaNet exploitait 1500 nœuds de réseaux, ce qui fait d'elle l'un des plus grands réseaux au monde du fabricant Newbridge. Actuellement, MilaNet gère 11 000 conduits de clients.

#### Annuaire

Le lancement de l'annuaire téléphonique sur CD-ROM a été couronné de succès. On peut relever en outre que si les grandes et moyennes entreprises utilisent de préférence la version réseau de l'annuaire, la clientèle résidentielle, pour sa part, tend à rester fidèle à l'annuaire sur papier, dont le tirage s'est stabilisé à huit millions d'exemplaires environ. Les nouveaux annuaires Internet «Yellow Pages» ainsi que le répertoire des adresses électroniques (e-mail et homepages) sont également de plus en plus sollicités.

## Des ressources optimales pour des réseaux et services internationaux de qualité

**Responsable des services d'interconnexion, l'unité Carrier Services s'occupe également de la vente de solutions et de services réseaux novateurs à d'autres opérateurs nationaux ou internationaux. Son offre inclut l'infrastructure de transmission et de diffusion de programmes de radio et de télévision en Suisse.**

Grâce à son système de transmission universelle SYDINET, Swisscom est en mesure de répondre aux moindres désirs de ses clients, tant dans le domaine des services classiques que dans ceux du multimédia ou de l'Internet. De plus, la collaboration établie entre Swisscom et ses partenaires suédois et néerlandais d'Unisource a permis de mettre en place les mêmes plateformes de transmission universelle dans chacun des trois pays concernés. Cette étroite collaboration a également débouché sur la création, à Berne, d'un centre de compétences commun chargé de tirer le meilleur profit des nombreuses synergies susceptibles de se dégager d'une telle infrastructure de transmission universelle. Les réseaux nationaux des trois pays, ainsi que d'autres points d'accès situés dans des grandes villes européennes, sont reliés entre eux par le biais du «European Backbone Network» (EBN), ce qui permet de réaliser rapidement des liaisons de bout en bout extrêmement fiables.

### CityCore et CityLink

Avec les réseaux urbains installés dans les principaux centres économiques du pays, nos clients disposent d'une infrastructure moderne, basée sur la fibre optique et répondant aux plus hautes exigences. Ces réseaux à haut débit sont particulièrement intéressants pour la clientèle du secteur tertiaire. La disponibilité permanente des liaisons peut en outre être garantie par la mise en place de circuits de secours.

### Libéralisation et plan de numérotation

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1996, l'attribution des numéros de téléphone et de fax est du ressort de l'Office fédéral de la communication (OFCOM) et, à la fin de cette même année, on a introduit les nouveaux numéros à sept chiffres. Chaque opérateur doit désormais s'acquitter d'une taxe unique pour l'attribution des blocs de numéros demandés, ainsi que d'une redevance annuelle pour leur utilisation.

### MediaLink pour la transmission audiovisuelle

Dans le domaine de la transmission audiovisuelle, l'offre de Swisscom va du simple raccordement aux infrastructures de transmission d'images et de son les plus complexes. Les solutions globales de Swisscom, mises au point avec le concours des clients, incluent notamment la mise à disposition d'équipe-

**Nos réseaux à haut débit sont particulièrement intéressants pour la clientèle du secteur tertiaire.**

ments de studio complets, de systèmes mobiles pour la diffusion en direct et de stations terrestres mobiles pour les transmissions par satellite. Avec la gamme de produits MediaSet, nous offrons ainsi des solutions sur mesure pour la transmission de programmes audiovisuels.

#### Transmission des programmes par satellite

La transmission des programmes de télévision SF DRS, TSR et TSI est assurée par plus de 1600 émetteurs et réémetteurs répartis sur 480 sites. Le réseau analogique ayant atteint la limite de ses capacités, des satellites seront utilisés à l'avenir pour améliorer la qualité de l'image. Deux stations ont déjà été équipées à cet effet. Par ailleurs, l'offre de programmes de certains émetteurs a pu être étendue malgré le manque de fréquences disponibles.

#### Poursuite de l'extension du réseau des émetteurs OUC

A la fin de 1997, 798 émetteurs répartis sur 264 sites diffusaient les programmes de la SSR, dont 62% desservaient les régions de langue allemande et rétho-romanche, 22% les régions italophones et 16% la Suisse romande. En vue d'assurer une couverture intégrale des axes routiers en Suisse, nous avons adapté les émetteurs dans les cantons de St-Gall et des Grisons et mis en service cinq nouvelles stations de radiodiffusion permettant la réception des programmes dans les tunnels.

## Participations internationales

### Filiales et sociétés apparentées

Nom	Siège, pays	Participation en %
JászTel Rt.	Jászberény, Hongrie	50
Mutiara Swisscom Berhad	Kuala Lumpur, Malaisie	30
Sterling Cellular Limited	New Delhi, Inde	32,51
Swisscom North America, Inc.	Washington D.C., Etats-Unis	100
Swisscom S.p.A.	Milan, Italie	100
Swisscom Telekommunikations GmbH	Vienne, Autriche	100
Telecom FL AG	Vaduz, Principauté de Liechtenstein	100
TelSource N.V. <sup>1)</sup>	La Haye, Pays-Bas	49
tesion, GmbH & Co. KG	Stuttgart, Allemagne	50
Unisource N.V.	Hoofddorp, Pays-Bas	33,3

### Autres participations

Infonet Service Corporation	El Segundo, CA, Etats-Unis	18,7
-----------------------------	----------------------------	------

<sup>1)</sup> Détient une participation dans SPT

## Activités internationales

**Sur le plan international, Swisscom applique une stratégie visant, d'une part, à répondre aux besoins de sa clientèle actuelle et, d'autre part, à élargir son marché intérieur traditionnel. Il s'agit en outre pour Swisscom de consolider ses participations à l'étranger et de mieux les intégrer aux autres activités opérationnelles du groupe.**

Les principaux axes de la stratégie internationale de Swisscom sont l'extension du marché intérieur, la présence de l'entreprise dans certaines métropoles de première importance (hot spots) ainsi qu'une offre de services complets à l'échelle européenne. Nous avons en outre l'intention de renforcer, aux niveaux financier et opérationnel, les participations internationales que nous détenons dans le domaine de la communication mobile.

### Extension du marché intérieur

La stratégie de Swisscom consiste à étendre son marché intérieur en créant des filiales ou des co-entreprises dans les régions limitrophes des pays voisins. Pour illustrer l'importance stratégique de ces régions, il suffit de mentionner qu'elles représentent un marché potentiel de quelque 24 millions d'habitants.

### Allemagne

En Allemagne, Swisscom détient 50% des parts de tesion GmbH & Co. KG, établie à Stuttgart. Il s'agit d'une co-entreprise créée avec Energie Baden-Württemberg (EnBW), le principal fournisseur d'électricité du Land de Bade-Wurtemberg. tesion, qui dispose d'un réseau de fibres optiques de 3000 km, le deuxième du Land, est très bien placée pour profiter des relations établies entre EnBW et de nombreux clients potentiels. Swisscom, de son côté, a mis dans la corbeille son savoir-faire dans le domaine des télécommunications et propose, depuis janvier 1998, des services de transmission de la parole et des données ainsi que des services multimédia destinés à la clientèle aussi bien résidentielle que commerciale.

### Italie

Swisscom a récemment constitué à Milan une filiale qu'elle détient à 100%, Swisscom S.p.A. Par son intermédiaire, Swisscom entend proposer des services spécifiques de communication de la parole et de données à la clientèle commerciale et aux grandes entreprises de Lombardie. Comptant 4 millions d'habitants et quelque 37 000 PME, la Lombardie est la première région économique du pays.

**Estel offre d'excellentes perspectives d'extension de notre marché sur sol français.**

**Swisscom entend assurer sa présence dans certaines métropoles d'importance stratégique.**

### **Principauté de Liechtenstein**

Swisscom et ses prédécesseurs ont assuré les services de télécommunications au Liechtenstein durant ces 75 dernières années. Aujourd'hui, la principauté a lancé un appel d'offres public pour l'octroi d'une licence à un opérateur de la branche. Telecom FL AG, la filiale détenue à 100% par Swisscom à Vaduz, a dans un premier temps obtenu la concession d'exploitation du service universel au niveau local et décroché le contrat de conception stratégique et de planification du réseau.

### **France**

En avril 1998, Swisscom et Electricité de Strasbourg (EDS) ont créé une entreprise commune baptisée Estel, chargée d'offrir des services de transmission de la parole et des services Internet sur le réseau d'EDS. Avec 1,6 million d'habitants, 42 000 PME et des liens étroits avec l'économie suisse, l'Alsace est une région qui présente d'excellentes perspectives d'extension de notre marché intérieur sur sol français.

### **Autriche**

En août 1997, Swisscom a fondé à Vienne une autre filiale baptisée Swisscom Telekommunikationsgesellschaft m.b.H. Fin mai 1998, elle a en outre pris une participation de 50% plus une action dans UTA Telekom AG, le principal opérateur privé autrichien. UTA propose, dans tout le pays, des solutions globales de télécommunications destinées à la clientèle privée et commerciale. Actuellement, elle se concentre sur la mise en place accélérée d'une offre de services de téléphonie couvrant l'ensemble du territoire national. Les activités de Swisscom Telekommunikationsgesellschaft m.b.H. sont intégrées à celles d'UTA Telekom AG.

### **Présence dans des villes d'importance stratégique**

Au-delà de l'extension du marché intérieur dans les pays voisins, nous avons l'intention d'être directement présents dans certaines villes d'importance stratégique (hot spots). Nous envisageons en particulier de proposer des services de télécommunications personnalisés aux grands clients commerciaux sur les places de New York, Londres, Paris, Francfort et Munich.

### **Swisscom North America Inc. (SCNA), Washington D.C.**

En mai 1997, nous avons fondé Swisscom North America Inc. (SCNA), une filiale détenue à 100% par Swisscom, avec siège à Washington D.C. et représentation à New York. Opérationnelle depuis le printemps 1998, SCNA offre des solutions de communication globales pour entreprises, des services de

**En 1997, le groupe Unisource est parvenu à accroître son volume d'affaires de 30%.**

gestion de réseau (Managed Network Services), des accords sur la qualité des services de bout en bout (End-to-End Service Level Agreements) ainsi qu'un service d'assistance disponible jour et nuit. Elle joue également le rôle d'interlocuteur unique aux Etats-Unis pour toutes les questions de gestion des services, telle la facturation.

#### Services globaux à l'échelle européenne

##### **Unisource N.V.**

En 1997, le groupe Unisource – fruit de l'alliance stratégique conclue entre Swisscom, KPN Telecom (Pays-Bas) et Telia (Suède) – a pu poursuivre le développement de ses activités et accroître son volume d'affaires d'environ 30%. Sa clientèle-cible est constituée d'entreprises multinationales et d'institutions internationales.

AT&T-Unisource Communications Services (AUCS) est détenue à 60% par Unisource et à 40% par AT&T. Concentrant ses activités sur les entreprises multinationales européennes, AUCS propose des solutions de télécommunications globales élaborées en fonction des besoins spécifiques de ses clients. Notre appartenance à WorldPartners, une alliance conclue entre Unisource, AT&T, KDD (Japon), Singapore Telecom et Telstra (Australie), confère en outre à notre offre de services une dimension planétaire. Elle permet à nos clients et à nos partenaires d'accéder aux ressources et au savoir-faire cumulés au sein de cette alliance par l'intermédiaire d'un seul et unique interlocuteur.

##### **Infonet Services Corporation, El Segundo CA, Etats-Unis**

Infonet Services Corporation, dans laquelle Swisscom détient une participation de 18,7%, fait partie des plus grands fournisseurs de solutions sur mesure applicables à la transmission de la parole et de données à l'échelle internationale. Infonet est active surtout dans le domaine des réseaux, où elle propose pour l'essentiel des services d'accès à distance, des applications pour l'Internet et l'Intranet ainsi que des services d'achats électroniques et de messagerie. Le réseau mondial d'Infonet est accessible dans plus de 180 pays et la société dispose de représentations locales dans 57 d'entre eux. L'actionnariat d'Infonet regroupe plusieurs grands opérateurs de télécommunications.

#### Participations internationales: communication mobile

Swisscom s'engage dans des marchés présentant un grand potentiel de croissance à long terme. Sa stratégie consiste à accroître l'influence qu'elle peut y exercer aux niveaux tant financier qu'opérationnel.

**Le réseau mondial d'Infonet est accessible dans plus de 180 pays.**

### **Mutiara Swisscom Berhad, Kuala Lumpur, Malaisie**

Swisscom a acquis 30% des parts de la société Mutiara Swisscom Berhad, ce qui en fait le principal actionnaire de cette société holding cotée à la bourse de Kuala Lumpur depuis décembre 1997. Mutiara Swisscom détient quant à elle 100% des actions de Mutiara Telecommunications Sdn. Bhd («Mutiara»). Le marché malaisien des télécommunications est l'un des plus dynamiques et des plus compétitifs de l'Asie du Sud-Est. Au cours de ces dernières années, Mutiara a rapidement mis en place une infrastructure technique de qualité basée sur la fibre optique, les micro-ondes numériques et la technologie VSAT. Le savoir-faire apporté par Swisscom dans les domaines des réseaux de communication mobile et du développement de produits, de services et de technologies a contribué de manière déterminante à la croissance de Mutiara. En Malaisie, l'entreprise détient des licences l'autorisant à exploiter le principal réseau national de communication mobile (GSM 1800), un réseau fixe, un service de passerelle internationale ainsi que des services VSAT et des services de transmission de données. Swisscom projette de développer Mutiara pour en faire sa principale tête de pont dans la région Asie-Pacifique. En 1997, Mutiara s'est déjà affirmée comme le numéro un de la téléphonie mobile en Malaisie. L'acquisition de nouveaux clients s'est toutefois ralentie en raison de la crise monétaire asiatique et de son influence sur la situation économique.

**Un réseau mobile GSM est en cours d'installation à New Delhi sous la direction de Swisscom.**

### **Sterling Cellular Limited, New Delhi, Inde**

En 1996, Swisscom a acquis une participation stratégique de 32,5% dans Sterling Cellular. Un réseau GSM s'appuyant sur les technologies les plus avancées est actuellement en cours d'installation dans la mégapole de New Delhi, qui compte pas moins de 12 millions d'habitants. Les produits et services y sont commercialisés sous la marque «Essar Cellphone». Une filiale, Aircel Digilink, détient en outre des licences d'exploitation pour les régions du Haryana, du Rajasthan et de l'Uttar Pradesh East, toutes situées dans le nord de l'Inde et dans lesquelles le réseau est appelé à desservir une population de 170 millions d'habitants. Dans les régions et ville mentionnées ci-dessus, le nombre de clients s'élevait à 125 000 environ à la fin de 1997. Tous ces réseaux mobiles sont désormais ouverts à l'exploitation commerciale. Le réseau de Delhi a été équipé de son troisième central de commutation au printemps 1998. Pas moins de 129 stations de base y relaient les signaux – parole et données – des clients non seulement d'Essar Cellphone, mais aussi des opérateurs avec qui un contrat d'itinérance a été conclu.

Autres participations: Europe de l'Est

**SPT Telecom a.s., Prague**

En 1995, Swisscom a acquis avec PTT Telecom Netherlands (aujourd'hui KPN Telecom) une participation stratégique de 27% dans l'entreprise nationale tchèque partiellement privatisée SPT Telecom. Ces parts sont détenues par TelSource, une co-entreprise néerlandaise à laquelle Swisscom participe à hauteur de 49%. Dans la perspective de la libéralisation du marché tchèque des télécommunications, SPT Telecom a pour mandat de consolider sa position de leader sur ce marché. Grâce à d'importants investissements consentis dans l'infrastructure, il est prévu d'installer quelque 4,4 millions de lignes téléphoniques d'ici à l'an 2000, ce qui correspond à un doublement du nombre actuel des raccordements fixes. Swisscom assiste l'opérateur national tchèque aussi bien sur le plan technique que sur celui de la gestion opérationnelle.

SPT Telecom détient en outre une participation de 51% dans Eurotel, l'un des deux exploitants de réseaux mobiles de la République tchèque. Le lancement de produits novateurs, comme la carte Natel easy développée par Swisscom, a permis à Eurotel, au cours de l'année 1997, de consolider son avance sur la concurrence.

**JászTel Rt., Jászberény, Hongrie**

Swisscom détient une participation de 50% dans JászTel Rt., également par l'intermédiaire d'une co-entreprise créée avec l'opérateur néerlandais KPN Telecom. Prestataire exclusif de services de télécommunications de la région hongroise de Jászág, JászTel Rt. sera prochainement vendue à l'exploitant national de réseaux Matáv. Le contrat, déjà signé, doit encore être approuvé par la commission de la concurrence de Hongrie.



## Swisscom et la clientèle

**De profonds bouleversements ont marqué à la fois l'organisation et la culture de l'entreprise durant la période qui a précédé la libéralisation du marché et la mise en place des nouvelles conditions-cadres. C'est ainsi que le projet «Change», lancé en 1995, s'est conclu par la naissance de Swisscom, une entreprise de services entièrement nouvelle, moderne et proche de la clientèle.**

**Toute notre organisation de vente est désormais orientée vers les besoins de la clientèle.**

Toute notre organisation de vente est désormais orientée vers les besoins de la clientèle et c'est pourquoi nous avons réparti nos clients en cinq segments bien distincts, qui tiennent dûment compte de leurs spécificités. Ainsi, les entreprises multinationales sont-elles suivies par une unité spécialisée dénommée «Multinational Corporations», tandis que les autres gros clients sont regroupés dans le segment «Named Accounts» et sont en principe confiés aux structures régionales de l'entreprise. Les trois autres segments, à savoir «Large Accounts», «Small and Medium Companies» et «Retail», ont pour interlocuteurs directs les diverses agences de Swisscom. Quant aux Swisscom Shops, ils s'occupent de la clientèle privée et des PME. Grâce à notre réseau de points de vente et de canaux de distribution couvrant l'ensemble du territoire, les clients peuvent s'adresser directement à nous dans toute la Suisse. Les anciennes directions d'arrondissement des télécommunications, au nombre de dix-sept, ont été remplacées par quatre directions régionales. Dans chacune de ces nouvelles régions, le marché local est exploité par plusieurs agences, qui s'occupent de la vente de nos produits et services et garantissent la présence constante de l'entreprise à proximité immédiate de la clientèle. Afin d'assurer la qualité du service, toute l'organisation de vente bénéficie en outre de l'assistance de l'unité «Customer Service», en relation notamment avec la réalisation, l'exploitation et la maintenance de solutions intégrées de communications.

### Les avantages de la nouvelle organisation de vente

- Optimisation du service à la clientèle: une organisation de vente structurée par segments de clientèle permet de mieux adapter l'offre de produits et services aux besoins particuliers du segment concerné et de former le personnel de vente de manière plus ciblée. Une telle structure a en outre pour effet de nous rapprocher davantage encore de nos clients.
- Fidélisation de la clientèle: les clients savent exactement à qui s'adresser au sein de l'entreprise et voient ainsi leurs demandes satisfaites de manière plus rapide et plus pertinente.
- Accroissement de la transparence: grâce à la segmentation du marché, les besoins de la clientèle apparaissent plus clairement, ce qui facilite l'acquisition de nouveaux clients et permet d'optimiser les activités de conseil et d'assistance.

**Des nouveautés sont lancées sur notre initiative et nous réagissons rapidement à l'évolution des besoins de nos clients.**

### Une offre dynamique

Que ce soit dans la réflexion ou l'action, la défense efficace de notre position de leader du marché exige que nous ayons toujours une longueur d'avance sur nos concurrents. C'est pour cela que nous avons toujours en point de mire le rapport qualité/prix de nos services, que nous inventons sans cesse de nouvelles formes de rabais et que nous développons des applications inédites. Des nouveautés sont en outre lancées sur notre initiative, nous savons réagir rapidement à l'évolution des besoins de la clientèle et n'hésitons pas à explorer de nouveaux canaux de vente et de distribution, ainsi qu'en témoigne les services Telesales et Electronic Commerce.

### La satisfaction du client comme étalon

Un service de première qualité, des produits et des prestations irréprochables, une offre répondant à la demande, des solutions intégrées et des prix concurrentiels sont les éléments qui contribuent le plus à la satisfaction du client. Nous veillons en outre à nous présenter sur le marché en garantissant un rapport qualité/prix optimal, tant il est vrai que ces deux aspects de l'offre sont indissociablement liés.

Pour Swisscom, la pression croissante de la concurrence, les exigences toujours plus élevées des clients et l'évolution de la technique s'accompagnent certes du risque de perdre des parts de marché, mais elles lui ouvrent également de nouvelles perspectives. C'est pourquoi nous nous appliquons non seulement à soigner notre système de vente traditionnel, mais aussi à développer de nouveaux canaux de distribution externes.

### Un service à la clientèle en constante amélioration

L'intérêt que nous portons à nos clients ne s'évanouit pas dès que la vente du produit ou du service souhaité est conclue. Bien au contraire. Afin de maintenir et d'améliorer encore la qualité élevée de nos prestations, notamment du service après-vente, nous mesurons systématiquement le taux de satisfaction de notre clientèle et, si nécessaire, prenons immédiatement les mesures correctives qui s'imposent.

### Réfléchir globalement pour agir localement

Malgré la dimension planétaire du marché des télécommunications, une présence nationale et même locale restera indispensable à l'avenir. Notre bonne implantation en Suisse et notre réseau de vente réparti sur l'ensemble du territoire constituent en effet des avantages concurrentiels auxquels nous tenons. Et grâce à nos participations internationales, à nos filiales à l'étranger et à nos alliances, nous sommes en mesure de proposer à tous nos clients des services complets de première qualité.

**Afin d'améliorer la qualité de nos services, nous mesurons systématiquement le taux de satisfaction de nos clients.**

## Swisscom et le personnel

**La situation de nos collaboratrices et collaborateurs est en pleine évolution. Les profondes mutations subies par le secteur des télécommunications en général, et par notre entreprise en particulier, ont mis à l'épreuve la souplesse et la motivation de tout notre personnel. Avec les nouvelles conditions-cadres, chacun a désormais un rôle précis à jouer pour garantir la solidité et l'universalité de l'entreprise dans son nouvel environnement libéralisé.**

**Nous sommes conscients que seul un personnel motivé nous permettra d'augmenter de manière substantielle la valeur de l'entreprise.**

**Les valeurs que nous privilégions sont la responsabilité individuelle, la souplesse, la mobilité et le dynamisme.**

C'est à nos collaboratrices et collaborateurs que l'on doit la réussite de la transformation de l'ancienne régie d'Etat Télécom PTT en une société anonyme de droit public, et nous aimerions rendre ici hommage à l'engagement, à la loyauté et à l'enthousiasme dont ils ont fait preuve tout au long de ce processus. Nous sommes conscients que seul un personnel qualifié et motivé permet d'augmenter de manière substantielle la valeur d'une entreprise. Qu'il s'agisse donc de mener à bien nos multiples tâches quotidiennes ou d'atteindre nos objectifs stratégiques, c'est ensemble que nous y parviendrons.

### Nouvelle culture d'entreprise

La culture d'entreprise se reflète à nos yeux dans les attitudes que nous adoptons au sein même de l'entreprise et vis-à-vis de nos interlocuteurs externes, en particulier nos clients. Les valeurs que nous entendons privilégier sont notamment la responsabilité individuelle, la souplesse, la mobilité et le dynamisme, alliées à la capacité de gérer les risques et les conflits. Des sondages réalisés auprès du personnel et de la clientèle ainsi que des workshops internes consacrés au thème du changement nous permettent d'évaluer la manière dont cette culture d'entreprise est effectivement vécue. C'est ainsi que le 28 septembre 1997, à l'occasion du lancement de Swisscom, l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs de l'entreprise étaient invités à participer avec leur famille à un grand Festival Télécom organisé à Olten. Le succès remporté par la manifestation donna une image éclatante de la motivation, de l'esprit d'équipe et de la volonté de changement qui animent notre personnel. Nous offrons à nos collaboratrices et collaborateurs des conditions de travail attrayantes, un environnement dynamique et des possibilités de perfectionnement très intéressantes. Swisscom est ainsi sur la bonne voie pour devenir l'un des principaux employeurs du pays, attirant un personnel particulièrement qualifié et motivé.

### De nouvelles conditions d'engagement

Le 1<sup>er</sup> janvier 1998 est une date importante pour la future politique du personnel de Swisscom SA et, partant, pour tous ses employés. Entrée en vigueur à cette date, la loi sur l'entreprise de télécommunications (LET) prévoit en effet que, hormis certains cas dûment motivés, le personnel de Swisscom restera soumis au statut des fonctionnaires jusqu'à la fin de l'an 2000, mais que dès le 1<sup>er</sup> janvier 2001, il ne fera plus partie du personnel de la Confédération. Le statut et le règlement des fonctionnaires laisseront alors la place à une convention collective de travail, qui régira l'ensemble des rapports de travail au sein de Swisscom.

### Une politique du personnel socialement avancée

En 1997, notre entreprise a occupé en moyenne 22 145 personnes, et plus de 700 apprentis de professions reconnues par l'OFIAMT. A long terme, notre compétitivité ne pourra toutefois être améliorée qu'au prix d'une diminution du nombre d'emplois, dont l'ampleur dépendra de l'évolution du marché. Des projets ciblés de reconversion professionnelle, des mises à la retraite anticipée, de nouveaux modèles de temps de travail, des aides au démarrage et d'autres mesures contribueront à éviter tout licenciement de collaborateurs permanents. De plus, afin d'assister les personnes concernées dans les questions de reconversion, de retraite anticipée ou d'outplacement, nous avons mis sur pied à l'échelle du groupe un service de placement et conseil professionnels, chargé également de coordonner la gestion d'éventuelles surcapacités ou sous-capacités en personnel.

### Des mesures de formation ciblées

En 1997, les activités de formation se sont concentrées sur la réorganisation de Swisscom et sur les besoins découlant de l'imminente libéralisation d'un marché où la concurrence s'annonçait particulièrement vive. Les collaboratrices et collaborateurs de tous les niveaux et secteurs de l'entreprise ont pu se familiariser avec les répercussions qu'allait entraîner le passage d'un statut d'établissement de la Confédération à celui de société anonyme. Les programmes de formation spéciaux mis sur pied avaient également pour objectif de leur communiquer l'état d'esprit nécessaire à ce changement. Dans le cadre du projet «Change», un service d'assistance a répondu rapidement et avec compétence à toutes les questions du personnel relatives au projet. En outre, quelque 20 000 personnes ont suivi les workshops portant sur le «Mind Change» et le management de la qualité. Les séminaires consacrés aux thèmes du changement et du coaching ainsi que la formation des cadres se poursuivent. Nous accordons également une grande importance à la

**Avec la formation des apprentis, nous apportons une importante contribution à l'économie suisse.**

formation des apprentis dans les domaines technique et commercial, apportant ainsi une contribution importante à l'économie suisse.

#### Centres de formation Swisscom à Martigny et à Pfäffikon

Le centre de congrès et de séminaires Centre du Parc à Martigny (VS) a été inauguré en mai 1998 et le Seedamm Plaza à Pfäffikon (SZ) entrera en service en automne 1998. Ces centres de formation Swisscom sont également à la disposition de tiers, tels que sociétés de formation, clients, organisations ou associations. Ils offrent l'infrastructure nécessaire aux manifestations les plus diverses, services hôteliers compris.

#### Développement du personnel et des cadres

Swisscom entend promouvoir la relève des cadres à partir de ses propres rangs. En 1996 déjà, elle a jeté, avec l'aide de spécialistes, les bases d'un programme d'évaluation de la relève destiné à assurer l'identification précoce ainsi que la promotion des futurs cadres de l'entreprise. Les premières expériences sont jugées comme tout à fait concluantes, aussi bien par les candidats que par les membres de la direction participant au programme. Les processus d'évaluation individuelle et de groupes sont l'un des piliers du développement du personnel et des cadres et sont de plus en plus appliqués dans l'ensemble du groupe.

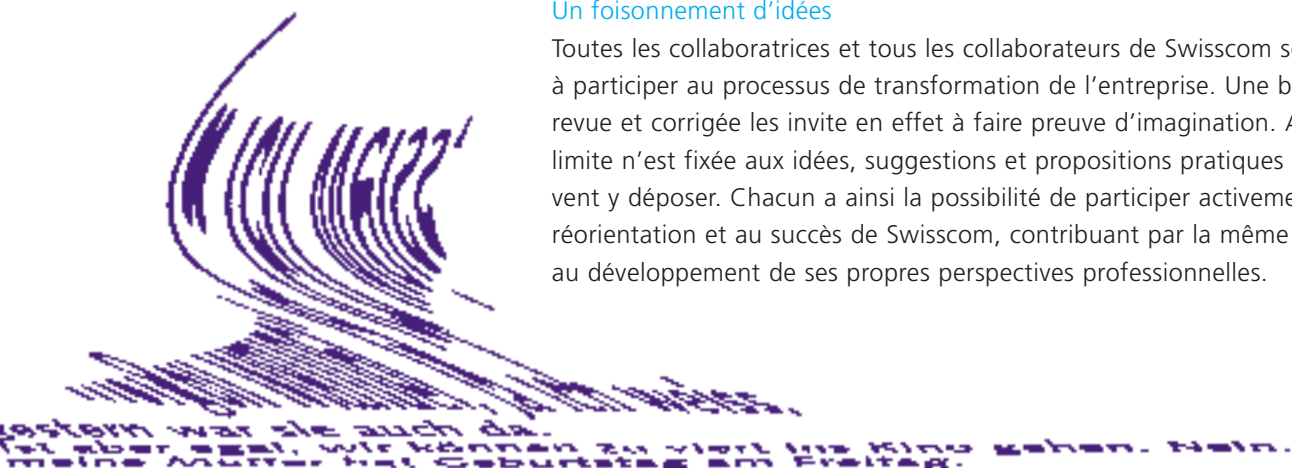
#### Mise en œuvre d'instruments de gestion modernes

Le 1<sup>er</sup> janvier 1998, Swisscom s'est dotée d'un nouvel instrument de gestion du personnel: l'appréciation des collaboratrices et collaborateurs (ACC). L'ACC est basée sur des objectifs convenus individuellement entre les supérieurs et leurs collaborateurs. Dans le cadre d'un projet pilote «Feedback aux supérieurs», nous soumettons également les cadres à ce programme d'appréciation. D'autres innovations visent l'introduction d'un système de rétribution souple et orienté vers les prestations ainsi que le développement de nouveaux modèles de temps de travail.

#### Un foisonnement d'idées

Toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs de Swisscom sont appelés à participer au processus de transformation de l'entreprise. Une boîte à idées revue et corrigée les invite en effet à faire preuve d'imagination. Aucune limite n'est fixée aux idées, suggestions et propositions pratiques qu'ils peuvent y déposer. Chacun a ainsi la possibilité de participer activement à la réorientation et au succès de Swisscom, contribuant par la même occasion au développement de ses propres perspectives professionnelles.

**Chacun a la possibilité de contribuer activement à la réorientation et au succès de l'entreprise.**



## Swisscom et le public

**Depuis le 1<sup>er</sup> octobre 1997, Swisscom se présente au grand public sous une nouvelle identité d'entreprise, indiquant ainsi clairement que la transition entre son passé de régie d'Etat et son avenir de société anonyme est un fait accompli. Exprimant le caractère et les valeurs de Swisscom, la nouvelle image de marque symbolise le renouveau de l'entreprise, sa nouvelle culture, son dynamisme et la confiance qu'elle a en elle-même.**

**La nouvelle identité d'entreprise marque la rupture avec le passé.**

**La nouvelle image de marque symbolise le renouveau et la nouvelle culture de l'entreprise.**

**Le parrainage de concerts classiques nous tient particulièrement à cœur, car la musique aussi crée des liens entre les hommes.**

L'introduction du nouveau logo s'est faite en application des directives émises sur la Corporate Identity. Durant les mois de septembre et d'octobre 1997, la nouvelle enseigne a été posée en quelques semaines à peine sur les 80 principaux bâtiments du groupe. Quelque 7000 véhicules et 13 000 cabines téléphoniques étaient simultanément dotés du visuel flambant neuf de Swisscom. Il s'est agi en outre d'appliquer le nouveau Corporate Design à tous nos imprimés, papiers à lettres, équipements et terminaux, sans oublier les sites Internet et Intranet. Les tenues de 10 000 collaboratrices et collaborateurs ont également été redessinées, les anciens uniformes étant remplacés par des vêtements à la fois plus plaisants et fonctionnels.

La couverture médiatique très importante dont a bénéficié le passage de Télécom PTT à Swisscom a largement contribué à en faire un événement auprès du grand public. La nouvelle image de marque de l'entreprise s'est rapidement imposée dans tout le pays grâce à une campagne publicitaire, dans la presse et les médias électroniques entre la fin du mois de septembre et le milieu du mois d'octobre 1997. Clients, partenaires et collaborateurs de Swisscom ont très bien accueilli cette nouvelle image de marque.

**Pour une information rapide, complète et actualisée: Internet**

Les principales informations relatives à l'entreprise en général ou à ses produits et services sont disponibles en tout temps sur les sites Internet de Swisscom, de plus en plus visités. Les adresses en sont les suivantes: «<http://www.swisscom.ch>» et «<http://www.swisscom.com>».

**Sponsoring ciblé**

Les importantes activités de sponsoring dans lesquelles nous sommes engagés nous permettent à la fois de promouvoir notre image et nos ventes et de soigner nos relations avec la clientèle, contribuant ainsi activement à la réalisation de nos objectifs d'entreprise. Les domaines que nous privilégions sont le tennis, le cinéma, la musique, les sciences et les techniques ainsi que les grands projets d'envergure nationale tels que l'Expo.01 et la candidature de Sion aux Jeux olympiques d'hiver de 2006.

## Swisscom et l'environnement

**En matière d'environnement, nous prenons nos responsabilités très au sérieux. Dans chacun de nos domaines d'activité, nous appliquons systématiquement toute mesure permettant d'en promouvoir le respect. Nous contrôlons notre consommation d'énergie et recyclons nos matériaux depuis de nombreuses années, avec succès. Une formation permanente et bien ciblée nous permet de motiver notre personnel et de lui faire accepter les contraintes d'une telle politique. Nous informons en outre régulièrement le grand public de nos efforts dans ce domaine et sommes désormais, en matière de protection de l'environnement, un partenaire crédible et compétent.**

**Notre système de management de l'environnement est conforme à la norme internationale ISO 14001.**

**Par une politique d'achats responsable, nous entendons promouvoir un comportement respectueux de notre environnement.**

La promotion de la qualité, le respect de l'environnement et le maintien de la sécurité sont au centre de nos préoccupations. Notre politique en matière d'environnement participe en effet d'un système de management intégré de la qualité, de l'environnement et de la sécurité, conforme à la norme internationale ISO 14001. Celle-ci impose notamment une gestion intégrale et rigoureusement planifiée de l'environnement, incluant toutes les activités de l'entreprise. Notre système de management intégré a été structuré en plusieurs unités d'organisation autonomes, de manière à responsabiliser le plus grand nombre possible de personnes et optimiser l'efficacité de toutes les mesures appliquées. En collaboration avec leurs équipes respectives, plus de 30 managers de l'environnement élaborent et mettent en pratique les programmes de gestion appropriés. Dans ce domaine également, Swisscom occupe donc une position d'avant-garde sur le marché international des télécommunications, ce dont témoigne par ailleurs la certification de la quasi-totalité des unités d'organisation selon la norme écologique ISO 14001.

### **Des services respectueux de l'environnement**

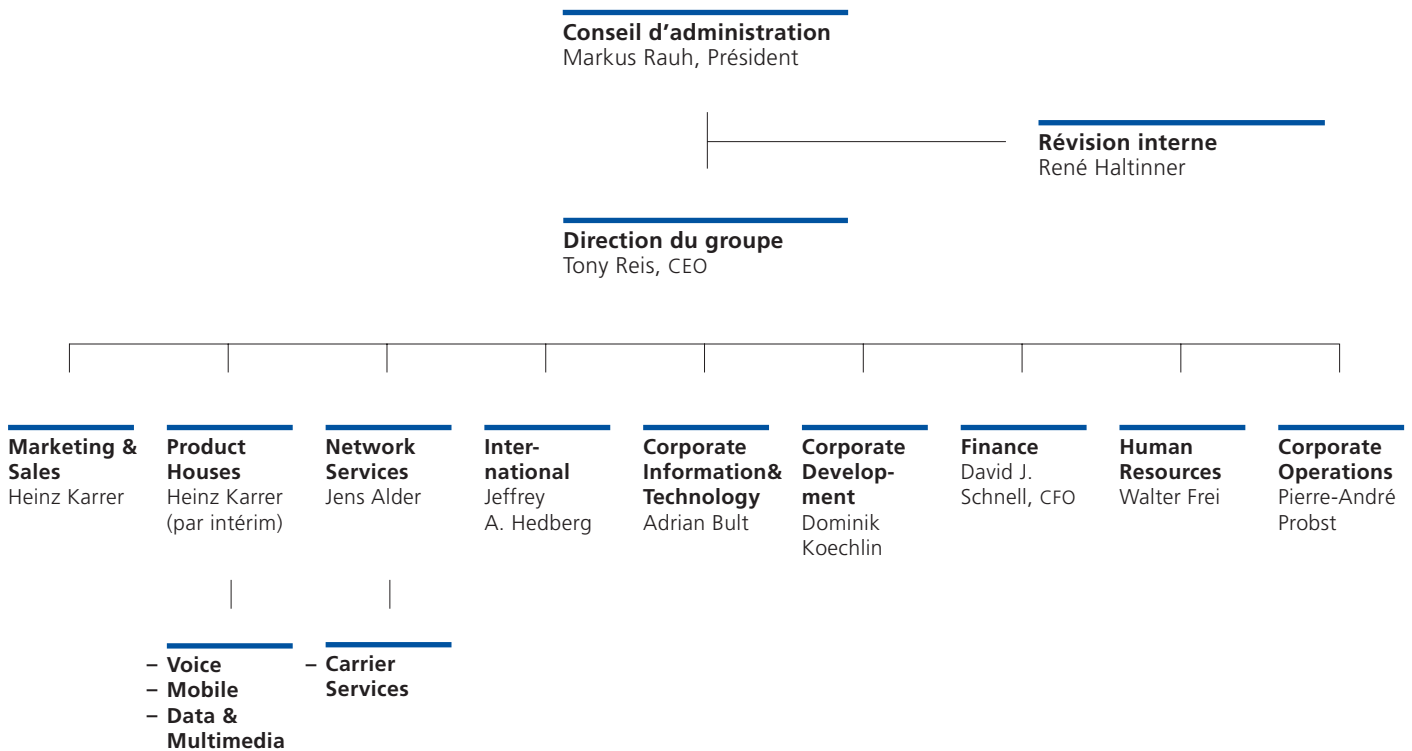
Nous nous efforçons de développer, réaliser et commercialiser des services de télécommunications qui n'ont que peu ou pas du tout d'effets négatifs sur l'environnement. Nous encourageons en outre nos fournisseurs et nos partenaires à développer des systèmes qui permettent d'économiser des ressources et de l'énergie. Des exemples de tels systèmes nous sont donnés par les services de visioconférence, de télésurveillance ou de diagnostic et conseil à distance, qui rendent inutiles des déplacements de personnes parfois très longs. Le courrier électronique (e-mail) réduit quant à lui la consommation et le transport de papier. En fondant nos choix et notre politique d'achats sur une attitude responsable, nous entendons promouvoir dans le domaine des télécommunications une utilisation rationnelle des ressources et un comportement respectueux de notre environnement.

**Nous contrôlons notre consommation d'énergie et recyclons nos matériaux depuis de nombreuses années, avec succès.**

Quelques exemples de notre engagement en faveur de l'environnement:

- nous contrôlons notre consommation d'énergie depuis plus de dix ans et exploitons le potentiel d'économie dans toute la mesure du possible;
- nous misons sur des constructions durables et écologiques, dotées d'une bonne isolation thermique. Les toits en terrasse et les abords des bâtiments sont aménagés le plus naturellement possible;
- nous économisons de l'énergie en optimisant les installations d'éclairage, de chauffage, de climatisation et de refroidissement ainsi que les installations sanitaires;
- dans l'ensemble de notre réseau fixe, nous utilisons des gaines de câble en polyéthylène et non en PVC;
- nous participons à des projets de recyclage et utilisons également des matériaux recyclés (p.ex. tubes de protection de câbles);
- nous examinons les possibilités de recyclage de tous les matériaux usagés. Lors de la séparation des déchets, nous trions jusqu'à 40 matériaux différents;
- en relation avec l'organisation du service à la clientèle, nous choisissons les véhicules et établissons les itinéraires en fonction de critères écologiques;
- nous contrôlons la compatibilité des articles en stock avec l'environnement et éliminons les produits présentant des risques;
- nous faisons intervenir des critères écologiques dans le choix des produits et des fournisseurs.

## Conseil d'administration et direction du groupe





Ernst Hofmann  
 André Richoz      Helmut Woelki      Markus Rau      Peter Küpfer      Rose Gerrit Huy      Franco Ambrosetti  
 Jacqueline Demierre      Felix Rosenberg

## Conseil d'administration

**Markus Rau,**  
 président, né en 1939  
 Diplôme d'ing. en mécanique  
 et titre de Dr ès sciences techniques de l'EPF de Zurich  
 Parcours professionnel:  
 Sperry Univac, Philips, Wild  
 Leitz, président de la direction  
 du groupe Leica, président du  
 conseil d'administration d'AGI

**Franco Ambrosetti,**  
 né en 1941  
 Etudes en économie d'entreprise à Zurich et à Bâle,  
 licencié en sciences politiques  
 Président et délégué du conseil  
 d'administration d'Ambrosetti  
 Technologies SA depuis 1995

**Jacqueline Françoise  
 Demierre,**  
 née en 1954  
 Apprentissage de secrétaire des  
 télécommunications aux PTT,  
 école bernoise de cadres, haute  
 école de direction d'entreprise,  
 marketing et communication  
 Parcours professionnel:  
 office télégraphique de Berne,  
 direction générale des PTT, cadre  
 dans le secteur Entreprises  
 multinationales à la direction  
 générale des PTT depuis 1992

**Ernst Hofmann,**  
 né en 1937  
 Verkehrsschule de St-Gall,  
 apprentissage de télégraphiste,  
 office télégraphique de Zurich  
 Parcours professionnel: direction  
 des télécommunications de Bâle,  
 secrétaire central de la  
 Fédération des associations  
 des fonctionnaires des PTT et  
 des douanes, vice-président de  
 la Fédération suisse des PTT,  
 membre de la direction de  
 l'Union syndicale suisse

**Rose Gerrit Huy,**  
 née en 1953  
 Etudes en économie publique  
 et en mathématiques à Ham-  
 bourg et à Strasbourg, diplômes  
 d'économiste et de mathématicienne  
 Parcours professionnel:  
 Daimler-Benz, directrice de  
 Compaq Deutschland GmbH  
 depuis 1997

**Peter Küpfer,**  
 né en 1944  
 Expert-comptable diplômé  
 Parcours professionnel:  
 Revisuisse, Financière CSFB, CS  
 First Boston, CS Holding,  
 Banque Leu AG, Leu Holding,  
 conseiller d'entreprise indépendant  
 depuis 1997

**André Richoz,**  
 né en 1947  
 Docteur en physique de  
 l'EPF de Zurich  
 Parcours professionnel:  
 National Scientific Fund, Credit  
 suisse, groupe Sulzer, directeur  
 du groupe Charmilles de  
 Georg Fischer AG depuis 1990,  
 président du groupe SIKA

**Felix Rosenberg,**  
 né en 1941  
 Etudes de droit à Berne  
 Parcours professionnel:  
 greffier du tribunal de district  
 de Baden, conseiller d'Etat du  
 canton de Thurgovie, membre  
 de la direction générale des  
 PTT, président de la direction de  
 Télécom PTT et de Swisscom  
 jusqu'à fin mars 1998, représentant  
 de la Confédération

**Helmut Woelki,**  
 né en 1949  
 Diplômé de l'école supérieure  
 de commerce de Francfort-  
 sur-le-Main  
 Parcours professionnel:  
 Fegro Handelsgesellschaft, SAS  
 Service Partner, président  
 de la direction du groupe LSG  
 Lufthansa Service Holding AG



Dominik Koechlin

Adrian Bult

Heinz Karrer

Jeffrey A. Hedberg

David J. Schnell

Pierre-André Probst

Walter Frei

Tony Reis

Jens Alder

## Direction du groupe

### Tony Reis,

président de la direction du groupe, né en 1941  
Ecole de commerce de Lucerne, Cercle Commercial de Paris, Swiss Mercantile College à Londres  
Parcours professionnel: IBM Europe, en dernier lieu General Manager «Country Operations» à Paris, Télécom PTT  
Mandats au sein de conseils d'administration: Banque Vontobel à Zurich, Micronas à Zurich, V-ZUG à Zoug

### David J. Schnell,

directeur Finance, né en 1947  
Etudes d'économie d'entreprise en Suisse et aux Etats-Unis, école d'experts-comptables de Zurich  
Parcours professionnel: General Electric (USA), DEC, ITT Europe, Elco Looser Holding, Télécom PTT

### Adrian Bult,

directeur Corporate Information & Technology, né en 1959  
Etudes d'économie d'entreprise à l'Université de St-Gall  
Parcours professionnel: IBM Suisse, Télécom PTT

### Pierre-André Probst,

directeur Corporate Operations, né en 1945  
Diplôme d'ingénieur électricien à l'EPF de Zurich  
Parcours professionnel: EPF de Zurich, direction générale des PTT, Télécom PTT

### Jens Alder,

directeur Network Services, né en 1957  
Diplôme d'ingénieur électricien à l'EPF de Zurich, MBA de l'INSEAD de Fontainebleau  
Parcours professionnel: Standard Telephon & Radio AG, Alcatel STR AG, Motor Columbus AG, Alcatel Suisse SA

### Heinz Karrer,

directeur Marketing & Sales, né en 1959  
Etudes d'économie nationale à l'Université de St-Gall  
Parcours professionnel: Union de Banques Suisses, Association des fabricants, des fournisseurs et des agents suisses d'articles de sport, Intersport, Ringier SA, Télécom PTT  
Mandats au sein d'un conseil d'administration: Intersport PSC Holding SA

### Dominik Koechlin,

directeur Corporate Development, né en 1959  
Docteur en droit, MBA de l'INSEAD de Fontainebleau  
Parcours professionnel: banque Sarasin & Cie, fondateur et partenaire d'une société de conseillers d'entreprises, Télécom PTT

### Walter Frei,

directeur Human Resources, né en 1943  
Etudes à l'Université de Zurich, orientation maître d'école secondaire  
Parcours professionnel: direction des télécommunications de Zurich, direction générale des PTT, Télécom PTT

### Jeffrey A. Hedberg,

directeur Swisscom International, né en 1961  
BBA de l'Université de Boston, MAB de Denver avec orientation relations internationales, économie et commerce international  
Parcours professionnel: Matuschka Group, TVM Techno Venture Management, US West Inc., Coopers & Lybrand, Télécom PTT

## Vérificateurs des comptes de groupe et organe de révision au sens du droit des sociétés

Revisuisse Price Waterhouse, Berne

# Glossaire

**ATM**

Asynchronous Transfer Mode ou mode de transfert asynchrone, système de transmission à large bande

**Audiotex**

Service d'informations vocales telles que les prévisions météorologiques ou l'horloge parlante

**COMCOM**

Commission fédérale de la communication

**CPE**

Customer Premises Equipment

**CPS**

Customer Premises Solutions

**ERMES**

Enhanced Radio Message System

**FSAN**

Full Service Access Network

**Gateway**

Nœuds de réseau, passerelle

**GSM**

Global System for Mobile Communications

**IN**

Intelligent Networks

**Interconnexion**

Accès de tiers au réseau de Swisscom

**ISDN**

Integrated Services Digital Network, en français RNIS: réseau numérique à intégration de services

**Itinérance (roaming)**

Possibilité d'utiliser son téléphone portable au-delà des frontières d'un pays en conservant le même numéro d'appel et la même carte GSM

**Last mile**

Dernière ramification du réseau fixe garantissant l'accès physique au domicile des clients

**Multimédia**

Ensemble des techniques et des produits informatiques qui permettent l'utilisation simultanée et interactive de plusieurs modes de représentation de l'information (textes, sons, images fixes et animées)

**Natel**

Nom de marque désignant les réseaux de téléphonie mobile de Swisscom

**Norme DECT**

Norme Digital European Cordless Telephone

**OFCOM**

Office fédéral de la communication, Bienne

**Paging**

Système de radiomessagerie unidirectionnel permettant de transmettre de courts messages à des récepteurs appelés pageurs

**PSTN**

Public Switched Telephone Network, réseau téléphonique public (analogique)

**Services d'accès à distance**

Accès à des données ou à des logiciels distants à partir d'une station de travail

**SYDINET**

Synchronous Digital Network, réseau numérique synchrone

**TQM**

Total Quality Management, management total de la qualité

**WELCOM**

World Electronic Community

## Adresses

	<p><b>Siège principal</b>  <b>Swisscom SA</b>            Case postale            Viktoriastrasse 21            CH- 3050 Berne            Téléphone +41 31 342 11 11            Télécopie +41 31 342 25 49            E-Mail: swisscom@swisscom.com</p>		
<b>Allemagne</b>	<p><b>Participations et filiales</b>  <b>tesion Kommunikationsnetze</b>  <b>Südwest GmbH &amp; Co. KG</b>            Kriegsbergstrasse 11            D-70174 Stuttgart            Téléphone +49 711 2021-0            Télécopie +49 711 2021-612            E-mail: telefonzentrale@tesion.net</p>		
<b>Autriche</b>	<p><b>Swisscom Telekommunikations-</b>  <b>gesellschaft m.b.H.</b>            Strohgasse 14c            A-1030 Wien            Téléphone +43 1 717 48 11            Télécopie +43 1 717 48 99            E-mail: office@swisscom-austria.com</p>		
	<p><b>UTA Telekom AG</b>            Rooseveltplatz 2            A-1090 Wien            Téléphone +43 1 404 60 3005            Télécopie +43 1 404 60 93005</p>		
<b>Etats-Unis</b>	<p><b>Swisscom North America, Inc.</b>            2001 L Street, N.W.            Suite 600            Washington, D.C. 20036            Téléphone +1 202 785 1145            Télécopie +1 202 457 0514</p>		
<b>France</b>	<p><b>Estel</b>            26c, Boulevard du Président Wilson            F-67953 Strasbourg            Téléphone +33 (0) 388 22 35 63            Télécopie +33 (0) 388 22 36 12</p>		
<b>Hongrie</b>	<p><b>JászTel Rt.</b>            Alsócsincsapart u.2.            H-5100 Jászberény            Téléphone +36 57 414 100            Télécopie +36 57 404 100            E-Mail: jasztel@jasztel.hu</p>		
<b>Inde</b>	<p><b>Sterling Cellular Ltd.</b>            C-48, Okhla Industrial Area, Phase II            New Delhi 110 020            Téléphone +91 11 682 88 45-7            Télécopie +91 11 682 88 74</p>		
		<b>Italie</b>	<p><b>Swisscom S.p.A.</b>            Direzione commerciale            Vendite            Via del Vecchio Politecnico 3            I-20121 Milano            Téléphone +39/2 760 12 899            Télécopie +39/2 760 11 358</p>
		<b>Malaisie</b>	<p><b>Mutiara Swisscom Sdn Bhd</b>            Lot 30, Jalan Delima 1/3            Subang Hi-Tech Industrial Park            40000 Shah Alam -            Selangor Darul Ehsan            Kuala Lumpur            Téléphone +60 3 721 18 00            Télécopie +60 3 721 18 57            E-mail: CorpCom@mutiara.com.my</p>
		<b>Pays-Bas</b>	<p><b>Unisource N.V.</b>            P.O. Box 2003            NL-2130 GE Hoofddorp            Téléphone +31 23 569 7904            Télécopie +31 23 569 7911            E-Mail:            corporateuni@att-unisource.com</p>
		<b>République tchèque</b>	<p><b>SPT Telecom a.s.</b>            Olšanská 5            CZ-13000 Praha 3            Téléphone +420 2 6714 1111            Télécopie +420 2 691 91 60</p>
		<b>Belgique</b>	<p><b>Représentations</b>  <b>Swisscom Brussels</b>            33, bld. de la Cambre            B-1000 Bruxelles            Téléphone +32 2 647 2014            Télécopie +32 2 647 0053</p>
		<b>Inde</b>	<p><b>Swisscom Delhi Liaison Office</b>            A 156 New Friends Colony            New Delhi 110 065            Téléphone +91 11 684 8482            Télécopie +91 11 684 8487</p>
		<b>Malaisie</b>	<p><b>Swisscom Representative</b>  <b>Office Malaysia</b>            c/o Mutiara Swisscom Sdn Bhd            Lot 30, Jalan Delima 1/3            Subang Hi-Tech Industrial Park            40000 Shah Alam -            Selangor Darul Ehsan            Kuala Lumpur            Téléphone + 6016 323 5603            Télécopie + 603 730 7492            E-Mail: kusio@mutiara.com.my</p>

**Contact**

Swisscom SA  
Corporate Communications  
Viktoriastrasse 21  
Case postale  
CH-3050 Berne  
Téléphone +41 31 342 36 78  
Télécopie +41 31 342 27 79  
Internet: <http://www.swisscom.ch>  
E-Mail: [swisscom@swisscom.com](mailto:swisscom@swisscom.com)

**Investor Relations**

Curd-Hasso von Flemming  
Téléphone +41 31 342 64 10  
Télécopie +41 31 342 64 11  
E-Mail: [Curd-Hasso.vonFlemming@swisscom.com](mailto:Curd-Hasso.vonFlemming@swisscom.com)

**Impressum**

Le rapport annuel 1997 de Swisscom est disponible en langues française, anglaise, allemande et italienne. Des exemplaires supplémentaires ainsi que d'autres informations peuvent être obtenus au moyen du coupon-réponse ci-joint. Des informations actualisées sont également disponibles sur notre site Internet.

Editeur: Swisscom SA, Berne.  
Conception et réalisation:  
Eurocom Corporate & Financial  
Communications, Zurich  
Wirz Investor Relations, Zurich  
Maquette:  
Gottshalk + Ash Int'l  
Rédaction: Swisscom SA, Corporate  
Communications, Berne  
Photographies:  
p. 38, 46, 52 Pia Zanetti, Zurich  
p. 6, 20, 30 Prisma

Imprimé sur papier blanchi sans chlore

Copyright © Swisscom SA, Berne