

Rapport sur le premier semestre 1999

Berne, le 27 août 1999

Madame, Monsieur,

Le premier semestre s'est achevé avec succès: Swisscom s'est en effet clairement profilé comme le numéro un du marché suisse. Son chiffre d'affaires a augmenté de 2,1% par rapport à l'année précédente pour s'établir à 5 211 millions de francs. L'essor de la téléphonie mobile a largement compensé le recul accusé par la téléphonie fixe, dû à l'intensification de la concurrence. Les charges d'exploitation ont encore diminué et la réduction des frais de personnel a permis d'équilibrer l'augmentation des coûts dans les domaines du matériel, des services, de la publicité et de la vente. A l'issue du premier semestre 1999, le bénéfice net se chiffre à 1 201 millions de francs, ce qui représente une croissance de 6% par rapport à l'année précédente. Le second semestre sera grevé par les mesures de restructuration engagées et par des dépenses généralement plus élevées pour cette période. Nous tablons néanmoins sur un bon résultat pour l'ensemble de l'exercice en cours.

Augmentation du chiffre d'affaires grâce à l'essor de la communication mobile

Comme prévu, le premier semestre 1999 a été marqué par une intensification de la concurrence. Dans son nouvel environnement concurrentiel, Swisscom s'assure une bonne position grâce à des produits nouveaux et à des baisses de prix ciblées. Dans le secteur de la téléphonie fixe, les prix des communications internationales ont été réduits. Le renforcement du marketing nous a permis de gagner de nombreux clients à nos options tarifaires. La demande de services ISDN en général et ISDN Light en particulier est toujours en hausse: le nombre de clients a plus que doublé depuis fin 1998. Dans le secteur de la communication mobile, nous avons défendu avec succès nos parts de marché et le nombre de nos clients Natel a augmenté de 20%, dépassant la barre des 2 millions. En moyenne mensuelle, plus de 56 000 nouveaux clients ont choisi Swisscom comme fournisseur de services de communication mobile. Nos nouveaux produits sur mesure (Natel private, Natel business et FollowMe) nous permettent de satisfaire les besoins croissants de nos clients en matière de communication.

Comptant presque 200 000 clients, Blue Window, principal fournisseur internet du pays, a connu un essor exceptionnel et cette croissance devrait se poursuivre.

Les nouvelles offres HighWay et FreeMail et le nouvel accès gratuit FreeWay sont résolument orientés client. Nous investissons actuellement dans des services internet des plus modernes afin de pouvoir répondre à la demande croissante de services de transmission multimédia encore plus rapides. Nous sommes en train de mettre en place un réseau de communication totalement nouveau fondé sur le protocole internet (IP).

Succès du programme de bonus «Joker»

Depuis le début 1999, notre clientèle résidentielle bénéficie du programme de bonus Joker, que nous avons lancé avec succès pour intensifier nos relations avec nos clients. En téléphonant, en faxant ou en surfant sur l'internet avec Swisscom, le client collecte des points pouvant être utilisés pour obtenir un rabais forfaitaire sur la facture Swisscom, pour l'achat de produits Swisscom ou comme bonus auprès des partenaires Joker (p.ex. Swissair). Le programme Joker compte d'ores et déjà plus de 500 000 participants et devrait connaître encore un bel essor au cours du second semestre.

Renforcement de l'orientation client

Le projet Progress, lancé au second semestre 1998 dans le but d'adapter l'organisation de notre entreprise à l'évolution rapide de son environnement, s'est achevé à

fin juin 1999. Il nous a permis de renforcer le management et d'axer de manière systématique notre organisation et nos processus sur les segments de clientèle et sur leurs besoins spécifiques. Nous pouvons ainsi commercialiser plus rapidement des solutions novatrices répondant aux attentes des clients, responsabiliser nos collaborateurs, tirer profit de nombreuses synergies et réduire nos coûts.

La réduction prévue des effectifs de personnel débouchera également sur une baisse sensible des coûts. A ce chapitre, nous avons négocié avec nos partenaires sociaux un train de mesures baptisé «Perspectives» visant à assurer une réduction des effectifs socialement acceptable. Les principales possibilités offertes aux collaboratrices et collaborateurs sont la promotion de la mobilité professionnelle ainsi qu'une forme étendue de retraite anticipée, la retraite partielle anticipée ou une occupation à temps partiel pour ceux qui ont déjà un certain âge. En relation avec ce projet, des charges uniques de quelque 300 millions de francs sont planifiées pour le second semestre 1999.

debitel, plate-forme d'expansion en Europe

Par ailleurs, des changements importants ont eu lieu dans le secteur international. La vente des participations de Swisscom en Asie marque notre volonté de focaliser notre stratégie sur l'Europe. A cet égard, l'acquisition de la majorité du capital de debitel AG, société allemande de télécommunication basée à Stuttgart, nous ouvre de très bonnes perspectives pour notre entrée sur le marché européen de la téléphonie mobile. Grâce à son assise européenne, debitel, qui concentre ses activités sur l'Allemagne, mais est aussi présente aux Pays-Bas, en France, en Belgique et au Danemark, nous offre la possibilité d'étendre et de renforcer notre stratégie internationale. En Allemagne, debitel est le troisième opérateur sur le marché de la communication mobile et représente de loin la plus importante société de télécommunication ne disposant pas de son propre réseau.

Avec le rachat de debitel, nous occupons le huitième rang sur le marché européen des services de radio-communication mobile. debitel dispose d'un réseau de distribution des plus modernes et bénéficie d'une réputation exceptionnelle en matière de service à la clientèle. Si nous allions ces compétences au savoir-faire de Swisscom, nous obtenons une plate-forme idéale pour nous établir en Europe comme fournisseur privilégié de services. En offrant des solutions de télécommunication complètes dans les secteurs de la communication mobile et de l'internet et en développant des produits de convergence novateurs, nous entendons encore élargir notre clientèle commune (8 millions de clients). Les services à fort chiffre d'affaires fournis par debitel se caractérisent par des marges relativement étroites. Avec le rachat de debitel, Swisscom va consolider deux types de marchés différents. En conséquence, le résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements (EBITDA) connaîtra une évolution positive, tout en diminuant par rapport au chiffre d'affaires. Le goodwill à payer représente la valeur future de la clientèle acquise, de la marque debitel et des canaux de distributions existants. Le goodwill sera amorti sur dix ans, ce qui se répercutera sur notre compte de résultats.

Perspectives:

hausse du chiffre d'affaires et bon résultat en vue

Pour l'année 1999, nous tablons sur une croissance du chiffre d'affaires. Le rachat de debitel se traduira par une augmentation sensible du chiffre d'affaires réalisé à l'étranger, ce qui compensera la baisse subie sur le marché national au profit de la concurrence. Nous devons par ailleurs déployer des efforts supplémentaires dans la gestion des coûts. Notre résultat sera en outre grevé par les provisions liées au projet «Perspectives» et par les coûts plus élevés du second semestre. Nous tablons néanmoins sur un bon résultat pour l'ensemble de l'exercice en cours.

Veillez agréer, Madame, Monsieur, nos salutations distinguées.



Markus Rauh
Président du Conseil d'administration



Tony Reis
Président de la Direction du groupe