

Rapport sur le premier semestre 2000

Madame, Monsieur,

Cette année également, Swisscom clôture le premier semestre de l'exercice sur un bon résultat. Malgré la vaste offensive de la concurrence, sa position de leader du marché suisse demeure incontestée. Par rapport à la même période de l'année dernière, le chiffre d'affaires du groupe s'est accru de 33,4% pour atteindre CHF 6'897 millions, grâce en particulier à la contribution de debitel. Au cours du premier semestre 2000, debitel a en effet réalisé un chiffre d'affaires de CHF 1'861 millions, augmentant par ailleurs le nombre de ses clients de 1,6 million d'unités. Dans le domaine de la communication mobile, la croissance soutenue du marché suisse a permis de gagner 424'000 nouveaux clients et de réaliser un chiffre d'affaires de CHF 1'364 millions, en progression de 20,4%. Quant au réseau fixe, la baisse massive des prix n'a pas manqué de se répercuter sur les marges, en net recul. Le résultat d'exploitation (EBIT) de Swisscom s'est établi à CHF 1'116 millions, ce qui correspond à une diminution de 33,6%. Le bénéfice net, en revanche, a progressé à CHF 2'420 millions, grâce à la vente de la participation dans Cablecom. D'autres transactions extraordinaires devraient permettre à Swisscom de réaliser cette année un bénéfice net proche de celui de l'an dernier, malgré le net recul du résultat d'exploitation.

Toujours plus de clients

Sur le marché de la téléphonie fixe, Swisscom a répliqué à la concurrence en réduisant massivement ses prix et en lançant des offres spéciales particulièrement attrayantes, telle «Weekend call». Elle a également simplifié la structure de ses tarifs, afin d'en améliorer encore la transparence. La demande de services ISDN, en particulier ISDN-Light, ne cesse d'augmenter: par rapport au premier semestre 1999, le nombre de canaux ISDN s'est accru de 43,1%, passant à 1,61 million. De plus, le lancement au second semestre 2000 de la nouvelle technologie ADSL – qui permet d'exploiter un réseau fixe à large bande reposant sur le protocole internet – va dynamiser encore le marché suisse des télécommunications. La communication mobile en Suisse reste le moteur de la croissance de Swisscom. Avec 2,72 millions de clients et une part de marché de 68%, celle-ci confirme sa position de leader absolu de ce marché. A noter toutefois que les nouveaux clients téléphonent moins, comme en témoigne la diminution du chiffre d'affaires moyen par client et par mois (ARPU), qui est passé de CHF 87 à CHF 72. Les services SMS en revanche sont en plein boom: quelque 244 millions de messages courts ont été envoyés, soit trois fois plus que lors du premier semestre de l'exercice précédent. De nouveaux services comme Natel Skyline ou les services Natel localisés ont en outre été lancés afin de satisfaire aux besoins croissants de la clientèle en matière de communication. Swisscom, enfin, dispose du plus important portail WAP de Suisse et offre d'ores et déjà des solutions de commerce électronique reposant sur le réseau mobile. Par ailleurs, le rachat de debitel, le principal opérateur européen ne disposant pas de son propre réseau, nous a permis de considérablement développer notre assise clientèle dans le domaine de la communication mobile, où nous comptons aujourd'hui plus de 9 millions de clients. Au cours du premier semestre 2000, debitel est parvenue à augmenter le nombre de ses clients au rythme de 200'000 par mois et à dépasser 14% de part de marché. D'ici fin 2000, la société devrait voir le nombre de ses clients passer en Allemagne de 5 millions actuellement à plus de 6,5 millions et en Europe de 6,5 millions à quelque 8,6 millions. Avec plus de 7'000 points de vente en Europe, debitel offre, aujourd'hui déjà, le meilleur accès au marché.

De nouvelles structures pour davantage de souplesse

Le rythme effréné des mutations technologiques et structurelles qui caractérisent les télécommunications n'est pas sans conséquences sur le marché suisse. C'est pourquoi nous avons lancé, en réponse à la pression sur les coûts résultant de la baisse massive des prix de la téléphonie fixe, un programme d'action visant à optimiser nos performances et à nous rapprocher davantage encore de notre clientèle. Avec cette nouvelle orientation, nous entendons surtout simplifier les processus, nous concentrer sur des segments de marché spécifiques et établir clairement les responsabilités en matière de résultats. Le programme prévoit également la mise en place de nouvelles structures internes. L'idée de base est de décentraliser la gestion de certaines affaires et d'orienter systématiquement les activités en fonction de segments de marché bien déterminés. Nous sommes d'ores et déjà convenus avec les associations du personnel des grandes lignes du plan social qui sera mis en place en relation avec ce processus de restructuration.

Swisscom ayant par ailleurs besoin de disposer d'une plus grande marge de manœuvre, notamment pour conclure des partenariats stratégiques, nous saluons l'intention manifestée par le Conseil fédéral de réviser la loi sur l'entreprise de télécommunications (LET), laquelle oblige actuellement la Confédération à détenir la majorité des actions. L'évolution rapide du marché des télécommunications exige en effet que nous bénéficions d'une plus grande liberté pour conclure les alliances qui nous permettront d'y renforcer notre position.

Nouvelle économie, nouveaux critères

Fondement de la nouvelle économie, les activités e-business sont aussi un puissant stimulant des marchés financiers. Pleinement conscients du potentiel de croissance que recèle le marché e-business, nous en visons le leadership. Ainsi, avec Conextrade, Swisscom entend mettre à disposition la principale place de marché Business-to-Business (B2B) de Suisse. Une telle place de marché en ligne permet aux entreprises d'optimiser leurs processus d'acquisition et de diminuer leurs coûts. Par ailleurs, la société plenaxx.com AG gère un portail internet avec participation de Swisscom, lequel est aussi le premier portail B2B intégré destiné aux PME du pays. plenaxx.com AG vise une position de leader sur le marché des solutions e-business intégrales.

Bluewin, le premier fournisseur d'accès internet de Suisse, connaît également un développement réjouissant. La société offre des services internet complets aux particuliers ainsi qu'aux clients SOHO (Small Office/Home Office). Elle va en outre créer, avec deux autres entreprises suisses, un portail commun de services financiers, opérationnel dès 2001. Bluewin prépare aussi son entrée à la Bourse suisse (SWX New Market), prévue pour ces prochains mois. Une fois cotée en Bourse, la jeune société disposera d'une plus grande marge de manœuvre ainsi que des moyens nécessaires pour appliquer avec succès sa stratégie d'expansion. Les clients de Bluewin pourront profiter de l'entrée en Bourse de la société dans le cadre d'une offre de souscription à des conditions préférentielles.

UMTS, un marché très prometteur

Leader sur le marché de la communication mobile en Suisse, Swisscom est très bien placée pour fournir des services mobiles de la troisième génération (UMTS), car elle pourra s'appuyer sur les relations clients déjà établies. Forte de cet avantage, Swisscom s'est portée candidate à l'obtention d'une licence UMTS ainsi que de fréquences GSM supplémentaires en Suisse; les enchères devraient avoir lieu au quatrième trimestre 2000.

Après une analyse économique approfondie de la situation, debitel Multimedia GmbH, entreprise conjointe de Swisscom et de debitel, s'est finalement retirée de la course aux licences UMTS en Allemagne. Avec debitel, nous souhaitons nous concentrer sur le renforcement systématique de la position qu'elle occupe actuellement en Europe, à savoir celle de principal opérateur ne disposant pas de son propre réseau. D'ici le lancement de la technologie UMTS, les deux entreprises entendent mettre l'accent sur l'extension de leurs parts de marché, en investissant massivement dans le développement de leur assise clientèle. Elles se profileront ensuite comme fournisseurs alternatifs de services UMTS originaux, en partenariat avec des détenteurs de licence. Swisscom et debitel entendent donc tirer le maximum des potentiels que recèle le marché européen en plein essor, même sans disposer de leur propre licence UMTS. Elles créeront ainsi les bases de leur future croissance sur le marché allemand, axée sur la création de valeur ajoutée et, partant, sur la constitution d'un véritable «Mobile Virtual Network Operator» (MVNO).

Perspectives: un bénéfice net comparable à celui de l'année précédente

Consolidé pour la première fois sur l'ensemble de l'exercice, debitel sera à l'origine d'une hausse sensible du chiffre d'affaires de l'exercice 2000. Cette société nous permettra toutefois d'améliorer nos performances, de consolider notre croissance à l'étranger et d'asseoir notre position de leader sur le marché européen des services à valeur ajoutée. Grâce à la nouvelle clientèle acquise avec debitel, nous tablons sur un accroissement du chiffre d'affaires de la communication mobile pour le second semestre. Le chiffre d'affaires de la téléphonie fixe, quant à lui, sera inférieur à celui de l'an dernier. De même, les possibilités de croissance étant limitées à l'échelle nationale et la pression sur les prix étant constante, le résultat d'exploitation (EBIT) sera nettement moindre que celui de l'année précédente.

Le bénéfice net devrait être comparable à celui de l'année dernière grâce à des transactions extraordinaires (p. ex. vente de la participation dans Cablecom). Enfin, nous prévoyons de vendre une partie des immeubles au cours de l'exercice 2001.

Veillez agréer, Madame, Monsieur, l'expression de notre parfaite considération.



Markus Rauh
Président du Conseil d'administration



Jens Alder
Président de la Direction du groupe