



Rapporto di gestione 1998

Swisscom AG

I molti volti della comunicazione

Il rapporto di gestione Swisscom, nella sua funzione di strumento di informazione, di rendiconto e di promozione dell'immagine, fornisce una panoramica dettagliata su un'azienda che opera in un settore, quello della comunicazione, che presenta aspetti sempre diversi.

Il tema delle immagini che corredano il rapporto di gestione 1998 è nuovamente la comunicazione fra gli esseri umani. Spesso i gesti sono molto più eloquenti della parole dette – o non dette. Tutte le culture attribuiscono grande importanza al linguaggio gestuale. Il movimento delle mani accompagna quasi sempre la comunicazione verbale. Le fotografie seguenti parlano quindi da sé: chi le osserva può immaginare il testo della comunicazione che esse raffigurano.

Le fotografie sono opera di Pia Zanetti. Dopo la sua formazione, Pia Zanetti ha lavorato a lungo come fotografa free-lance a Roma e Londra e si è fatta conoscere fra l'altro per i suoi numerosi reportage sull'Africa, sull'America e sull'Asia. Ha pubblicato diversi libri e le sue fotografie sono state riprese da importanti riviste e giornali europei. Dal 1971 Pia Zanetti vive e lavora a Zurigo e in Ticino.

Sommario

5	Profilo dell'azienda
8	Siamo partiti nel migliore dei modi
	Editoriale del Presidente del Consiglio di amministrazione e del Presidente della Direzione del Gruppo
12	Uno sguardo ai settori di attività di Swisscom
12	Comunicazione vocale
18	Comunicazione mobile
22	Data&Multimedia
26	Carrier Services
30	Partecipazioni e alleanze internazionali
35	Visione del futuro e orientamento strategico
40	Swisscom e i suoi principali interlocutori
40	I clienti
43	La comunità finanziaria
45	Il personale
48	Il pubblico
53	Consiglio di amministrazione, Direzione del Gruppo e Ufficio di revisione di Swisscom AG
57	Indirizzi
58	Colophon

Principali dati relativi all'esercizio 1998

		1997	1998
Gruppo			
Fatturato netto	milioni di CHF	9 842	10 461
Risultato d'esercizio a monte dei costi di ristrutturazione e degli ammortamenti (EBITDA)	milioni di CHF	3 779	4 472
Risultato d'esercizio (EBIT) a monte dei costi di ristrutturazione	milioni di CHF	2 040	2 851
Costi di ristrutturazione	milioni di CHF	1 726	(50)
(perdita) utile netto nei settori di attività mantenuti	milioni di CHF	(304)	2 074
Utile (perdita) netto	milioni di CHF	(415)	1 555
Capitale proprio	milioni di CHF	1 230	5 347
Quota di autofinanziamento	%	7,9	31,6
Effettivi del personale espressi come posti di lavoro a tempo pieno al 31.12	unità	22 170	21 946
Fatturato per dipendente	migliaia di CHF	444	474
Flusso finanziario			
Flusso finanziario proveniente dall'attività operativa	milioni di CHF	1 335	3 574
Investimento netto in immobilizzazioni	milioni di CHF	2 374	1 305
Investimento netto in partecipazioni e crediti da prestati	milioni di CHF	329	240
Free cash flow	milioni di CHF	(1 142)	2 235
Swisscom AG			
Utile netto	milioni di CHF	n/a	1 011
Capitale proprio	milioni di CHF	n/a	5 562
Dividendi	milioni di CHF	n/a	809 *)
Dati relativi ai titoli			
Numero medio di azioni in circolazione (nom. CHF 25.-)	milioni di unità	66,0	67,888
Quotazioni di borsa (massimo/minimo dal 5 ottobre 1998)	CHF	n/a	588.-/376,50
Utile (perdita) netto per azione	CHF	(6,29)	22,91
Capitale proprio per azione	CHF	18.64	72.70
Dividendo per azione	CHF	n/a	11.- *)
Quota di distribuzione dei dividendi	%	n/a	52,0 *)
Capitalizzazione di borsa (a fine anno)	milioni di CHF	n/a	42 291

*) secondo la proposta del Consiglio di amministrazione all'Assemblea generale del 1° giugno 1999

Profilo dell'azienda

Con un fatturato netto di 10,46 miliardi di franchi e 21946 dipendenti, Swisscom è leader sul mercato svizzero delle telecomunicazioni. Il Gruppo, caratterizzato da capacità d'innovazione, forte orientamento ai clienti ed elevata competitività, offre una gamma completa di servizi nei settori dalla comunicazione elettronica e della telefonia mobile e fissa.

In Svizzera, Swisscom gestisce circa 3,9 milioni di collegamenti fissi, ai quali vanno aggiunti circa 920 000 canali ISDN; questi ultimi sono in costante aumento. In Svizzera si registra una delle più alte densità di collegamenti ISDN a livello mondiale.

L'infrastruttura di rete di Swisscom è tecnologicamente all'avanguardia. Nel settore della telefonia mobile, alla fine del 1998 l'azienda poteva contare su oltre 1,6 milioni di clienti. In Svizzera, quasi il 25% della popolazione comunica attraverso la rete Natel di Swisscom.

Swisscom offre una gamma completa di modernissimi servizi di telecomunicazione, dalle linee noleggiate fino alle soluzioni integrate per i clienti commerciali.

Grazie a Blue Window, il Gruppo è leader fra i fornitori svizzeri di accesso a Internet e di servizi on-line.

La strategia di Swisscom mira a consolidare la leadership sul mercato svizzero e a posizionare l'azienda in modo mirato su alcuni mercati esteri. Un eccellente servizio al cliente, una politica dei prezzi innovativa, una gamma completa di prodotti e prestazioni nonché il know-how tecnologico sono le basi sulle quali Swisscom si fonda per raggiungere i suoi obiettivi strategici.



Siamo partiti nel migliore dei modi

Gentile lettrice, gentile lettore,

il 1° gennaio 1998 ha rappresentato per Swisscom un momento storico per due ragioni: da un lato perché il mercato delle telecomunicazioni è stato liberalizzato e dall'altro perché la nostra azienda è diventata una società anonima di diritto speciale. Nove mesi più tardi, per la precisione il 5 ottobre, l'azione Swisscom ha inoltre fatto il suo ingresso alle borse di Zurigo e New York.

Il primo anno di attività sul mercato liberalizzato si è concluso con un segno positivo. Nonostante la situazione di forte concorrenza e di prezzi in discesa, il fatturato netto è aumentato del 6,3% raggiungendo 10,46 miliardi di franchi. Il risultato d'esercizio (a monte dei costi di ristrutturazione) è salito a 2851 milioni di franchi, migliorando quindi del 39,8%; l'utile netto è stato di 1610 milioni di franchi.

Crescita in un contesto liberalizzato

I risultati ottenuti nel 1998 mostrano che Swisscom, nel primo anno di attività nel nuovo contesto liberalizzato, è riuscita a mantenere una posizione di forza. Come previsto, la concorrenza si è fatta sentire soprattutto nel settore della comunicazione vocale. La diminuzione del fatturato in questo settore, dovuta essenzialmente alla riduzione delle tariffe, è stata più che compensata dagli aumenti registrati negli altri settori di attività. Nel 1998 abbiamo lanciato molti nuovi prodotti ed abbiamo reso ancora più interessanti i nostri servizi. Il settore Mobile è stato senza dubbio quello che ha conseguito i risultati più positivi. Un altro settore che ha registrato una forte crescita è stato Carrier Services; anche Data & Multimedia ha incrementato significativamente il numero dei propri clienti.

La completa liberalizzazione mette Swisscom in condizione di muoversi in Svizzera e all'estero come azienda flessibile e dinamica. Le linee di riferimento che ci guidano sono chiare: orientamento sistematico ai clienti, iter decisionali brevi, veloce attuazione delle decisioni, atteggiamento e modo di agire mirati all'ottenimento di risultati.

L'ingresso in Borsa: un'operazione perfettamente riuscita

Un momento cruciale dello scorso anno è stato l'ingresso in Borsa di Swisscom. Dopo una breve ma intensa fase preparatoria, in ottobre la nostra azienda si è aperta agli investitori nazionali e internazionali; quest'operazione, la maggiore del suo genere in Europa nello scorso 1998, ha avuto pienamente successo. Nonostante la difficile situazione sul mercato finanziario, la nostra IPO ha fatto registrare un'eco estremamente positiva. Le sottoscrizioni hanno superato di molto il volume dell'emissione; anche il programma di partecipazione riservato al personale è stato accolto con grande favore: circa 13000 dipendenti hanno aderito a questa offerta esprimendo così la loro fiducia nell'azienda.

Dall'ingresso in Borsa, la quotazione dell'azione Swisscom ha registrato uno sviluppo molto positivo. Il successo di questa operazione dimostra che gli investitori credono nelle chance offerte alla nostra azienda da un mercato liberalizzato e in forte crescita come quello delle telecomunicazioni. Faremo del nostro meglio affinché, attraverso un aumento costante del valore aziendale, questa fiducia risulti giustificata anche in futuro.

Gli obiettivi strategici sono stati raggiunti

Il Consiglio di amministrazione e la Direzione del Gruppo hanno integrato nella strategia aziendale gli obiettivi strategici fissati dalla Confederazione, azionista di maggioranza, per il periodo 1998-2001, esplicitandoli poi nei piani commerciali. Nel quadro della verifica effettuata dopo il primo anno abbiamo constatato con soddisfazione che Swisscom segue la giusta rotta e che il suo sviluppo porta vantaggi a tutti gli stakeholders.

Al centro vi è il cliente

Per soddisfare al meglio le esigenze dei clienti, è opportuno che essi siano seguiti nell'ambito di segmenti specifici, definiti sulla base delle caratteristiche e del fatturato dei clienti stessi. L'adeguamento dell'organizzazione di vendita in base a questa suddivisione in segmenti ci consente di offrire prodotti e servizi maggiormente in armonia con le aspettative dei clienti e di formare il personale in modo più mirato.

Oltre alla riduzione di diverse tariffe, al lancio di numerosi servizi e prodotti nuovi e all'offerta di soluzioni settoriali specifiche, occorre ricordare le varie novità presentate dalla nostra azienda per quanto riguarda i sistemi di sconto. Swisscom ha inoltre iniziato a muoversi su terreni per lei nuovi, come nel caso di „TeleSales“, un call center che si occupa di vendite per telefono. Swisscom intende guadagnarsi anche in futuro la fiducia dei clienti offrendo loro prestazioni innovative e vantaggiose sia nei contenuti che nei prezzi.

Una sfida per le nostre collaboratrici e i nostri collaboratori

I cambiamenti radicali che hanno interessato Swisscom negli ultimi tempi hanno costituito, e costituiscono tuttora, un grande fattore di sollecitazione per tutte le collaboratrici e tutti i collaboratori. La situazione di concorrenza e le misure di riduzione dei costi che essa impone rendono necessaria anche una correzione dell'organico del personale. È comprensibile che il processo di riduzione dei posti di lavoro crei insicurezza fra i dipendenti. Faremo tutto quanto in nostro potere affinché tale riduzione avvenga in modo socialmente sopportabile. È tuttavia evidente che Swisscom potrà affermarsi sul mercato liberalizzato solamente se disporrà di strutture snelle.

Esprimiamo a tutte le collaboratrici e a tutti i collaboratori il nostro ringraziamento per l'impegno che hanno dimostrato finora e che sapranno dimostrare anche in futuro.

Ben attrezzati verso un futuro molto promettente

Negli ultimi tempi Swisscom si è preparata in modo intenso e sistematico alla libera concorrenza. Abbiamo ottenuto ottimi risultati, ma resta ancora molto lavoro da fare. Dopo il processo di riorientamento, Swisscom concentra tutte le sue energie nello sforzo di mantenere il primato sul mercato svizzero e di posizionarsi in modo mirato sul mercato internazionale. In questo quadro, diamo molta importanza all'ampliamento del mercato domestico. Per tale motivo abbiamo deciso di cedere le nostre partecipazioni in Asia. Nonostante la sempre maggiore pressione della concorrenza e le prevedibili ulteriori riduzioni dei prezzi, per il 1999 ci aspettiamo un moderato aumento del fatturato. Grazie alle opzioni tariffarie mirate, ad intense attività di marketing, quali il nuovo programma Joker, nonché al lancio di nuovi e interessanti servizi in tutti i settori di attività, Swisscom è senz'altro ben attrezzata per affrontare un mercato competitivo come quello delle telecomunicazioni.

Sulla base del successo con cui sono state introdotte le misure per la riduzione dei costi e del contemporaneo aumento dell'efficienza, prevediamo di ottenere anche nel 1999 un risultato annuale positivo.

Cambiamenti nel gruppo dirigente

È anche grazie al lavoro del suo competente gruppo dirigente che Swisscom dispone di ottime condizioni di partenza per svilupparsi positivamente. All'inizio del 1998 ne sono entrati a far parte Jens Alder, responsabile di Network Services, e Calvin Grieder, che ha assunto la direzione della nuova unità Product House.

Nel corso del 1998 Felix Rosenberg si è dimesso dalla carica di Direttore Generale di Swisscom per dedicarsi interamente al suo mandato di rappresentante statale in seno al Consiglio di amministrazione. Nei dieci anni in cui ha ricoperto tale funzione egli è riuscito a coniugare positivamente le esigenze di carattere politico, economico e sociale a cui l'azienda è stata chiamata a rispondere. Ringraziamo Felix Rosenberg dell'eccellente lavoro svolto.

Un grazie particolare va anche a Peter Sollberger, sostituto del Direttore generale fino al marzo 1998, per il grande impegno dimostrato in diverse posizioni direttive. Peter Sollberger va in pensione alla fine di marzo 1999.

Attraverso questo rapporto di gestione intendiamo presentare in maniera trasparente le nostre prestazioni. La ringraziamo della fiducia da Lei accordata alla nostra azienda come azionista, cliente o partner commerciale.

Distinti saluti



Dott. Markus Rauh
Presidente del Consiglio di amministrazione



Tony Reis
Presidente della Direzione del Gruppo

Ampia offerta di nuovi servizi in un contesto mutato

Nel settore Voice sono riuniti tutti i prodotti e tutti i servizi della comunicazione vocale, ad eccezione di quelli della telefonia mobile e della telefonia via Internet. Con un fatturato netto di 6,6 miliardi di franchi è stata registrata una diminuzione dell'1,2% del giro d'affari rispetto all'anno precedente. Questa leggera flessione è da ricondurre al calo degli introiti accusato nel traffico locale e in quello internazionale che a sua volta è una conseguenza della concorrenza più agguerrita, della riduzione delle tariffe e dell'introduzione di sistemi di sconto. Sono aumentati per contro notevolmente il volume delle comunicazioni nazionali e il numero dei collegamenti ISDN. Sono stati inoltre conseguiti buoni risultati con l'offerta continuamente completata e ottimizzata di servizi a valore aggiunto e di informazione.

Nel 1998 il volume in minuti del traffico nazionale è aumentato del 8,9%. È stato per contro registrato un calo del 2,9% nel traffico internazionale, dove si è fatta sentire la concorrenza. Il numero dei collegamenti analogici è sceso da 4,1 milioni a 3,9 milioni. Procede invece la marcia trionfale della rete ISDN: il numero dei collegamenti è aumentato del 50%.

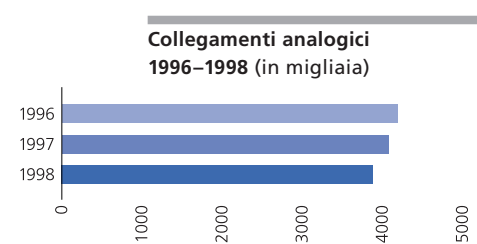
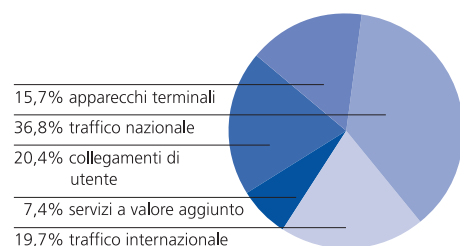
Riduzione dei prezzi per il traffico internazionale e vantaggiose opzioni tariffarie

Dopo aver ribassato le tariffe per il traffico nazionale nell'agosto 1997, Swisscom ha ridotto nel 1998 anche i prezzi per le comunicazioni con gli USA, l'Austria e determinate metropoli. Grazie a questa politica tariffaria mirata, l'offerta di Swisscom si presenta tuttora interessante malgrado le strategie aggressive della concorrenza.

Nella primavera 1998 Swisscom ha introdotto „Hello World“, un'opzione tariffaria nel settore della telefonia mobile destinata ai clienti privati. Nel contempo l'azienda ha lanciato sul mercato altre offerte specifiche per le comunicazioni nazionali, i clienti commerciali nonché le piccole e medie imprese. Queste opzioni tariffarie, che in autunno sono state semplificate e quindi rese ancora più interessanti, hanno riscontrato un buon successo.

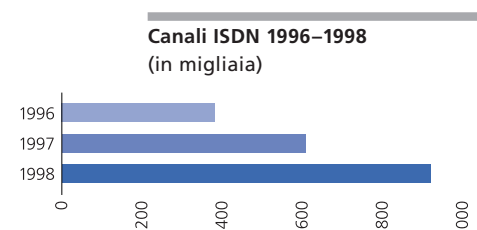
In occasione della festa della mamma 1998 e durante le quattro domeniche d'Avvento i clienti di Swisscom hanno potuto telefonare a metà prezzo. L'azienda ha inoltre concesso sconti sul traffico telefonico con il Portogallo, la Spagna e l'Italia in occasione di festività nazionali. Anche con queste offerte sono stati raggiunti risultati molto positivi.

Fatturato netto comunicazione vocale (in%)



Collegamenti ISDN sempre più diffusi

Swisscom è uno dei maggiori fornitori di collegamenti ISDN a livello mondiale. Con l'introduzione dell'opzione ISDN Light, che risponde maggiormente alle esigenze dei clienti privati, l'azienda ha ulteriormente rafforzato la sua posizione. Questa variante contempla solo tre numeri di chiamata e un'offerta più snella di servizi supplementari. L'opzione ISDN Light si è affermata sul mercato nel giro di sei mesi. I tassi di crescita superano di gran lunga le aspettative. Nel 1998 Swisscom ha lanciato sul mercato un'altra novità: il servizio ISDNPac che offre tutti i vantaggi della rete ISDN e consente inoltre la trasmissione dati in commutazione di pacchetto tramite il canale di segnalazione. Il sistema si addice in particolar modo al traffico dei pagamenti senza contanti nel commercio al dettaglio (EFT/POS). Già durante il primo anno sono stati conseguiti ottimi risultati.



MessageBox – la segretaria telefonica gratuita e invisibile

Dall'inizio del 1998 il servizio di segreteria telefonica digitale integrata nella rete fissa che funziona sia con i collegamenti analogici che con quelli digitali è disponibile in tutte le regioni della Svizzera. Il cliente, che non deve acquistare un apparecchio supplementare, è sempre raggiungibile telefonicamente e, su richiesta, anche via fax. Il MessageBox risponde alle chiamate e avvisa immediatamente l'utente tramite telefono, Pager o Natel SMS se vi sono messaggi. È possibile accedere in tutto il mondo alla segreteria telefonica e programmarla da un qualsiasi telefono.

Novità per quanto riguarda i numeri brevi

La liberalizzazione del mercato delle telecomunicazioni ha indotto Swisscom a rivedere il servizio dei numeri brevi. Dall'inizio del 1998 i fornitori di informazioni sono anche titolari dei relativi numeri brevi. Per la Svizzera tedesca è stato sviluppato il numero 164 in collaborazione con Blick, SonntagsBlick e il servizio di informazioni sportive Sportel. Un altro esempio è costituito dal numero 1600 per le informazioni relative a manifestazioni e spettacoli regionali.



Nuovi Business Number

Dopo una fase pilota, nel 1998 Swisscom ha introdotto sul mercato i Business Number 0900/0901. Si tratta di numeri telefonici mediante i quali le aziende vendono prodotti e servizi affidando le operazioni d'incasso a Swisscom. Il nuovo servizio 0840 Business Number ISP consente ai fornitori di servizi di telecomunicazione di mettere a disposizione dei clienti un accesso capillare ad Internet a tariffa locale. Il nuovo servizio 0800 Business Number Economy è stato creato per rispondere alle esigenze delle piccole imprese che spesso considerano troppo elevato il prezzo dei numeri 0800.

Publifon con Teleguide

Nel mese di giugno 1998 Swisscom ha dato il via all'installazione del Teleguide nelle cabine telefoniche pubbliche. Questo strumento consente agli utenti di accedere online all'elenco telefonico elettronico della Svizzera (ETV) costantemente aggiornato. Entro la primavera 1999 verranno sostituiti tutti gli elenchi su carta dei 12 500 Publifon. Una volta ultimata l'installazione gli utenti avranno anche la possibilità di inviare e-mail, fax brevi, messaggi SMS e Pager tramite il Teleguide. Sempre nella primavera 1999 tutte le cabine pubbliche verranno modificate per consentire il pagamento delle comunicazioni mediante carte di credito.

Grazie a queste modernizzazioni la quota dei Publifon a carte noleggiati nel settore privato è aumentata del 50%.

TeleConferencing

TeleConferencing è un moderno sistema di conferenza telefonica che offre svariate possibilità di applicazione (conferenze stampa, riunioni internazionali, conferenze in casi di emergenza ecc. alle quali possono prendere parte anche diverse centinaia di persone). A seconda delle esigenze i partecipanti possono farsi chiamare direttamente dal Call Center TeleConferencing o mettersi in collegamento autonomamente. Nel 1998 il servizio ha riscontrato un successo crescente.

Continuo rinnovamento dell'assortimento di apparecchi terminali

Grazie al rinnovamento mirato del suo ampio assortimento Swisscom è riuscita a difendere la sua posizione di leader sul mercato e ad incrementare ulteriormente le vendite nel promettente settore della rete ISDN. Vanno citate in particolare due novità svizzere: TRITEL 200i, il primo telefono ISDN senza filo, e NP430@, il primo fax laser tramite il quale si possono inviare anche e-mail via Internet.

Servizi di operatrice/operatore

I servizi d'informazione nazionale e internazionale, ai quali gli utenti possono richiedere numeri di telefono e indirizzi, sono in funzione 24 ore su 24. Nella primavera 1998 è stata adeguata la struttura tariffaria. La tariffa del servizio informazioni si compone della tassa di accesso e della tassa di comunicazione valida per l'area discosta. In questo modo una lunga comunicazione con il servizio informazioni non è molto più costosa di una conversazione breve, dato che il prezzo viene determinato essenzialmente dalla tassa di accesso. È stato accolto molto bene dagli utenti il nuovo servizio supplementare „111 più 5“. Dopo aver ricevuto l'informazione desiderata l'utente può stabilire direttamente la comunicazione premendo la cifra 5 sulla tastiera del telefono. Il prezzo per un'informazione standard è rimasto invariato.

La preselezione stimola la concorrenza

Dal 1° settembre 1998 Swisscom offre ad oltre il 50% dei clienti la possibilità di preselezionare il fornitore di servizi di telecomunicazione. Grazie al progetto „Preselection“ gli utenti possono predefinire il fornitore al quale desiderano ricorrere per le conversazioni interurbane nazionali e internazionali. Non è quindi più necessario digitare un codice di cinque cifre quando si seleziona un fornitore. Questo provvedimento stimola la concorrenza sul mercato svizzero delle telecomunicazioni.

Swisscom anticipa le nuove tendenze nel settore degli apparecchi terminali.

50 000 nuovi clienti al mese...

La dinamicità che contraddistingue il mercato della telecomunicazione mobile si è ulteriormente accentuata nel 1998. Durante l'anno considerato il numero dei clienti è aumentato del 60% ed è stato conseguito un fatturato netto di ben 1,8 miliardi di franchi, pari ad un incremento del 30,6% rispetto all'anno precedente.

Cifre eloquenti

Quattro anni fa si stimava che nel 2000 ci sarebbero stati globalmente 350 milioni di utenti collegati alla rete mobile. L'anno scorso si parlava già di 500 milioni. Lo stesso vale per il mercato europeo: secondo gli esperti nel 2000 non ci saranno 70 milioni (stima del 1995), bensì 120 milioni di utenti collegati alla rete mobile.

Nel 1998 anche Swisscom Mobile ha tratto profitto da questo boom. In media ogni mese 50 000 nuovi clienti hanno sottoscritto un contratto di telefonia mobile. Alla fine dell'anno gli utenti erano complessivamente 1 672 300. Questo corrisponde ad un grado di penetrazione del mercato del 23,4%. Alla fine del 1998 quasi un quarto degli abitanti svizzeri era dunque collegato alla rete Natel di Swisscom.

Questa forte crescita ha avuto ripercussioni sulla mole di lavoro delle collaboratrici e dei collaboratori. In media il personale della Hotline, creata appositamente per la telefonia mobile e in funzione 24 ore su 24, deve rispondere settimanalmente a 120 000 chiamate. Non c'è quindi da sorprendersi se circa 600 dei 1500 dipendenti di Swisscom Mobile lavorano per il servizio di assistenza alla clientela. L'effettivo si è in pratica quadruplicato rispetto alla metà del 1997; nel corso del 1999 sono previsti ulteriori ottimizzazioni e miglioramenti per assicurare un servizio di assistenza ineccepibile.

La concorrenza stimola il mercato

Nell'aprile 1998 la Commissione federale delle comunicazioni ComCom ha attribuito una concessione per la gestione di una rete nazionale di radiocomunicazione mobile a due nuovi operatori. Questa decisione ha di fatto segnato l'inizio del regime di concorrenza su questo mercato molto dinamico.

1998: via al regime di concorrenza.



D'ora in avanti i clienti hanno la scelta fra tre reti nazionali di radiocomunicazione mobile. Swisscom affronta la nuova situazione di concorrenza con il dovuto rispetto; l'esperienza e il ricco know how tecnico acquisiti in questo segmento le consentono tuttavia di guardare al futuro con fiducia.

Prezzi al ribasso

Il boom della telefonia mobile, il miglior sfruttamento delle capacità delle reti e la conseguente diminuzione dei costi per utente hanno indotto Swisscom a ridurre due volte le tariffe nel 1998. In una prima fase sono stati sensibilmente abbassate la tassa di base e le tariffe di conversazione per Natel international, che Swisscom intende riposizionare sul mercato. Il servizio Natel international è decisamente più vantaggioso di Natel swiss se si effettuano in media comunicazioni nazionali per più di sei minuti al giorno. Inoltre consente all'utente di utilizzare il proprio cellulare in oltre 85 Paesi. In una seconda fase Swisscom ha introdotto interessanti tariffe per comunicazioni da Natel a Natel e una tariffa notturna particolarmente conveniente.

Natel easy, un successo sin dall'inizio

La piattaforma informatica universale SIM Card Application (SICAP) consente ai gestori di reti GSM di offrire alla clientela nuovi e innovativi servizi a valore aggiunto. L'applicazione Prepaid, lanciata sul mercato svizzero nel 1996 sotto il marchio Natel easy, ha riscontrato subito un grande successo di vendita. Più di un terzo dei clienti di Swisscom Mobile, vale a dire oltre mezzo milione di utenti, telefona con Natel easy. A livello internazionale la piattaforma informatica SICAP è stata introdotta con successo presso dieci gestori di reti GSM.

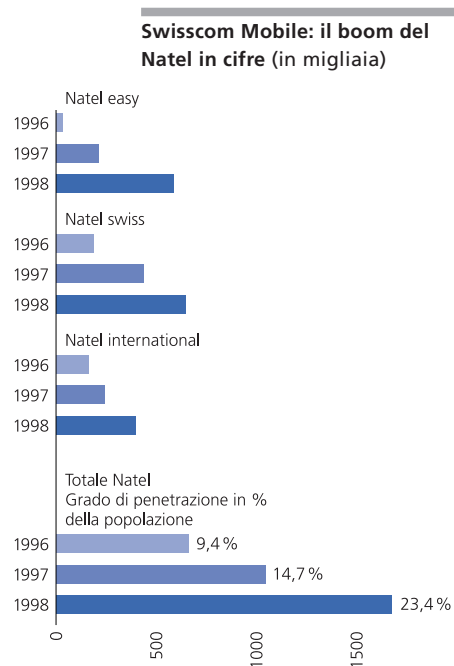
Ottimizzazione mirata della rete

La rete digitale GSM (Global System for Mobile Communication) copre oggi il 58% del territorio svizzero e raggiunge il 95% della popolazione. Grazie a 2283 stazioni di base è assicurata una copertura capillare. L'anno scorso sono state installate 600 nuove stazioni di base. Nel 1999 la rete verrà ulteriormente ampliata e ottimizzata.

La tecnologia Dualband, una novità mondiale introdotta da Swisscom alla fine del 1997, consente di raddoppiare la capacità delle reti nelle ore di punta.

Natel easy: una soluzione molto apprezzata.

Sempre più diffusa la tecnologia Dualband.



Gli apparecchi Dualband scelgono automaticamente la banda di frequenza (900 o 1800 MHz) con la maggiore disponibilità e cambiano da una all'altra senza che l'utente debba intervenire. Nel 1999 Swisscom intende ampliare ulteriormente la rete Dualband soprattutto nei centri urbani e nelle regioni di confine dove la rete è soggetta a sovraccarichi a causa dell'elevato traffico telefonico.

Oltre che sulla capillarità della rete, l'attenzione di Swisscom Mobile si concentra sulla qualità di trasmissione. La tecnologia EFR (Enhanced Full Rate), implementata sulla rete Natel nell'estate 1998, consente una codifica più efficiente migliorando sensibilmente la qualità della riproduzione vocale. Tutti i nuovi telefoni cellulari supportano già la tecnologia EFR.

Il telefonino, una centrale di comunicazione personale

Venti anni fa chi possedeva un Natel – abbreviazione tedesca di Nationales Autotelefon (autotelefono nazionale) – aveva effettivamente bisogno di un'automobile per trasportarlo. Gli apparecchi attuali non sono solo più maneggevoli, ma anche 150 volte più leggeri. Un moderno cellulare è più di un telefono mobile. Nel 1998 Swisscom ha ulteriormente migliorato e ampliato i servizi supplementari. Oggi un Natel fornisce in pochi secondi indicazioni sull'andamento della borsa, sugli orari del treno, sui posti disponibili negli autosili. Inoltre permette di ricevere informazioni di Swissair e di inviare fax. Anche nel 1999 Swisscom continuerà a migliorare queste funzioni supplementari.

Nuovi canali di vendita grazie alla liberalizzazione

La liberalizzazione del mercato consente a Swisscom di differenziare in modo mirato le sue attività commerciali. L'azienda prevede tra l'altro di diversificare i canali di vendita. Così sono stati inaugurati speciali Swisscom Mobile Shop e, nell'autunno 1998, nuovi punti vendita shop-in-shop nelle 11 filiali svizzere di Globus.

Soluzioni per reti di comunicazione aziendali

Data la crescente mobilità, le aziende devono essere sempre più in grado di comunicare in modo decentralizzato, ma organizzato. La telefonia mobile consente di rispondere in maniera ottimale a questa esigenza. Swisscom ha lanciato nel 1998 il servizio Corporate Mobile Network (CMN) che offre

Novità: Corporate Mobile Network.

Swisscom detiene il primato mondiale per quanto riguarda il roaming.

soluzioni su misura per l'integrazione della telefonia mobile nelle reti di comunicazione aziendali. Molte grandi imprese svizzere ricorrono già a questo servizio.

Leader mondiale in fatto di roaming

Grazie ai contratti di roaming stipulati da Swisscom con oltre 160 partner, i clienti possono utilizzare il proprio cellulare in oltre 85 Paesi. L'azienda prevede di concludere il 200° contratto di roaming entro la fine del 1999 e quindi di estendere l'offerta a 100 Paesi. Swisscom è il leader mondiale per quanto riguarda il roaming.

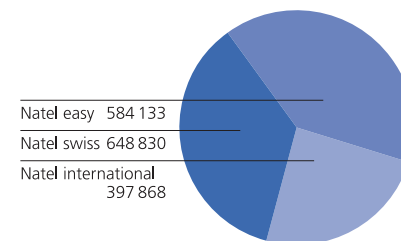
Dal 1998 Swisscom è il fornitore di servizi di telecomunicazione di Iridium per la Svizzera. Iridium è un sistema composto di 66 satelliti e di diverse stazioni terrestri che consente di comunicare con tutto il mondo da un punto qualsiasi della terra mediante il telefono mobile.

Innovativa anche a livello internazionale

Le soluzioni innovative di Swisscom nel settore Mobile International Business sono molto apprezzate. Così nel 1998 l'azienda ha potuto offrire a fornitori di tutto il mondo il servizio Natel sotto il marchio GSM Card. Oltre che ad usufruire dei vantaggi offerti dai 160 contratti di roaming, i clienti GSM Card dispongono anche di numerosi servizi supplementari.

In collaborazione con la britannica Vodafone, che gestisce una rete GSM, Swisscom offre ad altri gestori di reti la possibilità di utilizzare la sua rete di roaming tramite un servizio denominato Global Cellular Service. Stipulando un unico contratto i partner possono accedere ad una delle reti di comunicazione mobile più estese del mondo.

NATEL GSM total totale 1630831



Rivalutazione del servizio paging

Il servizio paging, che consente una comunicazione unidirezionale, viene progressivamente sostituito da GSM. Di conseguenza la diffusione di questo sistema di messaggia ha subito un rallentamento non solo in Svizzera, ma in tutt'Europa. Occorre rivalutare il servizio paging introducendo nuove offerte quali InfoServices, applicazioni e-mail e segreteria telefonica (MessageBox). Swisscom sta valutando diverse opzioni per riposizionare questo servizio sul mercato.



Trasmissione dati: una finestra sul mondo

Nel 1998 il fatturato netto di Data & Multimedia – settore che riunisce le attività relative alla trasmissione dati e ai servizi online – è salito del 9,3% a 901 milioni di franchi. Durante l'anno considerato i trend si sono ulteriormente accentuati: la richiesta di servizi a banda larga è aumentata notevolmente. Anche i servizi di rete hanno registrato una crescita. Il provider Blue Window ha consolidato ulteriormente la sua posizione di leader sul mercato.

Swisscom offre alla clientela una vasta gamma di servizi multimediali e di trasmissione dati. Il portfolio di Data & Multimedia comprende le linee noleggiate nazionali e internazionali, i servizi per il trasporto di dati quali Telex, X.25, Frame Relay e ATM, e le soluzioni globali per Internet, Intranet e Extranet destinate a grandi clienti nonché a piccole e medie imprese. Fanno inoltre parte di Data & Multimedia la piattaforma Internet Blue Window, gli elenchi telefonici e le soluzioni di comunicazione per settori specifici come quello sanitario.

Internet: da passatempo a fattore strategico di successo

La possibilità di reperire, elaborare e trasmettere rapidamente informazioni a livello globale sta diventando una premessa strategica indispensabile per essere concorrenziali sul mercato. Grazie ad una gamma completa di servizi, Swisscom è in grado di agevolare alla clientela l'accesso al „villaggio globale“ di Internet.

Oltre 100 milioni di persone in tutto il mondo utilizzano attualmente la rete Internet; si prevede che nel 2002 ci saranno circa 320 milioni di utenti. Il settore è in piena espansione e il suo potenziale di mercato è enorme. Secondo uno studio effettuato in Svizzera nell'agosto 1998 un quarto della popolazione di età superiore ai 14 anni accede regolarmente o saltuariamente a Internet.

Blue Window: raddoppiato il numero dei clienti in un anno

L'aumento dei clienti di Blue Window è un'ulteriore prova della rapida espansione di Internet: tra la fine del 1997 e la fine del 1998 il numero di utenti che ricorrono alla piattaforma di Swisscom è più che raddoppiato passando da 70 000 a 150 000. Nel 1998 la Homepage di Blue Window è stata visitata da 30 milioni di persone al mese. Grazie agli accordi con aziende quali Yahoo (motore di ricerca) o con fornitori di contenuti come Cinémachine (rivista di

Accedere al „villaggio globale“ di Internet grazie alla vasta offerta di servizi Swisscom.

Grazie agli accordi di collaborazione con altre aziende e ai suoi interessanti contenuti, la piattaforma Blue Window è un'attraente porta d'accesso a Internet.

Inhouse Communications, il nuovo servizio s'indirizza all'interessante segmento delle PMI.

Soluzioni di rete per rispondere a qualsiasi esigenza.

cinema) e Sonicnet (rivista di musica), Blue Window ha consolidato ulteriormente la sua posizione di provider leader sul mercato svizzero. Blue Window è presente anche all'estero: dal mese di maggio dell'anno scorso Swisscom, in collaborazione con tesion (una joint venture con un'importante azienda elettrica locale), offre l'accesso a Internet agli utenti dell'interessante mercato del Baden-Württemberg.

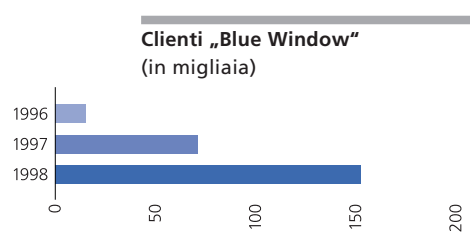
Nel 1998 l'offerta Blue Window è stata riposizionata e circoscritta ai clienti privati. D'ora in avanti le soluzioni per clienti commerciali verranno vendute sotto il marchio Swisscom.

Soluzioni globali per le PMI

Raggruppando in un nuovo settore aziendale i servizi Blue Window destinati ai clienti commerciali, Swisscom intende focalizzare la sua attenzione su questo segmento. L'offerta si indirizza principalmente alle circa 300 000 piccole e medie imprese (PMI) attive sul mercato elvetico. Swisscom intende occupare un posto di primo piano anche in questo segmento. Con Inhouse Communications è stato lanciato nella primavera 1998 un nuovo servizio che offre alle PMI soluzioni di comunicazione specifiche.

Soluzioni di trasporto dati su misura (Managed Network Services)

Fanno parte del portfolio del settore Managed Network Services le linee noleggiate nazionali e internazionali, i Managed Bandwidth Services e numerosi servizi che coprono l'intera gamma di tecnologie per il trasporto dei dati. Durante l'anno considerato sono state attuate modifiche per quanto concerne le linee noleggiate. Il 1° luglio 1998 è stata presentata l'offerta rielaborata. I prezzi sono stati adattati al mercato e garantiscono la copertura dei costi. Nel contempo Swisscom ha lanciato Direct Link, una nuova gamma di prodotti a prezzi convenienti per la comunicazione nell'area locale. Con City Services e Intercity Service, nell'autunno 1998 Swisscom ha introdotto nuove e speciali soluzioni di comunicazione per le aziende con possibilità di scelta del grado di sicurezza e della larghezza di banda. Vengono inoltre proposte tariffe non fissate in base alla distanza per la trasmissione di dati nelle aree urbane. In questo modo Swisscom tiene conto del fatto che in Svizzera i maggiori volumi di dati vengono trasmessi tra i centri economici e all'interno degli stessi. I servizi City Services e Intercity Service sono disponibili a Basilea, Berna, Ginevra e Zurigo.



Comunicazione aziendale

Swisscom offre ai clienti commerciali un'ampia gamma di servizi Intranet, Extranet e Internet ed è in grado di rispondere alle esigenze di grandi aziende e di multinazionali grazie a soluzioni integrate. Nell'assistenza tecnica sono inclusi l'integrazione dei sistemi, il Router Management, il Remote Access Service (RAS), l'integrazione della trasmissione dati, della comunicazione vocale nonché l'accesso a Internet.

Fanno parte dei servizi d'integrazione il design, l'installazione e la manutenzione delle reti. Swisscom offre un servizio di Router Management denominato LAN Interconnect Service. Alla fine del 1998 l'azienda gestiva circa 3000 Router di clienti attivi principalmente nel terziario (ad esempio banche, assicurazioni, agenzie viaggi) e di distributori all'ingrosso. Swisscom è decisamente il leader nel segmento di mercato del Router Management. Il servizio LAN Interconnect, lanciato nel 1995, ha ottenuto un grande successo. Grazie al Remote Access Service (RAS) di Swisscom, le collaboratrici e i collaboratori di un'impresa possono collegarsi alla rete aziendale da una succursale, da casa o mentre sono in viaggio. Il servizio RAS consente di accedere alle reti aziendali tramite la rete telefonica pubblica, la rete ISDN o la rete di radiocomunicazione mobile. Gli Integrated Services di Swisscom si basano sulla tecnica Frame Relay e consentono la trasmissione di dati e la comunicazione vocale tramite un unico accesso. Nell'ambito della sua strategia volta ad ampliare il mercato domestico, Swisscom ha esteso i Remote Access Services e i servizi integrati per la trasmissione di dati anche al mercato austriaco.

PubliGroupe e Swisscom hanno intensificato la collaborazione per quanto concerne gli elenchi telefonici.

Elenchi

Gli elenchi telefonici elettronici, ad esempio quelli su CD-ROM o su Internet, e il loro finanziamento mediante la pubblicità, assumono un'importanza commerciale sempre maggiore. A questo si aggiunge il fatto che occorre integrare nuove informazioni quali i numeri fax e gli indirizzi e-mail. La concorrenza internazionale in questo segmento continuerà a crescere anche in futuro. Swisscom ha pertanto deciso nell'autunno 1998 di collaborare in modo più intenso con PubliGroupe per quanto riguarda la produzione e la vendita degli elenchi. Per questo motivo sono state costituite due nuove società: la PubliDirect AG e la Swisscom Directories AG, che dal 1999 è responsabile degli elenchi Swisscom.

Incremento sostanziale della competitività

Grazie all'andamento positivo registrato nel traffico di transito e nel settore dell'interconnessione, è stato possibile aumentare il fatturato netto dei Carrier Services del 23,4% per portarlo a 860 milioni di franchi. L'esercizio 1998 è stato contraddistinto dall'avvio delle attività di commercio wholesale. Il settore Wholesale è responsabile della vendita di soluzioni e di servizi di rete innovativi agli operatori di telecomunicazione attivi in Svizzera e all'estero. Durante il 1998 Swisscom ha inoltre dato il via a numerosi progetti volti a migliorare notevolmente il grado di competitività delle proprie reti.

Numerosi contratti di interconnessione

Dall'inizio del 1998 l'accesso dei concorrenti alle reti di Swisscom è regolamentato da accordi di interconnessione conformemente alla legge sulle telecomunicazioni. In questo modo sono assicurate una concorrenza leale e una comunicazione end-to-end ineccepibile per quanto concerne le prestazioni del servizio universale. Durante il 1998 Swisscom ha stipulato accordi di interconnessione con 26 fornitori di servizi di telecomunicazione.

Oltre ai servizi wholesale vengono offerte linee noleggiate internazionali e la coesistenza di impianti di telecomunicazione e di stazioni di trasmissione.

In marzo e giugno 1998 Swisscom ha ridotto le tariffe di interconnessione con effetto al 1° aprile 1998. All'inizio del 1999 l'azienda ha concordato con due concorrenti un'ulteriore riduzione del 18% delle tariffe di interconnessione applicate nel 1998 e un ribasso del 5% delle tariffe di accesso ai servizi 0800. Queste nuove tariffe sono entrate in vigore con effetto retroattivo al 1° maggio 1998. Dato che prevede di aumentare ancora la redditività delle reti, Swisscom ha ulteriormente diminuito le tariffe di interconnessione per il 1999 che sono ora inferiori del 26% circa rispetto ai prezzi concordati nel mese di giugno del 1998.

Interconnessione: all'insegna della concorrenza.

Reti più concorrenziali grazie alla riduzione dei costi e all'aumento del fatturato.

Raggruppamento dei centri per la gestione delle reti.

Avvio delle attività di commercio wholesale

Swisscom ha dato il via alle attività wholesale e intende assicurarsi una posizione di primo piano in Svizzera. Il settore Wholesale offre sul mercato nazionale una gamma di servizi destinati ai fornitori che hanno stipulato un accordo di interconnessione. Il portfolio del settore Wholesale comprende servizi quali la terminazione internazionale, il traffico di transito internazionale, le linee noleggiate e i Bandwidth Services. Il nostro obiettivo è di ampliare ulteriormente l'attuale offerta e stimolare in modo mirato il mercato della rivendita con servizi interessanti. Swisscom ha già stipulato contratti con diversi fornitori.

Avviato un programma per rendere più concorrenziali le reti

L'apertura dei mercati delle telecomunicazioni costituisce una grande sfida per i Carrier Services. Per essere concorrenziali anche in futuro occorre diminuire notevolmente i costi delle reti e sfruttare le capacità non utilizzate presentando nuove offerte. Per questo motivo è stato conferito ad un team l'incarico di studiare le modalità per ridurre gli investimenti e i costi e di elaborare soluzioni che consentano di sfruttare in modo ottimale l'infrastruttura esistente e aumentare il fatturato.

Nell'ambito di numerosi progetti sono stati individuati notevoli potenziali di risparmio. Così ad esempio una pianificazione degli investimenti orientata al mercato permette di ridurre sensibilmente le uscite senza per questo esporsi a maggiori rischi di mercato. È possibile inoltre ridurre i costi cercando di ottenere condizioni d'acquisto più vantaggiose per Swisscom.

Ottimizzazione delle sinergie nei centri di gestione

Durante l'esercizio 1998 è stato deciso di ridurre il numero dei centri di gestione delle reti: entro la fine del 2000 essi verranno raggruppati a Zurigo, Berna, Ginevra e Lugano. Sfruttando le sinergie è possibile ridurre ulteriormente i costi. Con questa misura vengono inoltre assicurati processi end-to-end ancora più efficienti.

Espansione mirata nel cuore dell'Europa

Durante il 1998 Swisscom ha messo a fuoco la sua strategia internazionale. La massima priorità è stata data all'espansione del mercato domestico. L'azienda è ora presente anche fisicamente in tutti i Paesi limitrofi. L'obiettivo è di rispondere alle esigenze di globalizzazione della clientela acquisita e di ampliare i mercati in modo mirato. Swisscom intende estendere progressivamente le sue attività per diventare l'operatore preferito nel cuore dell'Europa.

Nel quadro della sua strategia internazionale, Swisscom si concentra principalmente sull'ampliamento del mercato domestico mediante società affiliate e/o joint-venture nelle regioni di confine dei Paesi limitrofi. Con la costituzione alla fine del 1998 della società affiliata Swisscom S.p.A. Italia è stata conclusa la prima tappa. Swisscom è ora presente in tutti i Paesi limitrofi. Grazie a questa espansione accediamo ad un mercato supplementare di 29 milioni di abitanti.

Germania

Dal gennaio 1997 Swisscom detiene il 50% della tesion Kommunikationsnetze Süd-West GmbH & Co KG. Questa impresa, nata da una joint-venture tra Swisscom e Energie Baden-Württemberg, la principale azienda elettrica del Baden-Württemberg, offre soprattutto alle piccole e medie imprese servizi nel campo della multimedialità, della comunicazione vocale e della trasmissione dati di elevata qualità. Grazie al prodotto Blue Window di Swisscom, lanciato sul mercato nel 1998, tesion è diventata anche uno dei fornitori leader di servizi Internet. L'azienda dispone di una rete in fibre ottiche di 3000 km – la seconda per dimensioni del Baden-Württemberg – alla quale sono allacciate tutte le scuole superiori del land tedesco. Durante l'esercizio 1998 è stata introdotta una gamma di nuovi prodotti quali Digital Powerline, Prepaid Card e E-Commerce. Inoltre tesion ha inaugurato un centro per la clientela a Stoccarda e una succursale a Karlsruhe.

Austria

Nel luglio 1998 Swisscom ha acquisito la maggioranza delle azioni della UTA Telekom AG, il principale fornitore alternativo di servizi di telecomunicazione in Austria. L'azienda conta circa 400 collaboratori. Nel contempo è stata integrata nella UTA Telekom AG la Telekommunikationsgesellschaft m.b.H, società affiliata di Swisscom fondata nel 1997. La nuova azienda offre solu-

zioni di telecomunicazione globali a clienti commerciali e privati in Austria. Uno dei principali obiettivi perseguiti dalla UTA Telekom AG è l'estensione di servizi di telefonia forniti in modo capillare. UTA è stata la prima azienda privata a lanciare un servizio telefonico per clienti privati e piccole imprese. Alla clientela che accede alla rete tramite uno speciale prefisso, UTA offre tariffe vantaggiose per le comunicazioni interurbane nazionali e internazionali.

Francia

Nell'ambito di una joint-venture, Swisscom e Electricité de Strasbourg hanno costituito nell'aprile 1998 l'azienda Estel. Entrambe le società detengono una quota di partecipazione del 50%. Alla fine di novembre il Ministero dell'industria francese ha dato il nullaosta per la concessione di una licenza. Per ora l'azienda offre servizi di telefonia, di trasmissione dati e servizi Internet a piccole e medie imprese alsaziane. La premessa per poter ampliare le attività di Estel è la stipulazione di un accordo di interconnessione con France Telecom prevista per la prima metà del 1999. Estel è il primo fornitore alternativo di servizi di telecomunicazione in Alsazia e può attingere ad un bacino d'utenza di 1,6 milioni di abitanti e 42 000 aziende circa. Electricité de Strasbourg mette a disposizione una rete in fibre ottiche d'avanguardia, Swisscom il suo ricco know how tecnico e una parte delle risorse necessarie per lo sviluppo dell'azienda. Tramite Estel Swisscom accede al secondo mercato per importanza dopo quello tedesco.

Italia

Nel febbraio 1998 abbiamo costituito la Swisscom S.p.A., una società affiliata con sede a Milano che appartiene al 100% a Swisscom. La Swisscom S.p.A. è diventata operativa a metà dicembre. In febbraio è stato possibile concludere con successo le trattative con Telecom Italia relative all'accordo di interconnessione. La nuova azienda offre servizi internazionali di comunicazione vocale, di trasmissione dati e Internet in tutta la Lombardia. Il portfolio verrà gradualmente completato con prodotti quali la teleinformatica e i servizi a valore aggiunto. Per i clienti italiani abbiamo messo a punto un nuovo sistema di billing e di reporting. L'offerta della Swisscom S.p.A. s'indirizza in primo luogo alle piccole e medie imprese e ai rivenditori dell'Italia del Nord. Grazie a questa nuova azienda Swisscom accede ad un mercato potenziale di circa 9 milioni di persone e 37 000 aziende. Nell'area di Milano viene generato circa il 20% del prodotto nazionale lordo italiano.

Germania del Sud – un mercato attraente.

Lombardia – un mercato dal grande potenziale.

Principato del Liechtenstein

La Telecom FL AG di Vaduz, società affiliata detenuta al 100% da Swisscom, ha ottenuto nel mese di giugno 1998 una concessione quale fornitore locale del servizio universale. L'azienda ha inoltre stipulato un contratto per la pianificazione e la strategia relativa alla rete. Il governo del Liechtenstein ha deciso che la concessione sarebbe stata effettiva solo all'inizio del 1999. Era esclusa da questa disposizione la comunicazione mobile. Il trattato tra la Svizzera e il Liechtenstein in merito alle telecomunicazioni è stato de facto abrogato alla fine del 1998. In novembre il governo ha conferito alla Telecom FL AG una concessione che l'autorizza a fornire le prestazioni del servizio universale finora assicurate da Swisscom.

Unisource N.V.

Il gruppo Unisource, l'alleanza strategica tra Swisscom, KPN Telecom Netherlands e l'azienda svedese Telia, detiene il 60% dell'associazione in partecipazione AT&T-Unisource Communications Services (AUCS). Il restante 40% appartiene a AT&T. AUCS s'indirizza soprattutto a clienti multinazionali ai quali offre soluzioni di telecomunicazione globali. Dato che a partire dal mese di luglio 2000 AT&T non farà più parte dell'alleanza, il gruppo Unisource sta valutando diverse opzioni per poter continuare a rispondere in modo ottimale alle esigenze internazionali dei clienti.

Infonet Services Corporation, El Segundo, CA, USA

Infonet Services Corporation, di cui Swisscom detiene il 18,7%, è uno dei principali fornitori mondiali di soluzioni su misura per la trasmissione internazionale di dati e voce. Infonet è attiva essenzialmente nel settore delle reti e offre applicazioni per Internet e Intranet, soluzioni per il commercio elettronico, servizi per la trasmissione di informazioni e i cosiddetti servizi Remote Access. La rete globale di Infonet è accessibile da 180 Paesi. La società è presente in 57 nazioni con rappresentanze locali. Tra gli azionisti di Infonet figurano diversi fornitori di servizi di telecomunicazione di primo piano quali KPN, Telia, Telefonica, KDD e Telstra.

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

Nel maggio 1997 è stata costituita la Swisscom North America Inc. (SCNA), società affiliata con sede a Washington D.C. detenuta al 100% da Swisscom.

SCNA è operativa dalla primavera del 1998 e offre End-to-End Service Level Agreement, Help Desk Support 24 ore su 24, Managed Network Services e soluzioni telecomunicative per aziende statunitensi.

Cessione delle attività in Asia

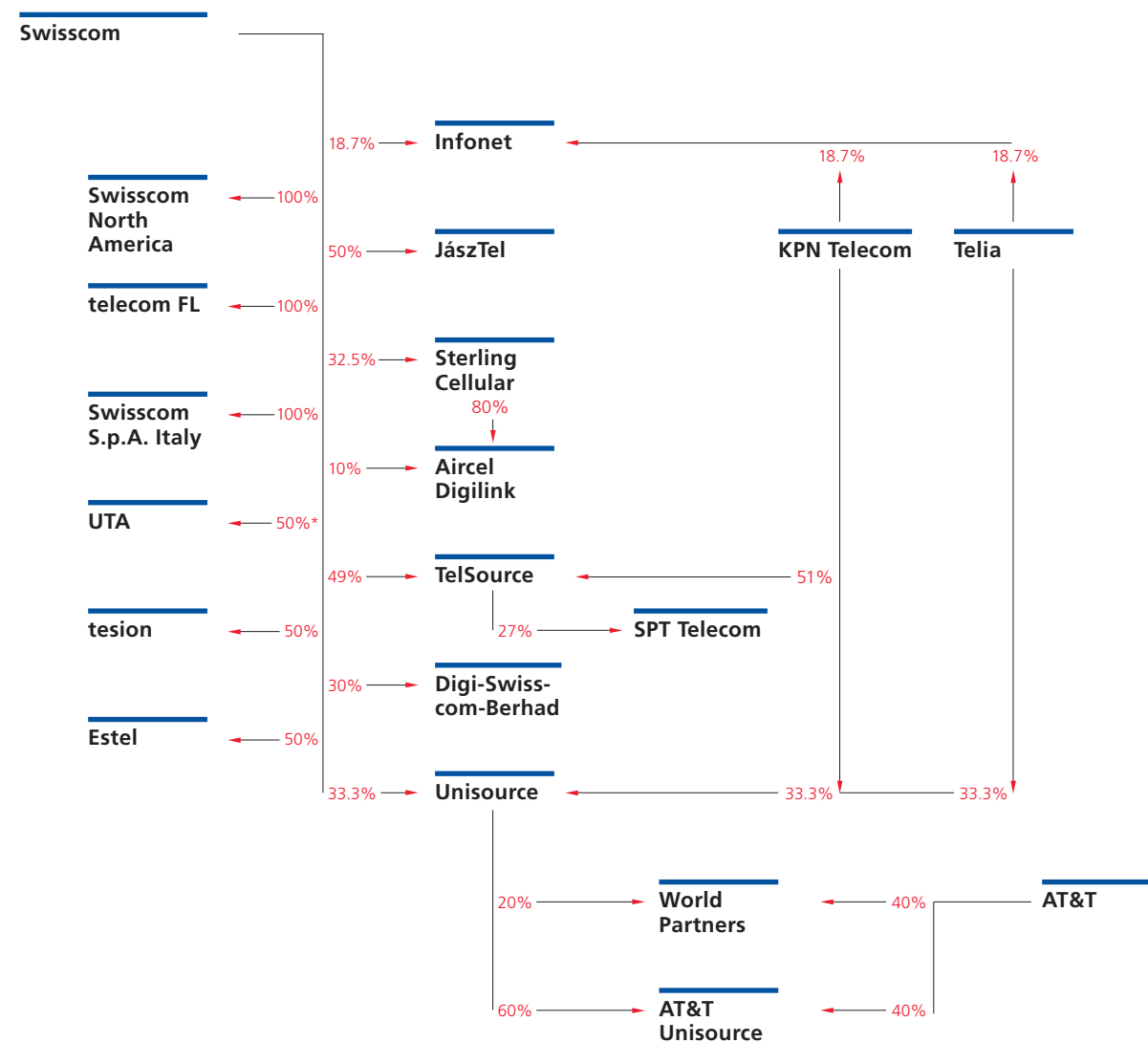
In Malaysia Swisscom detiene il 30% della DiGi-Swisscom-Berhad (in precedenza Mutiara-Swisscom). DiGi è titolare di licenze nazionali per l'esercizio di una rete mobile digitale nazionale (GSM 1800) e di una rete fissa; inoltre gestisce un gateway internazionale e servizi VSAT e Data Network in Malaysia. Alla fine del 1998 DiGi contava 310000 clienti. DiGi deve far fronte a condizioni di mercato difficili a causa della crisi finanziaria in Malaysia. Nel 1996 Swisscom ha acquisito una quota di partecipazione strategica del 32,5% all'azienda indiana Sterling Cellular. Aircel Digilink, una società affiliata a Sterling e di cui Swisscom detiene una partecipazione diretta del 10%, è titolare di licenze per le regioni Haryana, Rajasthan e Uttar Pradesh Est e assicura la copertura della zona settentrionale del Paese con una rete mobile. Le imposizioni governative per la regolamentazione del mercato – in particolare le elevate tasse percepite per le licenze – non hanno consentito all'azienda di rafforzare la propria posizione lo scorso anno. Nel 1998 Swisscom ha registrato notevoli perdite per quanto riguarda le sue partecipazioni ai gestori di reti mobili in India e in Malaysia. In seguito alla strategia di concentrazione delle attività internazionali e dopo aver effettuato un'analisi approfondita e critica di diverse opzioni, nel marzo 1999 Swisscom ha deciso di cedere le partecipazioni in Malaysia e in India.

Partecipazioni nell'Europa dell'Est

Nel quadro di joint-venture costituite con KPN Telecom Netherlands, Swisscom detiene il 27% dell'azienda nazionale di telecomunicazioni ceca SPT Telecom, che è stata parzialmente privatizzata, e il 50% dell'azienda ungherese JászTel Rt. Swisscom sostiene SPT Telecom sia in ambito tecnico sia per quanto riguarda la direzione operativa. SPT Telecom detiene il 51% di Eurotel, uno dei due gestori di telefonia mobile della Repubblica Ceca. Grazie all'introduzione di prodotti innovativi come il Natel easy sviluppato da Swisscom, nel 1998 Eurotel ha potuto consolidare la sua posizioni dominante rispetto alla concorrenza. In seguito al riorientamento strategico di Swisscom e di KPN Telecom l'azienda ungherese JászTel è stata messa in vendita.

La rete globale di Infonet è accessibile da oltre 180 Paesi.

Swisscom – Partecipazioni e alleanze



Visione del futuro e orientamento strategico

„Swisscom è la più importante azienda fornitrice di servizi di telecomunicazione in Svizzera; essa opera nella consapevolezza della propria responsabilità sociale. A livello internazionale ci concentriamo in modo mirato sull’ampliamento del mercato domestico nelle zone dei Paesi limitrofi prossime al confine con la Svizzera, dove intendiamo raggiungere un’importante posizione di mercato.“
 Per raggiungere questi obiettivi puntiamo soprattutto sulla soddisfazione e sulla fedeltà dei clienti, su collaboratori competenti e motivati e su processi efficaci ed efficienti nell’ottica di un duraturo incremento del valore dell’azienda.

Obiettivi chiari.

Quattro obiettivi strategici

Da quanto enunciato nella nostra visione del futuro derivano, per i prossimi anni, i seguenti obiettivi strategici.

Primo: per consolidare la sua posizione di leader in Svizzera, Swisscom esplora le potenzialità non ancora sfruttate dei mercati delle telecomunicazioni. Nei mercati in cui la concorrenza è più dura, il fattore della fedeltà dei clienti assume un ruolo decisivo. Per Swisscom, dunque, la soddisfazione dei clienti è l’obiettivo prioritario. Attraverso una politica dei prezzi innovativa ed un’integrazione intelligente di servizi e di prestazioni di assistenza poniamo la base per la fidelizzazione a lungo termine dei clienti. Il grado di utilizzazione della rete telefonica, relativamente basso rispetto a quanto si registra in altri Paesi, lascia presagire notevoli potenzialità di crescita in relazione all’introduzione di nuove offerte soprattutto nel settore Internet e in quello dei servizi a valore aggiunto. Swisscom sviluppa attivamente questi segmenti di mercato presentando regolarmente soluzioni e servizi nuovi e a misura delle esigenze dei clienti. La liberalizzazione dei servizi di telecomunicazione ha fatto nascere nel settore Wholesale un nuovo mercato che seguiamo con estrema attenzione e che ci accingiamo a sfruttare in maniera sistematica.

Secondo: per commercializzare nuovi prodotti e servizi, Swisscom sfrutta il proprio know-how tecnologico e le proprie relazioni con i clienti. Grazie alla completa digitalizzazione della rete, alle competenze tecniche e alla base di clienti di cui disponiamo, siamo in grado di soddisfare le nuove esigenze in maniera rapida ed efficiente. Swisscom parte dal presupposto che in tutti i segmenti si registrerà una crescita della domanda di servizi a valore aggiunto nonché di soluzioni di rete e servizi integrati; ciò porterà ad una sempre maggiore convergenza dei diversi settori di mercato.

Per soddisfare questi bisogni, promuoviamo in modo mirato la tecnica ISDN, sviluppiamo nuovi servizi a valore aggiunto per la telefonia mobile sulla base della nostra piattaforma SICAP e, in alternativa alle linee noleggiate convenzionali, offriamo soluzioni di rete per le aziende.

Terzo: Swisscom prosegue nel suo piano di riduzione dei costi e di aumento della produttività.

Per ottenere la necessaria riduzione dei costi legati al personale si farà ricorso soprattutto agli strumenti del prepensionamento, delle partenze naturali e dell'outsourcing delle attività che non fanno parte delle nostre competenze centrali. In questo modo l'organico sarà ridotto a circa 18.000 unità (posti a tempo pieno equivalenti) entro la fine del 2001 (con riserva di cambiamenti nel perimetro di consolidamento).

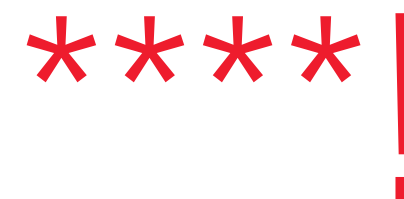
Mentre nei settori in crescita della comunicazione mobile e della trasmissione dati vengono creati nuovi posti di lavoro, in diversi altri settori si impone una riduzione del personale. Procederemo inoltre ad un'ottimizzazione dell'impiego del personale e introdurremo un sistema di retribuzioni più orientato alle prestazioni.

Un migliore management dei processi ed una razionalizzazione dell'esercizio ci consentiranno di ridurre sostanzialmente gli altri costi. La centralizzazione del sistema di acquisto del materiale per le reti e la sua gestione su basi più professionali permetteranno la riduzione dei costi di esercizio e manutenzione.

Grazie alle moderne reti fisse di cui disponiamo, gli investimenti futuri saranno effettuati tenendo esclusivamente conto delle reali esigenze del mercato. Investiremo in nuove tecnologie basandoci sempre su chiari criteri commerciali. Gli investimenti nella rete di comunicazione mobile mirano soprattutto a garantire la qualità del servizio e a soddisfare le esigenze del mercato.

Quarto: nel quadro della sua strategia internazionale, Swisscom si posiziona in modo mirato sui mercati dei Paesi limitrofi.

Swisscom estende le sue attività alle regioni di Austria, Francia, Germania e Italia prossime al confine con la Svizzera. I clienti svizzeri possono così approfittare dei medesimi servizi tanto al di qua quanto al di là del confine; nel contempo Swisscom penetra in nuovi e interessanti mercati.



Un elemento centrale della strategia internazionale di Swisscom è rappresentato dai servizi globali di rete per la trasmissione di voce e dati offerti ai clienti multinazionali.

Da „Change“ a „Progress“: per migliorare ulteriormente

Il progetto „Change“, con il quale Swisscom si è preparata alla liberalizzazione del mercato, si è concluso alla fine del 1997. Fin dai primi giorni del nuovo regime di libera concorrenza, numerosi fornitori di servizi di telecomunicazione, nazionali ed internazionali, competono tra di loro per conquistare quote di mercato nei segmenti di clientela più appetibili. Per affrontare con successo questa sfida, Swisscom deve orientare sistematicamente la sua organizzazione e i suoi processi al soddisfacimento delle esigenze dei clienti. Nei settori principali occorre, da questo punto di vista, intervenire ulteriormente. Concretamente si tratta soprattutto di studiare meglio le esigenze di determinati segmenti, di promuovere le innovazioni in linea con i bisogni del mercato, di eliminare i doppioni procedurali, di fissare chiaramente le responsabilità e di sfruttare le sinergie che consentono di ridurre i costi.

Questo è lo scopo del nuovo modello aziendale che viene sviluppato nell'ambito del progetto „Progress“. L'obiettivo è triplice: più vicinanza al cliente, più innovazione, maggiore rapidità. La riduzione del numero di profit center e l'introduzione di un sistema unificato di management accounting consentirà di semplificare la gestione strategica e finanziaria del Gruppo; il reporting sarà adeguato alle nuove attribuzioni di responsabilità.

Il nuovo modello aziendale richiede un grande impegno da parte di dirigenti e collaboratori. Attribuiamo un'importanza particolare ad un'attuazione rapida e coerente. Per tale ragione abbiamo coinvolto fin dall'inizio le associazioni del personale e abbiamo adottato una politica di massima trasparenza nell'informazione. La fase di attuazione della nuova struttura organizzativa di Swisscom si concluderà verso la fine di giugno 1999.

Swisscom vuole mantenersi in forma.

Swisscom e i clienti

Dopo un profondo mutamento organizzativo e culturale, Swisscom è oggi un'azienda che opera in mercati liberalizzati focalizzando la sua attenzione sulle esigenze dei clienti. In quest'ottica, per esempio, abbiamo ampliato in modo mirato il settore che si dedica ai clienti privati e abbiamo ridefinito il ruolo del Customer Service. Da circa due anni, Swisscom si prepara intensamente al cambio di millennio. È stato avviato un progetto ad hoc, denominato „Millennium“, per offrire assistenza ai clienti su questa problematica e per far sì che i loro sistemi di telecomunicazione passino indenni la soglia del nuovo millennio.

Nell'anno considerato abbiamo proseguito nello sforzo di essere „ancora più vicini al cliente“, abbiamo aperto nuovi canali di vendita e studiato nuovi modelli di distribuzione. Abbiamo inoltre iniziato a collaborare con diversi partner del commercio al dettaglio e ampliato la nostra presenza nei centri commerciali.

Maggiore attenzione verso i clienti privati

Nel quadro della nuova strategia per gli Swisscom Shop, decisa all'inizio del 1998, abbiamo proceduto ad una verifica della situazione di tutte le ubicazioni. A fine anno, nei tre Shop pilota di Basilea, Olten e Adliswil è stato adottato il nuovo allestimento che permette al cliente di farsi un'idea generale dell'offerta e semplifica il suo accesso ai prodotti e alle informazioni. Le misure di attuazione della nuova strategia si concluderanno alla fine del 2000.

Avvio del programma bonus „Joker“

Per tenere conto in modo ancora più mirato e flessibile dei bisogni dei clienti, all'inizio del 1999 Swisscom ha inoltre lanciato un programma bonus. Attraverso tale programma intendiamo esprimere il nostro ringraziamento ai clienti più fedeli sottoponendo loro interessanti offerte supplementari. A chi telefona, spedisce fax o naviga in Internet con Swisscom vengono accreditati dei punti. Questi punti possono essere poi utilizzati per usufruire di offerte speciali di Swisscom o di partner selezionati oppure di sconti sui servizi. Nell'ambito del programma bonus, una funzione fondamentale è svolta dai nostri Shop, che dispongono sempre delle offerte aggiornate.

Shop-in-Shop

Grazie alla collaborazione con Migros, Swisscom occuperà in futuro una posizione di primo piano nei nuovi Tele-Shop. Un ulteriore passo verso i cosiddetti

Un bonus per i nostri clienti privati.

„Shop-in-Shop“ è rappresentato dalla nostra presenza, per quanto riguarda la comunicazione mobile, in tutte le filiali Globus. Attraverso un adeguamento costante del portfolio dei prodotti in vendita negli Shop intendiamo avvicinare il cliente al complesso mondo delle telecomunicazioni con offerte innovative di prodotti e servizi integrati. Nel 1998 gli Swisscom Shop hanno aumentato il loro fatturato di circa il 30%. Siamo così riusciti non solo a mantenere, ma anche a rafforzare la nostra posizione in un mercato, quello degli apparecchi terminali, molto combattuto e caratterizzato da prezzi in costante discesa.

Il progetto „Millennium“ di Swisscom

Già dal 1996 Swisscom si occupa attivamente dei problemi informatici connessi al passaggio dal 1999 al 2000. Obiettivo del nostro progetto Millennium è di assicurare, per i sistemi di telecomunicazione dei clienti, una transizione senza problemi al nuovo millennio. A tale scopo abbiamo creato il pacchetto di servizi 2000.k. ed abbiamo avviato una campagna informativa attraverso diversi canali. L'eco suscitata presso i nostri clienti e nell'opinione pubblica è stata molto positiva.

In una prima fase è stata verificata l'idoneità al 2000 di tutti i sistemi di base relativi alle reti Swisscom. Si sta già procedendo a pieno ritmo ai necessari adattamenti; i lavori sui singoli componenti sono talmente avanzati che nel primo trimestre 1999 saranno effettuati dei test approfonditi, prima a livello svizzero, in seguito a livello mondiale nel quadro dell'UIT (Unione Internazionale delle Telecomunicazioni). Anche la maggior parte dei sistemi informativi e di supporto Swisscom è stata adattata ed è pronta a funzionare anche nel nuovo millennio. Per la verifica dell'idoneità al 2000 dei suoi prodotti e servizi, Swisscom si basa sulle definizioni della British Standard Institution.

Insieme ai fornitori e ad altri partner, abbiamo sottoposto i nostri prodotti ad una lunga serie di test per assicurare la loro idoneità al nuovo millennio. I test, eseguiti nei laboratori Swisscom e in laboratori accreditati dei clienti, sono stati seguiti e certificati da TÜV Svizzera. Il nuovo settore Customer Service offre ai clienti diversi servizi in questo ambito.

Swisscom si impegna al massimo per trovare con i suoi partner soluzioni al problema del passaggio al nuovo millennio. Nonostante tutti i nostri sforzi, non è possibile tuttavia escludere inconvenienti dovuti a fattori esterni, come per esempio black-out elettrici a livello regionale. Per tale ragione dedichiamo un'attenzione particolare ai sistemi di alimentazione elettrica.

2000.k. – il pacchetto di servizi Swisscom per risolvere il problema dell'anno 2000.

Swisscom e la comunità finanziaria

Nuovo orientamento del servizio di assistenza alla clientela

Anche per le 2600 persone che lavorano per il nostro servizio di assistenza alla clientela il 1998 è stato un anno tanto movimentato quanto positivo. Lo sviluppo e l'introduzione del sistema modulare di 20 prestazioni e prodotti ha in primo luogo l'obiettivo di meglio rispondere alle esigenze individuali dei clienti.

Il settore Customer Service gestisce i progetti – dalla semplice installazione di un collegamento telefonico alla realizzazione di sistemi di comunicazione complessi – e svolge tutti i compiti di coordinamento. Fra i maggiori impegni sostenuti nel corso del 1998 vi è stata l'installazione delle Teleguide nelle 12500 cabine telefoniche pubbliche (Publifon); quest'operazione si concluderà nel maggio 1999. In complesso, il nostro Customer Service ha seguito oltre 5000 tipi diversi di componenti, sistemi e apparecchi terminali.

Più di 100 000 imprese in Svizzera hanno accordato la loro fiducia a Swisscom sottoscrivendo un contratto di manutenzione. Nel 1998, i 1700 collaboratori del servizio esterno hanno fatto visita ogni giorno a circa 5000 clienti ed hanno evaso oltre un milione di ordini.

Nel quadro di modelli di partenariato elaborati dal Customer Service, abbiamo potuto prolungare o ampliare contratti di assistenza con diverse grandi aziende come per esempio Digital, Credit Suisse, Ciba specialità chimiche nonché con l'amministrazione federale. Un altro elemento portante è rappresentato dai servizi di help desk effettuati per aziende ed altre organizzazioni e dai servizi centralizzati di accettazione guasti per imprese come IBM o Reuters. Attraverso i numeri 175, cinquecento persone hanno risposto 24 ore su 24 a oltre 4 milioni di clienti.

L'operazione di piazzamento delle „azioni blu“ di Swisscom, portata a termine con successo nell'ottobre 1998, è stata la più grande del suo genere mai effettuata in Svizzera, e una della maggiori degli ultimi anni in Europa. Ora anche gli investitori e gli analisti svizzeri ed esteri si interessano a Swisscom. Attraverso una comunicazione attiva e aperta con la comunità finanziaria vogliamo creare un rapporto di fiducia duraturo con questo nuovo gruppo di interlocutori.

Nuove strade per andare incontro agli investitori

Oltre che dalla liberalizzazione, il 1998 è stato contrassegnato soprattutto dall'intenso lavoro di preparazione per la messa sul mercato delle azioni Swisscom. Si è trattato, in sostanza, di porre in atto in brevissimo tempo le condizioni per l'ingresso in Borsa di Swisscom. Era per noi molto importante che tutti i privati residenti in Svizzera potessero assicurarsi un trattamento privilegiato. Tutti coloro che hanno aderito all'offerta personale di azioni hanno ricevuto un modulo di sottoscrizione individuale, numerato e valido esclusivamente per loro; vi era inoltre la possibilità di fissare un limite di prezzo. Queste persone hanno fra l'altro potuto approfittare di una garanzia di attribuzione e di uno sconto di 5 franchi per azione. Circa 70 000 investitori privati si sono avvalsi di questa offerta. Vi era inoltre la possibilità di sottoscrivere titoli nell'ambito dell'offerta di azioni ordinaria. L'offerta globale si rivolgeva in modo mirato ad investitori istituzionali dell'Europa Occidentale, degli Stati Uniti, del Canada e del resto del mondo.

Nonostante la difficile situazione sui mercati finanziari, il nostro ingresso in Borsa ha riscosso un interesse vivissimo; le sottoscrizioni hanno infatti superato di tre volte il volume di azioni disponibili. A livello mondiale, sono state piazzate 25 374 750 azioni nominative. Di queste azioni, 7 550 000 provenivano da un aumento di capitale di Swisscom (primary offering) e 17 834 750 (incl. una „Green Shoe“ di 3 300 000 azioni) dal patrimonio della Confederazione (secondary offering). La Green Shoe è una riserva di azioni utilizzata per assegnazioni supplementari in caso di eccesso di sottoscrizioni. Le azioni piazzate sul mercato costituiscono il 34,5% del capitale azionario di Swisscom; con il 65,5% delle azioni, la Confederazione resta l'azionista di maggioranza. Particolarmente soddisfacente è stata l'accoglienza riservata dal personale al programma di partecipazione ad esso destinato. Oltre il 50% dei dipendenti e più dell'80% dei dirigenti hanno investito in azioni Swisscom.

IPO Swisscom: obiettivo centrato.

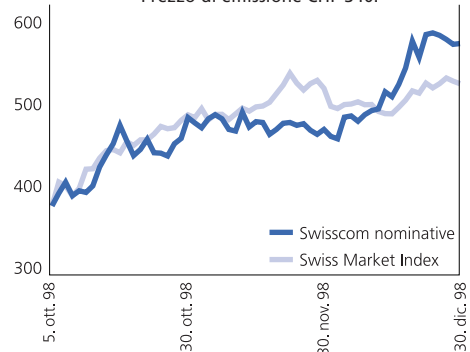
Struttura dell'azionariato (senza la Confederazione Svizzera) al 31 dicembre 1998

Numero di azioni	Numero di azionisti
1-500	44 621
501-1000	85
1001-10 000	172
10 001-100 000	76
>100 000	15

Ogni giorno 5000 visite ai clienti.

Swisscom e il personale

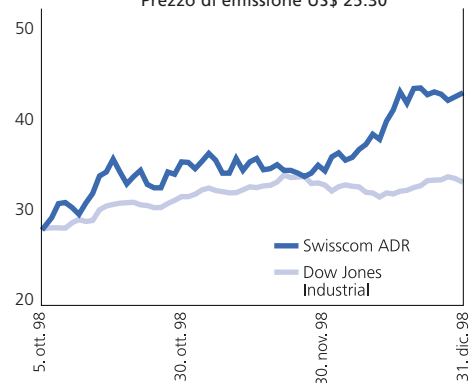
Evoluzione della quotazione delle azioni Swisscom SWX 1998 (in CHF)
Prezzo di emissione CHF 340.-



Relazioni aperte e trasparenti con gli investitori

Per soddisfare al meglio le nuove esigenze di comunicazione abbiamo creato il nuovo servizio di staff Investor Relations, che rappresenta l'anello di congiunzione fra la comunità finanziaria e Swisscom. Ci impegniamo ad informare in modo aperto, continuo e completo. Vogliamo cementare la fiducia degli attuali azionisti, dei potenziali investitori e degli analisti finanziari nei confronti di Swisscom e del suo management. Per soddisfare adeguatamente il bisogno di informazione del mercato dei capitali, si prevede di organizzare periodicamente dei „Road show“ e dei convegni di analisti. Per ulteriori informazioni, gli investitori e le persone interessate possono consultare la nostra pagina web che viene costantemente aggiornata: <http://www.swisscom.com>

Evoluzione della quotazione delle azioni Swisscom NYSE 1998 (in US\$)
Prezzo di emissione US\$ 25.30



Le pietre miliari del percorso che ci ha condotto in Borsa

13 maggio 1998	La Confederazione, in quanto azionista di maggioranza, approva il bilancio d'apertura del 1° gennaio 1998 e dà il via libera alle attività preparatorie. Decisione di emettere azioni nominative.
22 luglio	Presentazione del rapporto di gestione 1997 (inclusi i „restatements“ per i due anni precedenti in base agli International Accounting Standards) destinato ai media e agli analisti finanziari.
20 agosto	Presentazione del rapporto intermedio relativa al 1° semestre e destinato ai media e agli analisti finanziari.
13 settembre	Fissazione del margine di oscillazione del prezzo di emissione fra 330 e 410 CHF
16 settembre al 2 ottobre	Termine di sottoscrizione. Road show per analisti, potenziali investitori in Svizzera e all'estero e media.
4 ottobre	Fissazione del prezzo di emissione a 340 CHF
5 ottobre	Primo giorno di contrattazione alla Borsa svizzera di Zurigo e alla New York Stock Exchange

Le sfide poste dal mercato liberalizzato e dai profondi cambiamenti a livello mondiale nel settore delle telecomunicazioni impongono uno spirito diverso da parte delle collaboratrici e dei collaboratori. Per affermarsi nell'ambito di un mercato competitivo e globale, l'azienda deve contare su personale estremamente flessibile e pronto a dare il massimo di sé.

Nuovo sistema di valutazione delle collaboratrici e dei collaboratori

Nel corso dell'anno considerato abbiamo introdotto un nuovo sistema di valutazione del personale. Questo strumento di gestione costituisce la premessa essenziale per un nuovo sistema salariale basato sul riconoscimento delle prestazioni fornite. Un esperimento pilota effettuato nei settori Marketing & Prodotti e Data & Multimedia ha dato risultati positivi.

Verso rapporti di impiego basati sul diritto privato

A partire dal 2001 non sarà più valido per il personale di Swisscom il diritto contrattuale pubblico, basato sull'ordinamento e sul regolamento dei funzionari, bensì il diritto contrattuale privato basato sul codice delle obbligazioni (CO). Swisscom ha l'obbligo di negoziare un contratto collettivo di lavoro con le associazioni del personale. Le relative trattative sono state già avviate. La nuova legge federale sull'azienda delle telecomunicazioni (LATC) prevede la possibilità, in determinati casi, di applicare il CO già prima del 2001 per contratti individuali di lavoro. Questo margine di manovra viene sfruttato soprattutto in occasione dell'assunzione di nuovi dirigenti, di quadri superiori e intermedi e di persone a cui affidare compiti particolari.

Un sistema di retribuzione più flessibile

Il nuovo regolamento dei funzionari Swisscom, entrato in vigore nel dicembre 1998, consente di effettuare adeguamenti al sistema salariale già prima del 2001 per tenere conto delle esigenze specifiche dell'azienda. Grazie a tale possibilità, è stato raggiunto con le associazioni del personale un accordo che sopprime determinati automatismi salariali caratteristici del diritto dei funzionari.

Promovimento del personale e dei quadri

Nel 1998 abbiamo fatto un grande passo in avanti verso l'obiettivo di creare le condizioni ottimali per una moderna politica di promovimento del personale e dei quadri. Abbiamo infatti aperto due moderni centri di formazione a Martigny e a Pfäffikon/SZ e introdotto un nuovo modello di promovimento

Nuovo modello di promovimento delle competenze dirigenziali.

delle competenze dirigenziali. Anche la formazione degli apprendisti è in fase di trasformazione. In futuro ci concentreremo sulle professioni riconosciute e che hanno un rapporto diretto con le nostre attività fondamentali; nel contempo aumenteremo il numero di posti di apprendistato. Swisscom fornisce così un contributo non trascurabile alla formazione delle nuove generazioni di personale specializzato. Nell'anno considerato, Swisscom occupava oltre 700 apprendiste e apprendisti.

Inevitabile la riduzione di posti di lavoro

Per garantire a lungo termine la propria competitività, Swisscom non può fare a meno di ridurre i costi legati al personale e di procedere quindi ad una riduzione dei posti di lavoro. Negli ultimi tempi, il rapidissimo sviluppo tecnologico e strutturale dei mercati sui quali operiamo e la nuova situazione sul piano della concorrenza hanno reso ancora più urgenti gli interventi in questo senso. La forza lavoro che viene a liberarsi in un settore aziendale non può essere reimpiegata in altre unità. Nel contempo i settori in forte crescita come quelli che si occupano di comunicazione mobile o di trasmissione dei dati necessitano di personale specializzato supplementare. In complesso prevediamo una riduzione netta di 4000 posti entro il 2001, per portare l'organico a 18000 unità (con riserva di cambiamenti nel perimetro di consolidamento). Attualmente la riduzione dei posti avviene soprattutto attraverso i prepensionamenti e le partenze volontarie. Queste misure non sono tuttavia sufficienti a realizzare la necessaria riduzione di posti. Alla fine del 1998 sono state attuate le prime dispense dal lavoro.

Sostegno attivo durante la fase di riorientamento professionale

Per seguire attivamente le collaboratrici e i collaboratori colpiti dalle misure di riduzione dei posti di lavoro abbiamo creato dei centri di informazione e collocamento interni. In questi centri offriamo una consulenza competente ai dipendenti dispensati dal lavoro e in cerca di nuove opportunità lavorative all'interno o all'esterno dell'azienda. Abbiamo inoltre costituito un cosiddetto Venture Fond con una dotazione di 20 milioni di franchi per finanziare progetti di collaboratrici e collaboratori che intendono mettersi in proprio. Le trattative in atto con le associazioni del personale hanno lo scopo di rendere l'operazione di riduzione dei posti socialmente sopportabile nella massima misura possibile.

Alla fine del 1998 Swisscom ha costituito un team incaricato di elaborare soluzioni innovative e creative per favorire il reinserimento professionale delle persone toccate dalle misure di razionalizzazione.

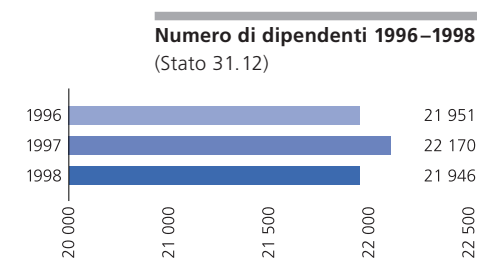
Lo scorso anno il Gruppo contava mediamente 22 069 dipendenti; alla fine del 1998 il personale ammontava a 21 946 unità, ossia l'1% in meno rispetto all'anno precedente. La riduzione risultante dalla ristrutturazione organizzativa, dall'outsourcing di determinate attività e da una riduzione effettiva dei posti è stata quasi completamente compensata da un aumento degli effettivi conseguente all'incorporazione dei dipendenti delle società affiliate (per es. UTA Telekom AG). Nel 1998 Swisscom ha registrato 2660 nuovi arrivi. Questo numero relativamente elevato si spiega soprattutto con la necessità di acquisire nuovo know-how e di disporre di nuove risorse umane nei settori Mobile e Data & Multimedia, entrambi in forte espansione.

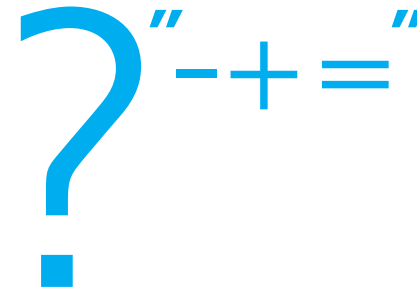
Sondaggio d'opinione fra le collaboratrici e i collaboratori

Dopo quello del 1996, nell'ottobre del 1998 è stato effettuato un secondo sondaggio d'opinione fra le collaboratrici e i collaboratori. In sede di analisi dei risultati è stato necessario tenere conto dei due ambiziosi progetti „Change“ e „Progress“ nonché dell'annunciata soppressione di posti di lavoro. Quest'ultimo tema è anche quello che più preoccupa il nostro personale. È inoltre emerso che la collaborazione fra le diverse unità organizzative deve ancora essere migliorata, come del resto anche la gestione in generale. Dai risultati si può anche desumere che ai nostri dipendenti è stato chiesto molto, negli ultimi tempi, in termini di propensione al cambiamento. Tenendo conto di queste circostanze, si può affermare che i risultati del sondaggio sono nel complesso soddisfacenti. Ciò non toglie che sia emersa in diversi settori la necessità di effettuare degli interventi che richiederanno notevoli competenze direttive e sociali da parte dei superiori.

Nuova cassa pensioni

Il 1° gennaio 1999 ha iniziato la sua attività la nuova cassa pensioni Swisscom denominata comPlan. In tale data i 22 000 assicurati attivi della nostra azienda sono stati trasferiti dalla Cassa pensioni della Confederazione (CPC) a comPlan. Il passaggio è stato preceduto da una votazione alla quale hanno partecipato gli assicurati, i quali hanno approvato con il 95% dei voti il trasferimento alla nuova fondazione previdenziale privata. ComPlan è una cassa pensioni basata sul primato delle prestazioni.





Swisscom e il pubblico

In quanto leader del mercato svizzero e fornitore di prodotti e servizi utilizzati da tutti ogni giorno, Swisscom è oggetto di un interesse particolare da parte del pubblico. Siamo consapevoli degli obblighi che da questo punto di vista abbiamo verso la collettività e che hanno assunto un peso ancora maggiore in seguito all'ingresso sul mercato dei capitali; li rispettiamo comunicando in maniera aperta e trasparente e agendo in modo socialmente consapevole.

Un'immagine di marca unitaria

Nel 1998 il nostro lavoro di pubbliche relazioni è stato incentrato soprattutto sull'ingresso in Borsa. Attraverso numerose misure di comunicazione abbiamo richiamato l'attenzione dei clienti non solo sui nostri prodotti e servizi, ma anche e soprattutto su Swisscom nel suo complesso, in quanto azienda svizzera moderna, innovativa e creatrice di valore.

Nell'anno considerato si è lavorato intensamente per consolidare l'immagine di marca legata al nuovo nome Swisscom. Si è trattato soprattutto di armonizzare la corporate identity dei nostri partner internazionali e delle società consociate con quella di Swisscom. Fin dall'inizio del 1998 tutte le 12500 cabine telefoniche pubbliche, i 7000 veicoli e i 240 edifici di Swisscom sono adattati alla nostra nuova immagine di marca.

Nuovo motto aziendale

Anche il nuovo motto Swisscom „Let's keep in touch“ fa parte del nostro modo di presentarci al pubblico. Esso sottolinea il fatto che la vicinanza al cliente è il nostro principale elemento di posizionamento ed esprime il concetto di „mettere in contatto le persone con entusiasmo“. Il motto è in inglese, la lingua delle telecomunicazioni. Ciò consente a Swisscom di presentarsi, sia in Svizzera che all'estero, con uno slogan unico, superando le barriere linguistiche e tenendo conto delle esigenze del mercato globale.

Sponsorizzazioni

L'attività di sponsorizzazione è intesa a dare un contributo attivo al raggiungimento degli obiettivi aziendali. Ci concentriamo su tennis, cinema, musica, scienza e tecnica nonché su grandi progetti come l'Expo.01 e la candidatura di Sion all'organizzazione delle olimpiadi invernali del 2006. Siamo anche impegnati a sostenere concerti di musica classica, perché la musica mette in comunicazione le persone. Fra i nostri principali impegni di sponso-

Let's keep in touch

Conclusa la certificazione in base alla norma ISO14001

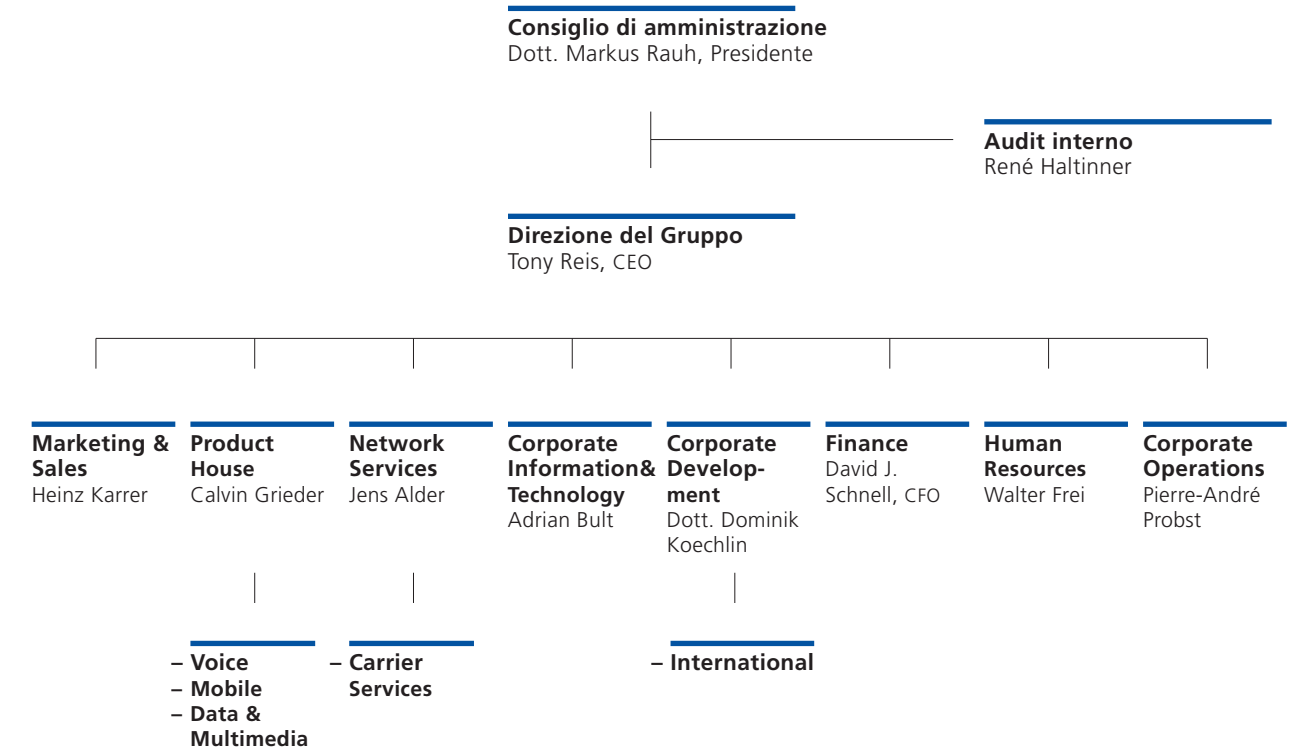
rizzazione vi sono il festival internazionale del cinema di Locarno, il festival internazionale di musica di Lucerna, il Cinemusic di Gstaad, il CinéPrix Swisscom Award e la manifestazione „Stars de Demain“ di Ginevra.

Applicazione sistematica dei criteri di gestione ambientale

Fra i nostri obblighi nei confronti della collettività vi sono anche quelli di essere costantemente attenti alla qualità, di proteggere l'ambiente e di osservare severi standard di sicurezza. Il sistema di gestione ambientale di Swisscom si basa sulla norma internazionale ISO 14001. Nel frattempo tutti i settori aziendali sono stati certificati in base a tale norma. Abbiamo inoltre formulato la nuova strategia ambientale per il triennio 1999–2001. Per la prima volta sono stati rilevati sistematicamente i rischi ambientali relativi a tutte le Business Unit. Abbiamo introdotto il metodo Life Cycle Analysis, che consente di valutare gli effetti ambientali di un prodotto lungo tutto il suo ciclo di vita, dalla fase di sviluppo fino allo smaltimento, ed abbiamo messo a punto un sistema di indicatori ambientali.

Per quanto riguarda il sistema qualità, ci siamo basati essenzialmente sul Business Excellence Model della European Foundation for Quality Management (EFQM). Sono già stati formati oltre 40 „assessor“ che hanno effettuato dei self-assessment in diverse Succursali. Il potenziale di miglioramento rilevato costituisce la base per gli obiettivi di miglioramento 1999.

Consiglio di amministrazione e Direzione del Gruppo





Da sin. a destra:
Dott. André Richoz
Helmut Woelki
Jacqueline Demierre
Peter K pfer
Dott. Markus Rauh
Ernst Hofmann
Rose Gerrit Huy
Franco Ambrosetti
Felix Rosenberg
Alfred Bissegger (segretario)



Da sin. a destra:
David J. Schnell
Pierre-Andr  Probst
Adrian Bult
Tony Reis
Heinz Karrer
Dott. Dominik
Koechlin
Walter Frei (davanti)
Jens Alder
Calvin Grieder

Consiglio di amministrazione

Dr. Markus Rauh, Presidente, nato nel 1939. Ha studiato presso il Politecnico federale di Zurigo conseguendo il diploma di ingegnere meccanico, promozione a dott. sc. tech. ETHZ allo stesso istituto. Carriera professionale: Sperry Univac, Philips, Wild Leitz, Presidente della Direzione del Gruppo Leica di San Gallo. Presidente del Consiglio di amministrazione della AGI.

Franco Ambrosetti, nato nel 1941. Studi in economia aziendale a Zurigo e Basilea, diploma di lic. rer. pol., dal 1995 Presidente e delegato del Consiglio di amministrazione della ditta Ambrosetti Technologies SA.

Peter K pfer, nato nel 1944. Perito contabile diplomato in Svizzera. Carriera professionale: Revisuisse, Financiere CSFB, CS First Boston, CS Holding, Bank Leu AG, Leu Holding, dal 1997 consulente aziendale indipendente.

Jacqueline Françoise Demierre, nata nel 1954. Corso per segretari delle telecomunicazioni PTT; Scuola per quadri a Berna, Scuola superiore di gestione aziendale, marketing e comunicazione. Carriera professionale: Ufficio dei telegrafi Berna, Direzione generale delle PTT, dal 1992 funzione dirigenziale nel settore Multinazionali, Direzione generale delle PTT.

Ernst Hofmann, nato nel 1937. Scuola di amministrazione San Gallo, apprendistato quale telegrafista, Ufficio dei telegrafi Zurigo. Carriera professionale: Direzione delle telecomunicazioni Basilea, segretario generale della Federazione delle associazioni dei funzionari delle PTT e delle dogane, vicepresidente della Federazione svizzera delle PTT, membro della Presidenza dell'Unione Sindacale Svizzera.

Rose Gerrit Huy, nata nel 1953. Studi in economia politica e in matematica ad Amburgo e Strasburgo, diploma di economista e matematica. Carriera professionale: Daimler-Benz, dal 1997 direttrice della Compaq Deutschland GmbH.

Dott. Andr  Richoz, nato nel 1947. Studi al Politecnico federale di Zurigo, promozione a dott. in fisica. Carriera professionale: National Scientific Fund, Credit Suisse, Gruppo Sulzer, dal 1990 direttore del gruppo di imprese Charmilles della Georg Fischer AG, direttore del gruppo SIKA.

Felix Rosenberg, nato nel 1941. Studi del diritto a Berna. Carriera professionale: cancelliere del Tribunale distrettuale di Baden, Consigliere di Stato del Canton Turgovia, membro della Direzione generale delle PTT, direttore generale di Telecom PTT e fino alla fine del mese di marzo 1998 direttore generale di Swisscom, rappresentante statale.

Helmut Woelki, nato nel 1949. Studi in economia aziendale a Francoforte sul Meno, diploma in gestione commerciale. Carriera professionale: catena Fegro Handelsgesellschaft, SAS Service Partner, Presidente del Consiglio direttivo della Luft-hansa Service Holding AG (LSG).

Direzione del Gruppo

Tony Reis, Presidente della Direzione del Gruppo, nato nel 1941. Scuola di commercio di Lucerna, Cercle Commercial a Parigi, Swiss Mercantile College a Londra. Carriera professionale: IBM Europe, da ultimo General Manager „Country Operations“, Parigi, Telecom PTT. Mandati in Consigli di amministrazione: Banca Vontobel, Zurigo; Micronas, Zurigo; V-ZUG, Zugo.

David J. Schnell, responsabile di Finanze, nato nel 1947. Studi in economia aziendale in Svizzera e negli Stati Uniti. Carriera professionale: General Electric (USA), DEC, ITT Europe, da ultimo COO presso Elco Looser Holding.

Heinz Karrer, responsabile di Marketing & Sales nato nel 1959. Studi in economia nazionale alla Scuola Superiore di San Gallo. Carriera professionale: Unione di Banche Svizzere, Associazione dei produttori, fornitori e agenti svizzeri di articoli sportivi, Intersport, Ringier AG, Telecom PTT. Mandati in Consigli di amministrazione: Intersport PSC Holding AG

PriceWaterhouseCoopers AG, Berna

Walter Frei, responsabile di Risorse umane, nato nel 1943. Studi all'Universit  di Zurigo, insegnante di scuola media. Carriera professionale: Direzione delle telecomunicazioni Zurigo, Direzione generale PTT, Telecom PTT.

Dott. Dominik Koechlin, responsabile di Corporate Development, nato nel 1959. Studi e dottorato in giurisprudenza, MBA INSEAD, Fontainebleau. Carriera professionale: Bank Sarasin & Cie, fondatore e partner di una ditta di consulenza aziendale, Telecom PTT.

Calvin Grieder, Responsabile di Product House (dal 1.3.1999), nato nel 1955. Corso di studi all'ETH Zurigo, concluso con un diploma ingegneria meccanica. Carriera professionale: Georg Fischer AG, B rkert Contromatic AG, Mikron AG, SIG Verpackungstechnik

Pierre-Andr  Probst, responsabile di Corporate Operations, nato nel 1945. Studi presso il Politecnico federale di Zurigo, diploma di ingegnere elettrotecnico. Carriera professionale: Politecnico federale di Zurigo, Direzione generale delle PTT, Telecom PTT. (Fino al 19.3.1999)

Adrian Bult, responsabile di Corporate Information & Technology, nato nel 1959. Studi in economia aziendale alla Scuola Superiore di San Gallo. Carriera professionale: IBM Svizzera, Telecom PTT

Jens Alder, responsabile di Network Services, nato nel 1957. Studi presso il Politecnico federale di Zurigo, diploma di ingegnere elettrotecnico, MBA INSEAD, Fontainebleau. Carriera professionale: Standard Telephon & Radio AG, Alcatel STR AG, Motor Columbus AG, Alcatel Schweiz AG.

Felix Rosenberg, Presidente della Direzione del Gruppo (fino al 31.3.1998)

Peter Sollberger, responsabile di Tecnologia e Logistica (fino al 31.3.1998)

Jeffrey A. Hedberg, responsabile di Swisscom International (fino al 30.11.1998)

Segretario:

Alfred Bissegger

Ufficio di revisione/ Revisore del Gruppo:

Indirizzi

	<p>Sede principale Swisscom AG Sede principale CH-3050 Berna Tel. +41 31 342 11 11 Fax +41 31 342 25 49 E-Mail: swisscom@swisscom.com</p>	
	<p>Partecipazioni e società affiliate tesion Kommunikationsnetze Südwest GmbH & Co. KG Kriegsbergstrasse 11 D-70174 Stuttgart Tel. +49 711 2021-100 Fax +49 711 2021-102 E-Mail: info@tesion.de www.tesion.de</p>	
Germania		
	<p>Estel S.A. 26c, boulevard du Président Wilson F-67000 Strasbourg Tel. +33 390 224 000 Fax +33 390 224 008 E-mail: info@estel.fr</p>	
Francia		
	<p>Sterling Cellular Ltd. C-48, Okhla Industrial Area, Phase II New Delhi 110 020 Tel. +91 11 682 88 45-7 Fax +91 11 682 88 74</p>	
India		
	<p>Swisscom S.p.A. Via Caldera 21 Fabbricato D, ala 2 (Piano 5°) I-20153 Milano Tel. +3902 409 341 Fax. +3902 409 349 34 E-mail: info@swisscom-italia.com</p>	
Italia		
	<p>DiGi Telecommunications Sdn Bhd Lot 30, Jalan Delima 1/3 Subang Hi-Tech Industrial Park 40000 Shah Alam - Selangor Darul Ehsan Kuala Lumpur Tel. +60 3 721 18 00 Fax +60 3 721 18 57 E-mail: corpcom@digicom.my www.digi.com.my</p>	
Malaysia		
	<p>Unisource N.V. P.O. Box 2042 NL-2130 GE Hoofddorp Tel. +31 23 568 6294 Fax +31 23 568 6290 E-Mail: corporateuni@unisource.com www.unisource.com</p>	
Paesi Bassi		
		<p>Austria UTA Telekom AG Rooseveltplatz 2 A-1090 Wien Tel. +43 1 404 60 0 Tel. +43 1 9009 0 Fax +43 1 404 60 3098 Fax +43 1 9009 3098 E Mail: info@uta.at www.uta.at</p>
		<p>USA Swisscom North America, Inc. 2001 L Street, N.W. Suite 750 Washington, D.C. 20036 Tel. +1 202 785 1145 Tel. +11 800 966 11 45 Fax +1 202 457 8915 E-mail: info@swisscom-na.com www.swisscom-na.com</p>
		<p>Repubblica Ceca SPT Telecom a.s. Olšanská 5 CZ-13034 Praha 3 Tel. +420 2 6714 1111 Fax +420 2 691 91 60 www.telecom.cz</p>
		<p>Ungheria JászTel Rt. Alsócsincsapart u.2. H-5100 Jászberény Tel. +36 57 414 100 Fax +36 57 404 100 E-Mail: jasztel@jaszstel.hu</p>
		<p>Belgio Rappresentanze Swisscom Brussels 33, bld. de la Cambre B-1000 Brussels Tel. +32 2 647 2014 Fax +32 2 647 0053</p>
		<p>Malaysia Swisscom Representative Office Malaysia c/o DiGi Telecommunications Sdn Bhd Lot 30, Jalan Delima 1/3 Subang Hi-Tech Industrial Park 40000 Shah Alam - Selangor Darul Ehsan Kuala Lumpur Tel. + 6016 323 5626 Fax + 603 721 3355 E-mail: waespe@digicom.my</p>

Per informazioni generali:

Swisscom AG
Sede principale
Corporate Communications
CH-3050 Berna
Telefono +41 31 342 36 78
Fax +41 31 342 27 79
E-Mail: swisscom@swisscom.com

Per informazioni finanziarie:

Swisscom AG
Sede principale
Investor Relations
CH-3050 Berna
Telefono +41 31 342 25 38
Fax +41 31 342 64 11
E-Mail:
investor.relations@swisscom.com

Il rapporto di gestione 1998 è disponibile in italiano, francese, inglese e tedesco.

Il rapporto finanziario (allegato) è disponibile in inglese e tedesco. Ulteriori copie del rapporto di gestione come pure informazioni supplementari possono essere richieste con il tagliando allegato.

Informazioni aggiornate possono essere consultate anche al nostro sito Internet <http://www.swisscom.com>

Editore: Swisscom AG,
Corporate Communications, Berna

Ideazione e realizzazione: Swisscom
AG Corporate Communications

Veste grafica: Gottschalk+Ash Int'l

Prepress: Typolitho AG, Zurigo

Stampa: Vontobel Druck AG, Wetzikon

Foto: Pia Zanetti, Zurigo

Stampato su carta sbiancate senza l'impiego di cloro