

Rapport annuel  
2004

## De l'ordre des choses

Swisscom est en marche. Son voyage la conduit de A à B. A comme liaison analogique et téléphonie traditionnelle sur le réseau fixe; B comme haut débit, téléphonie IP, mobilité, convergence et multimédia.

Pour voyager, il faut faire preuve de curiosité et de courage. Il faut aussi être prêt à changer, à laisser derrière soi ce qui est familier et à s'ouvrir à la nouveauté. Voyager, c'est affronter l'inconnu et prendre des risques. Celui qui voyage progresse. Et progresser n'est-ce pas aussi innover?

Pour évoquer ce voyage entrepris par Swisscom, nous avons conçu ce rapport annuel comme un journal de bord, pareil à celui que tient le pilote d'un avion ou le capitaine d'un navire. Les illustrations et textes qui l'agrémentent révèlent comment la destination finale d'un voyage peut parfois surprendre. Il existe des voyages physiques et des voyages virtuels. Des voyages dans l'espace et des voyages dans le temps. Vous découvrirez au fil de ce rapport annuel quelles étapes notre entreprise a déjà franchies et ce que nous réserve probablement encore notre périple.

# Sommaire

2	<b>De l'ordre des choses</b>
3	<b>Sommaire</b>
4	<b>Journal de bord de Swisscom</b> Les faits marquants 2004
6	<b>Chiffres clés</b>
12	<b>Sur la voie du multimédia</b> Rétrospective 2004
17	<b>Organisation</b>
22	<b>Principales participations</b>
28	<b>Swisscom Fixnet</b> Des services de téléphonie fixe pour tous
34	<b>Swisscom Mobile</b> Des investissements et une croissance continue
38	<b>Swisscom Solutions</b> Partenaire des clients commerciaux
40	<b>Swisscom IT Services</b> Spécialiste de l'externalisation informatique
42	<b>Autres activités importantes</b>
50	<b>Les clients</b> Des services pour les séduire
52	<b>Les actionnaires</b> Conquis par les bonnes performances de l'action
54	<b>Les collaborateurs</b> L'une des clés de la réussite
59	<b>Les fournisseurs</b> Qualité et responsabilité avant tout
66	<b>Une entreprise axée sur le développement durable</b>
67	Swisscom et la société
74	Swisscom et l'environnement
87	<b>Rapport financier (en anglais)</b>
91	Commentaire financier
109	Comptes annuels consolidés
159	Comptes annuels de Swisscom AG
163	Proposition relative à l'utilisation du bénéfice figurant au bilan
165	Gouvernement d'entreprise
179	Comptes quinquennaux

2004

## JANVIER

**26** Swisscom IT Services décroche des contrats d'externalisation informatique avec les sociétés Ascom et css Assurance. Sa collaboration avec css est une excellente opération pour son positionnement dans le domaine de la santé.

## FÉVRIER

**24** Grâce à des accords d'itinérance conclus avec plus de 370 exploitants de réseaux dans quelque 170 pays, Swisscom Mobile offre la possibilité à ses clients de téléphoner dans le monde entier. Elle introduit en outre un modèle tarifaire à quatre zones, qui donne une meilleure vue d'ensemble des coûts.

## MARS

**16** Un an après le démarrage de ses activités, Swisscom Eurospot est le leader européen en matière d'offre de points d'accès sans fil à l'Internet à large bande destinés aux professionnels en déplacement. Le réseau Eurospot compte d'ores et déjà 832 Hotspots dans dix pays.

## AVRIL

**1<sup>ER</sup>** Swisscom Fixnet double les largeurs de bande des raccordements ADSL proposés aux particuliers. L'ADSL poursuit son essor et Swisscom enregistre sa 600 000<sup>e</sup> commande.

## MAI

**1<sup>ER</sup>** Swisscom lutte contre le fossé numérique. Sur trois sites baptisés Swisscom Help Points, l'entreprise propose à titre d'essai des cours gratuits sur l'utilisation de la téléphonie fixe, de la téléphonie mobile et de l'Internet.

## MAI

**15** Satisfaction clientèle: Swisscom obtient de meilleures notes que l'an dernier. Leader incontesté auprès de la clientèle privée, elle arrive en deuxième position dans le segment de la clientèle commerciale.

## JUIN

**10** Lors du Championnat d'Europe de football au Portugal, Swisscom s'affiche comme le co-sponsor de l'équipe nationale suisse. Le ballon rond a les faveurs de l'entreprise, qui est sponsor en titre de la Coupe suisse de football et partenaire officiel de l'Association suisse de football.

JUILLET

- 14 L'Internet à haut débit s'installe dans les gares: Swisscom Mobile équipe de Hotspots plusieurs gares CFF. Dans les trains également, les voyageurs ont la possibilité d'accéder sans fil à l'Internet.

AOÛT

- 19 Anton Scherrer, actuellement Président de la délégation de l'administration de la Fédération des coopératives Migros et Président de la direction générale, est désigné pour succéder à Markus Rauh en qualité de président du conseil d'administration. Sa nomination au conseil d'administration sera soumise à l'approbation de l'assemblée générale le 26 avril 2005.

SEPTEMBRE

- 9 Swisscom Mobile et Swisscom Innovations présentent la carte PC Mobile Unlimited en première mondiale. Pour la première fois, une carte PC permet d'accéder aux trois réseaux GPRS, UMTS et WLAN, le système choisissant automatiquement et sans interruption le réseau disponible le plus performant.

SEPTEMBRE

- 24 Swisscom acquiert une participation dans le groupe Cinetrade et accède ainsi à un savoir-faire important dans le multimédia.

OCTOBRE

- 20 L'école primaire de Sisikon est le 3000<sup>e</sup> établissement que Swisscom raccorde gratuitement à l'Internet. L'initiative «Internet à l'école» permet déjà à 660 000 enfants de s'initier aux technologies de la communication.

NOVEMBRE

- 1<sup>ER</sup> Bluewin démarre un essai de télévision via ADSL en Suisse alémanique. L'offre inclut 25 programmes de télévision, l'accès à des chaînes payantes, la location de vidéos en ligne et un enregistreur intégré avec fonction «live pause».

NOVEMBRE

- 16 Encore une première suisse pour Swisscom Mobile qui commercialise de tout nouveaux portables compatibles UMTS. Ces modèles au label Vodafone live! permettent de bénéficier de services attrayants, comme la visiophonie et la télévision en direct.

DÉCEMBRE

- 1<sup>ER</sup> Swisscom Fixnet achève un gros projet de modernisation de son réseau téléphonique. En une année, l'opérateur aura investi pas moins de CHF 250 millions dans des centraux et des solutions de réseau ultramodernes.

# Chiffres clés

En millions de CHF ou selon indication		2003	2004
<b>Groupe Swisscom</b>			
Chiffre d'affaires net		10 026	10 057
Bénéfice d'exploitation avant impôts, intérêts et amortissements (EBITDA)		4 504	4 404
En % du chiffre d'affaires net	%	44,9	43,8
Bénéfice d'exploitation (EBIT)		2 819	2 705
Bénéfices réalisés par les activités reprises		1 977	1 837
Bénéfice net		1 569	1 594
Fonds propres		7 669	6 681
Part des fonds propres <sup>1</sup>	%	46,4	46,2
Effectif à la clôture de l'exercice en équivalent plein temps <sup>2</sup>	unités	16 079	15 477
Effectif moyen en équivalent plein temps <sup>3</sup>	unités	16 506	15 664
Chiffre d'affaires par collaborateur	milliers de CHF	607	642
EBITDA par collaborateur	milliers de CHF	273	281
Recettes nettes provenant de l'exploitation		4 710	4 068
Equity free cash flow <sup>4</sup>		2 913	2 913
Investissements en immobilisations corporelles et autres immobilisations incorporelles		1 165	1 136
Liquidités nettes <sup>5</sup>		1 442	2 089
<b>Swisscom AG</b>			
Bénéfice net		1 154	2 399
Fonds propres		5 046	6 584
Dividende		861	861
<b>Données par action</b>			
Valeur nominale par action à la clôture de l'exercice	CHF	1.00	1.00
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation	millions	66,200	64,716
Cours (le plus élevé/le plus bas)	CHF	438.50	454.75
Cours à la clôture de l'exercice	CHF	367.00 /	382.50 /
Bénéfice net	CHF	408.00	448.00
Fonds propres	CHF	23.70	24.63
Dividende brut	CHF	115.85	103.24
Taux de distribution <sup>6</sup>	%	13.00	14.00
Capitalisation boursière <sup>7</sup>		54,85	56,84
		27 011	27 543

\* Selon proposition du Conseil d'administration à l'assemblée générale.

<sup>1</sup> Fonds propres en pour-cent du capital total.

<sup>2</sup> Non compris 360 collaborateurs de Worklink au 31 décembre 2003 et 475 collaborateurs au 31 décembre 2004.

<sup>3</sup> Non compris 295 collaborateurs de Worklink en 2003 et 433 collaborateurs en 2004.

<sup>4</sup> Définition de l'equity free cash flow: recettes nettes provenant de l'exploitation ainsi que recettes et dépenses provenant des achats et ventes de participations, sous déduction des investissements nets en immobilisations corporelles et autres immobilisations incorporelles, des emprunts et remboursements de dettes financières (sans les dettes de leasing) et des versements de bénéfice aux actionnaires minoritaires.

<sup>5</sup> Définition des dettes nettes (liquidités nettes): dettes financières moins des liquidités, des placements à court terme et des placements financiers provenant de transactions crossborder-tax-lease.

<sup>6</sup> Dividende brut en pour-cent du bénéfice net par action.

<sup>7</sup> Cours à la clôture de l'exercice multiplié avec nombres des actions en circulation à la clôture de l'exercice.

Le 8 juin 2004, Swisscom a cédé sa participation dans debitel. C'est la raison pour laquelle debitel figure dans les comptes du groupe Swisscom comme activité abandonnée. Les chiffres de l'année précédente ont été adaptés en conséquence.

- 12 **Sur la voie du multimédia**  
Rétrospective 2004
- 17 **Organisation**
- 22 **Principales participations**

OCTOBRE 1492

BAHAMAS, CARAÏBES – 34°03'23"N 74°28'42"O

LUNDI

8 Nous mêmes le cap sur l'ouest-sud-ouest, mais nous ne parcourûmes pas plus de 48 milles. La nuit, notre vitesse horaire ne dépassait parfois guère 15 milles. La mer était calme et paisible. Grâce à Dieu, l'air est doux, comme il peut l'être en avril à Séville. Son parfum est si agréable que c'est un vrai plaisir de le respirer.

MARDI

9 Nous continuâmes vers le sud-ouest pendant 20 milles. Le vent s'étant levé, je décidai de mettre le cap sur l'ouest-nord-ouest sur une distance de 16 milles. Nous avançâmes ainsi de 44 milles durant la journée et de 90 milles la nuit – mais je n'en déclarai que 68 à l'équipage. Toute la nuit, nous observâmes le vol de petits oiseaux.

MERCREDI

10 Je maintins le cap sur l'ouest-sud-ouest. Nous allâmes à la vitesse de dix milles horaires, parfois douze, parfois sept. Durant la journée et la nuit qui suivit, nous accomplîmes 236 milles, mais je n'en révélai que 176.

Mon équipage commença à se plaindre de la longueur du voyage, qui leur semblait soudain insupportable. Je tentai de les rassurer comme je le pouvais et leur rappelai tout le mérite que pouvait leur valoir ce voyage. J'ajoutai qu'il était inutile de me chercher querelle à ce propos, car j'avais formé le vœu d'atteindre les Indes et de poursuivre ma route jusqu'à ce que j'y parvienne avec l'aide de Dieu.

Christophe Colomb en quête  
d'une voie maritime vers les Indes

·S·  
·S· A ·S·  
X M Y  
—  
XPO FERENS



# Sur la voie du multimédia – rétrospective 2004



Madame, Monsieur,

Nous avons brillamment accompli une nouvelle étape de notre voyage vers le multimédia. Confrontée à plus de 300 concurrents nationaux et internationaux, Swisscom ne s'est pas contentée de maintenir globalement ses parts de marché, mais elle a porté son chiffre d'affaires à CHF 10,1 milliards et réalisé un excellent bénéfice d'exploitation de CHF 4,4 milliards. Sept ans après la libéralisation du marché, Swisscom jouit toujours d'une bonne santé. Dépourvue de dettes, l'entreprise dispose de belles perspectives d'avenir. Pour s'en convaincre, il suffit de considérer l'évolution de son action: son cours a augmenté de 9,8% durant l'exercice sous revue, réalisant la neuvième meilleure performance des titres du SMI. Au-delà des considérations financières, le succès de Swisscom en 2004 s'explique aussi par la qualité et la diversité de ses services, sa présence sur l'ensemble du territoire, sa capacité d'innovation et, bien sûr, l'engagement de ses collaborateurs. La confiance que nos clients nous témoignent nous remplit de fierté. Nous y voyons aussi la reconnaissance du lien étroit qui unit Swisscom à la société suisse et du rôle que notre entreprise joue pour la place économique de notre pays.

## **Puissante sur son marché**

En 2004, le secteur des télécommunications a pâti de la faible conjoncture. La reprise économique tardive et les changements technologiques ont incité les clients commerciaux à investir avec circonspection. Le marché a amorcé un mouvement de convergence: à l'instar des communications fixe et mobile, télécommunication et informatique se rapprochent. L'avenir est aux services à large bande. Dans ce domaine, nous voulons exploiter judicieusement nos compétences de fournisseur complet de services et commercialiser une offre largement diversifiée. Notre vaste gamme de produits et de services et notre présence sur l'ensemble du territoire constituent notre meilleur atout pour y parvenir.

En développant nos offres, nous tenons compte de la nécessité pour les consommateurs de disposer d'un accès rapide à l'Internet, tant au travail qu'à la maison ou en déplacement. Nous prenons également en considération l'essor de la transmission de contenus musicaux et multimédias par le biais de liaisons à haut débit. Au cours de l'année sous revue, Swisscom Innovations a donc élaboré un concept qui permettra à l'utilisateur de gérer de manière centralisée ses données numériques, sans se soucier de l'endroit où il se trouve ni de l'appareil utilisé. Baptisé Data Harbour, ce concept est actuellement concrétisé en étroite collaboration avec plusieurs sociétés du groupe.

Swisscom défend sa position de leader du marché suisse et étend ses activités à des domaines voisins par le biais d'acquisitions. En 2005, elle entend poursuivre sur sa lancée à la faveur d'offres résolument novatrices, d'une technologie ultramoderne appliquée à des services d'une grande simplicité et, enfin, de garanties de services qui la démarqueront de ses concurrents. Depuis la fusion des sociétés du groupe Swisscom Enterprise Solutions et Swisscom Systems, début 2005, nos clients commerciaux peuvent s'adresser au même interlocuteur pour toutes leurs demandes. Quant à la stratégie de Swisscom IT Services, adaptée l'année précédente, elle porte déjà ses fruits: en 2004, l'entreprise a acquis de nombreux clients importants, réussissant ainsi sa percée sur le marché de tiers.

#### **Et à l'étranger?**

Swisscom n'a pas besoin de procéder à des acquisitions à l'étranger pour assurer la pérennité de ses activités de base en Suisse. Il n'en demeure pas moins que nous ne négligeons aucune possibilité de nous développer et d'accroître la valeur de l'entreprise, y compris hors de nos frontières. Nous étudions donc les opportunités qui s'offrent sur le marché, qu'il s'agisse d'acquisitions ou de participations, et nous les saisissons si elles remplissent les critères très stricts que nous nous sommes fixés.

Au cours de l'exercice sous revue, nous avons mené des tractations en vue d'acquérir une participation majoritaire dans l'opérateur Telekom Austria, leader du marché autrichien. Selon Swisscom, à long terme, cette opération aurait été profitable aux deux entreprises. Malheureusement, elle n'a pas pu être concrétisée en raison d'oppositions politiques en Autriche. Au printemps 2004, nous avons vendu notre participation financière dans notre filiale allemande debitel. Les différences existant entre les modèles d'affaires de debitel et de Swisscom, mais aussi l'évolution du marché européen de la communication mobile depuis les enchères UMTS, ont eu raison des synergies que nous pensions initialement pouvoir dégager. L'automne dernier, nous avons également cédé la participation de 17,7% que nous détenions dans Infonet Services Corporation, une société domiciliée aux Etats-Unis et spécialisée dans les services de données destinées aux multinationales. Actuellement, Swisscom est présente à l'étranger par l'intermédiaire de Swisscom Eurospot, un fournisseur d'accès WLAN. Depuis son lancement, cette filiale à 100% est active dans dix pays d'Europe et propose un accès sans fil à l'Internet à haut débit sur quelque 1930 sites.

#### **La communication se tourne vers le haut débit**

Parmi les faits marquants de l'année 2004, il faut citer l'évolution de la communication à haut débit. En une année, Swisscom a vu le nombre d'accès ADSL passer de 487 000 à 802 000. Dans ce domaine, la Suisse fait d'ailleurs partie du peloton de tête européen. Se tournant résolument vers le multimédia, Swisscom Fixnet a démarré l'automne dernier un test de marché portant sur une offre de télévision via l'Internet à haut débit. L'entrée

sur le marché de la télévision fait partie intégrante de notre stratégie Triple Play, qui vise à commercialiser ensemble téléphonie, Internet et télévision. Pour accélérer sa mise en œuvre, Swisscom a acquis une participation stratégique dans la société CT Cinetrade AG, qui possède un important savoir-faire dans le domaine de la télévision payante, du cinéma et de l'exploitation de droits cinématographiques. Avec le concours de Cinetrade, Swisscom entend proposer également des films via l'infrastructure à large bande. L'acquisition de Cinetrade doit encore être avalisée par les autorités responsables de la concurrence.

### **Mobilité illimitée**

Pour que nos clients puissent étancher leur soif de communication où qu'ils se trouvent, il faut que nous mettions à leur disposition des réseaux de communication mobile à large bande, que nous leur assurions une disponibilité maximale et que nous leur offrions des produits de qualité. En 2004, Swisscom Mobile a investi des sommes considérables dans l'extension des réseaux UMTS et WLAN et dans l'avènement de la technologie EDGE, une évolution du GSM destinée à la transmission de gros volumes de données. Aujourd'hui, le réseau UMTS de Swisscom Mobile dessert d'ores et déjà 90% de la population suisse. Au cours de l'exercice sous revue, Swisscom Mobile a lancé en première mondiale le service Mobile Unlimited, qui permet de passer sans coupure d'un type de réseau à un autre, le système choisissant automatiquement le réseau disponible le plus performant. Dans le domaine des applications à large bande aussi, Swisscom Mobile a su prouver sa capacité d'innovation: en novembre dernier, elle commercialisait en première suisse les nouveaux portables UMTS, grâce auxquels il est possible de profiter de nouveaux services attrayants comme la visiophonie ou la télévision mobile. Avec ses offres UMTS, l'entreprise se positionne comme un précurseur sur le marché suisse de la communication mobile. Fin 2004, elle comptait près de quatre millions de clients.

### **Risques**

Si nous pouvons nous estimer satisfaits des bons résultats 2004, nous ne devons pas pour autant négliger les écueils qui jalonnent notre route. Pensons aux réglementations, à la chute des prix, à l'effritement des marges mais aussi aux nouvelles technologies comme Voice over IP. La surréglementation en particulier constitue de plus en plus une pierre d'achoppement pour Swisscom. En 2004, les débats parlementaires sur la révision de la loi sur les télécommunications (LTC) et de la loi sur la radio et la télévision (LRTV) sont entrés dans une phase décisive. Le très controversé dégroupage du raccordement d'abonné constitue le principal enjeu de la révision. Dans le souci de répondre aux attentes politiques, Swisscom a proposé le dégroupage total du raccordement d'abonné (full access). Selon nous, une réglementation supplémentaire découragerait les investissements et, partant, freinerait le développement de la société de l'information dans notre pays.

Les enjeux de la révision de la LRTV ne sont pas moindres. Au-delà des débats politico-médiatiques, il y va tout simplement de la diffusion des programmes du service public. Swisscom s'oppose à une réglementation poussée du conditionnement et de la transmission des programmes. Elle estime en effet que les opérateurs de télécommunication doivent pouvoir diffuser ces programmes à des prix alignés sur ceux du marché. Selon elle, toute autre approche équivaldrait à un subventionnement croisé du secteur de la radiodiffusion par celui des télécommunications.

Les débats parlementaires relatifs à la révision de la LTC et de la LRTV devraient être clos en 2005.

#### **Effectif à nouveau en baisse**

Fin 2004, Swisscom comptait 15 477 postes à plein temps, chiffre qui fait abstraction des 3128 emplois de la filiale allemande debitel, vendue en cours d'exercice. En Suisse, bien que Swisscom ait engagé quelque 1250 collaborateurs, les nouvelles technologies et le durcissement de la concurrence l'ont contrainte à supprimer 602 postes de travail net. En effet, pour assurer son succès à long terme, Swisscom n'a eu d'autre choix que de réduire ses coûts et d'accroître son efficacité. Une nouvelle fois, ce sont les sociétés Swisscom Enterprise Solutions et Swisscom Systems, actives dans le segment de la clientèle commerciale, qui ont payé le plus lourd tribut à cette réalité. Mais Swisscom Fixnet n'a pas été épargnée pour autant. Tous les collaborateurs concernés par ces mesures ont bénéficié des prestations d'un excellent plan social, dans lequel Swisscom a investi pas moins de CHF 3 milliards depuis 1998.

Le nombre des apprenants travaillant au sein du groupe a augmenté: 900 jeunes – soit 6% de l'ensemble du personnel – se forment à l'une des six professions proposées par Swisscom.

#### **Gestion responsable**

Agir dans le respect du développement durable, c'est assurer l'avenir financier de l'entreprise, utiliser avec mesure les ressources écologiques, traiter les collaborateurs avec respect et assumer ses responsabilités également envers l'économie et la société. Il y va de l'intérêt de tous les acteurs. Voilà pourquoi nous consacrons un chapitre du présent rapport à cette question.

Dans notre gouvernement d'entreprise et nos principes de gestion, nous nous promettons d'agir en modèles. Les efforts que nous déployons en matière de développement durable et de gouvernement d'entreprise trouvent un écho positif auprès de différents indices d'actions, comme le Dow Jones Sustainability World Index ou le FTSE4Good britannique.

## **Merci!**

Nous sommes fiers du bilan 2004 de Swisscom. Nous remercions nos clients et nos actionnaires pour leur loyauté et leur confiance à l'égard de notre entreprise. Nous adressons aussi nos remerciements à nos collaboratrices et collaborateurs, qui dans un contexte exigeant, marqué par l'insécurité, ont travaillé avec engagement pour assurer l'avenir de Swisscom: leur disponibilité, leur professionnalisme et leur souci permanent du client sont les clés de la réussite de l'exercice. Leur compréhension des décisions douloureuses que doit prendre le groupe pour garantir sa pérennité ne va pas de soi. Elle mérite donc tout notre respect.

## **Objectifs pour 2005**

La concurrence restera très vive en 2005, notamment dans le segment de la clientèle commerciale où règne une véritable guerre des prix. Dans le secteur de la communication mobile, notre chiffre d'affaires devrait augmenter légèrement à la faveur du lancement de nouveaux produits et services. Dans le secteur du réseau fixe, en revanche, il devrait s'inscrire en léger recul. Nous tablons néanmoins sur un chiffre d'affaires consolidé d'environ CHF 10 milliards et un bénéfice d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements (EBITDA) d'environ CHF 4,2 milliards. Cette année encore, nous attribuerons des commandes à des tiers pour quelque CHF 4 milliards, dont la grande majorité en Suisse. Nous poursuivrons nos efforts en vue d'accroître la satisfaction de nos clients. Nous avons pris le virage du multimédia: une nouvelle route s'ouvre à nous. Les innovations réalisées dans les services à large bande devraient porter leurs premiers fruits cette année. Dans cette approche, nous pensons en priorité à nos clients, auxquels nous voulons communiquer notre enthousiasme pour les étonnantes possibilités de la communication moderne.

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

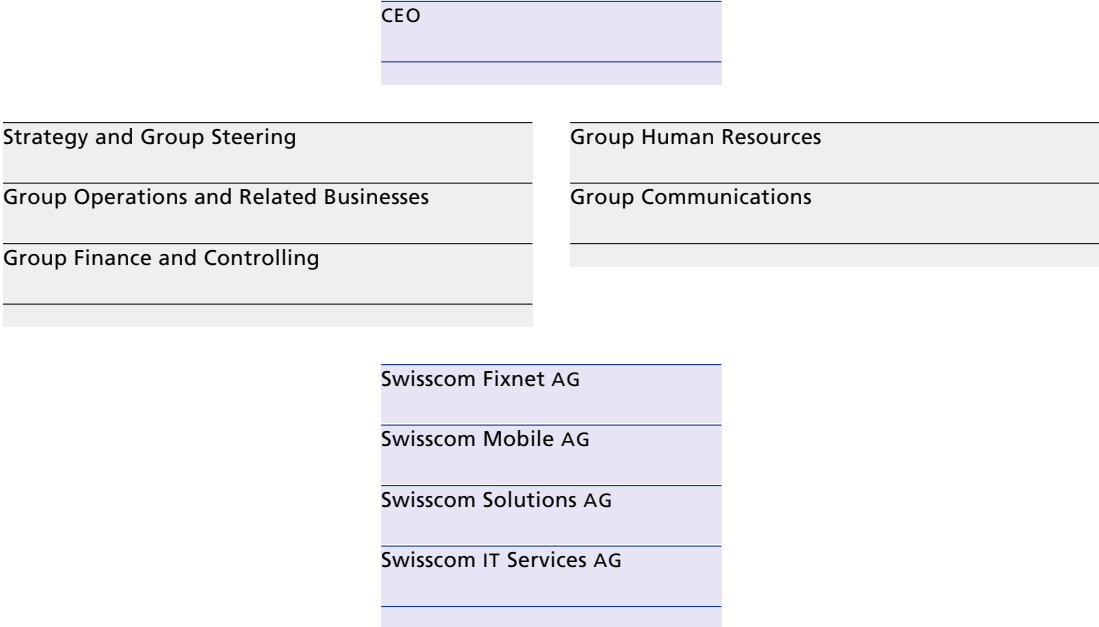


Markus Rauh  
Président du conseil  
d'administration de Swisscom AG



Jens Alder  
CEO de Swisscom AG

# Structure du groupe Swisscom



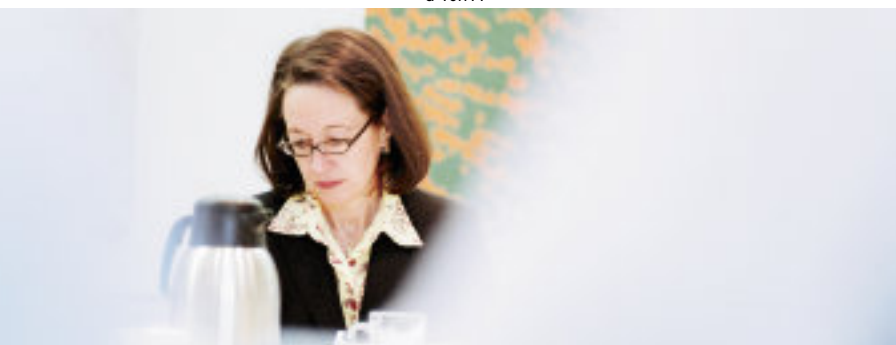
Etat au 1<sup>er</sup> janvier 2005

Conseil d'administration  
Worblaufen  
Mercredi 19 janvier 2005

Felix Rosenberg  
Représentant  
de la Confédération  
à 11h59



Jacqueline Françoise Demierre  
Représentante du personnel  
à 10h11



Richard Roy  
à 17h48



André Richoz  
Vice-président  
à 08h51



Helmut Woelki  
à 08h37



Torsten G. Kreindl  
à 13h24



Alfred Bissegger  
Secrétaire  
à 15h18



Peter Kùpfer  
à 14h32



Markus Rauh  
Président  
à 14h58



Michel Gobet  
Représentant du personnel  
à 17h03



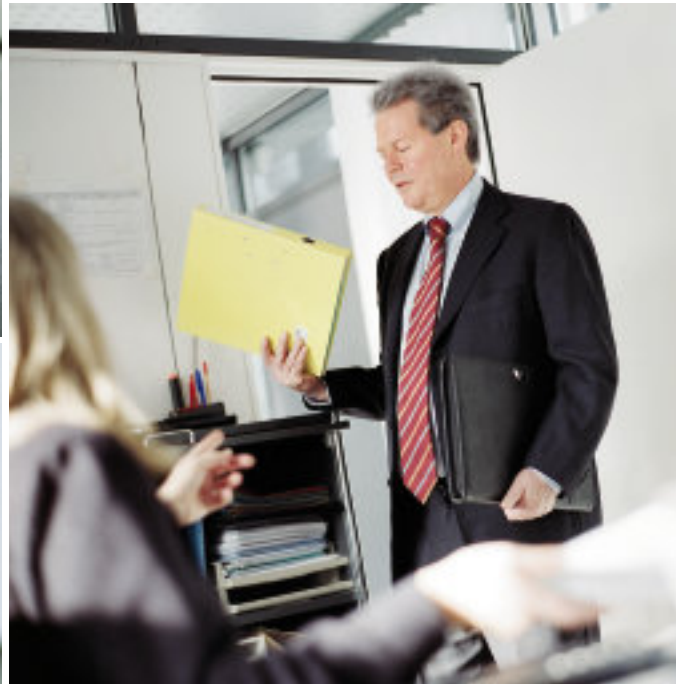
**Aucun changement n'est intervenu  
au sein du conseil d'administration en 2004**

Direction du groupe  
Worblaufen  
Lundi 6 décembre 2004

Günter Pfeiffer  
Responsable de Group Human Resources  
à 08h15



Ueli Dietiker  
CFO et suppléant du CEO de Swisscom AG  
à 17h30

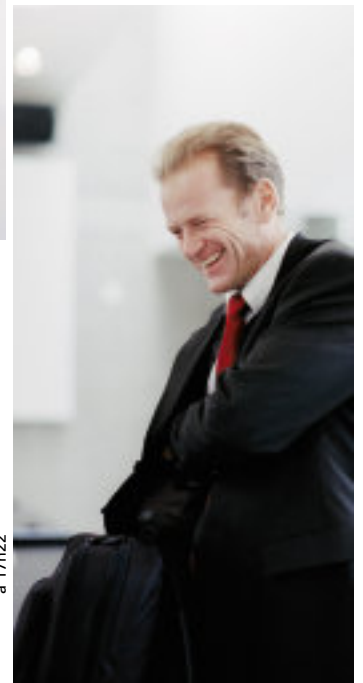


Stefan Nünlist  
Responsable de Group Communications  
à 11h22



Adrian Bult  
CEO de Swisscom Fixnet AG  
à 13h19

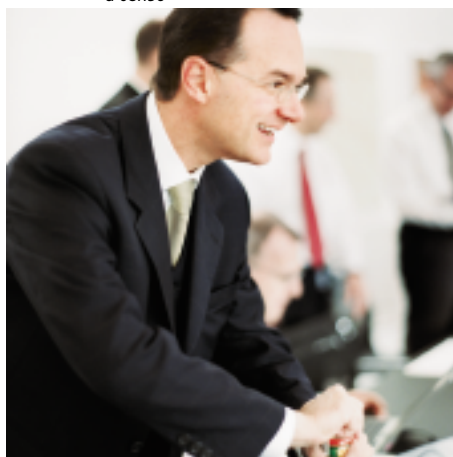
Carsten Schlöter  
CEO de Swisscom Mobile AG  
à 17h22



René Fischer  
CEO de Swisscom Solutions AG  
à 09h03



Jürg Rötheli  
Responsable de Group Operations &  
Related Businesses  
à 08h56



Jens Alder  
CEO de Swisscom AG  
à 14h08



Urs Stahlberger  
CEO de Swisscom IT Services AG  
à 09h37



Michael Shipton  
CSO de Swisscom AG  
à 16h21



**Ont quitté la direction du groupe  
en 2004:**  
Hans-Peter Quadri (au 1<sup>er</sup> juillet 2004)  
Peter Wagner (au 30 avril 2004)

**A rejoint la direction du groupe  
en 2004:**  
Günter Pfeiffer (au 1<sup>er</sup> juin 2004)

## Principales participations

Swisscom Broadcast AG	100 %
Swisscom Eurospot SA	100 %
Swisscom Fixnet AG	100 %
Swisscom Immobilien AG	100 %
Swisscom IT Services AG	100 %
Swisscom Solutions AG	100 %
Swisscom Mobile AG	75 %
Swisscom Directories AG	51 %
Billag AG	100 %
Cablex AG	100 %
PersPec AG	100 %
Infonet Schweiz AG	90 %
SICAP AG	75 %
PubliDirect Holding AG	49 %
Worklink AG	40 %

Etat au 1<sup>er</sup> mars 2005

- 28 **Swisscom Fixnet**  
Des services de téléphonie fixe  
pour tous
- 34 **Swisscom Mobile**  
Des investissements  
et une croissance continue
- 38 **Swisscom Solutions**  
Partenaire des clients commerciaux
- 40 **Swisscom IT Services**  
Spécialiste de l'externalisation  
informatique
- 42 **Autres activités importantes**

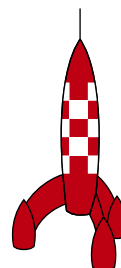
21 JUIN 2004

MOJAVE (CA) – 35°03'56"N 118°09'11"O

HEURE PACIFIQUE

- 07.42.32 Un vieux rêve devient réalité: les deux moteurs J-85-GE-5 de l'avion porteur White Knight arrachent SpaceShipOne à la piste d'envol pour accomplir le premier vol spatial privé habité.
- 08.20.10 White Knight largue SpaceShipOne à une hauteur de 15 000 mètres. Comme prévu, le pilote Michael Melvill enclenche le moteur fusée hybride, qui porte le vaisseau spatial à Mach 1 en dix secondes. Le carburant utilisé est un mélange de N<sub>2</sub>O liquide et d'HTPB (hydroxy-terminated polybutadiene).
- 08.20.17 Un vent latéral de 110 km/h provoque une rotation du vaisseau spatial à 90°, mettant en péril la mission. Mais le pilote parvient à retrouver sa trajectoire à temps.
- 08.21.26 La fusée propulse SpaceShipOne à Mach 3,5 hors de l'atmosphère avant de s'éteindre. Le vaisseau plane alors en apesanteur à l'altitude vertigineuse de 100 000 mètres.
- 08.22.34 Le vol dans l'espace dure trois minutes, un temps suffisamment long pour faire voler quelques M&M dans le cockpit au nom de la science.
- 08.26.12 Accélération à nouveau à la vitesse de Mach 2,9 et subissant une pression de 5G, SpaceShipOne regagne une altitude de 25 000 mètres. Michael Melvill achève alors sa brillante mission par un vol plané de 40 minutes.

L'équipe de SpaceShipOne sur la voie  
de la navigation spatiale privée





# Swisscom Fixnet – des services de téléphonie fixe pour tous

Plus d'un million de clients Internet, 802 000 accès à large bande, une part de marché stable et un essai de télévision via l'Internet: tels sont les mots-clés du bilan de Swisscom Fixnet en 2004. Avec 7500 emplois à plein temps, Swisscom Fixnet est la plus grande société du groupe Swisscom. Précisons qu'elle comprend également Bluewin, cablex et Directories. Au cours de l'exercice sous revue, Swisscom Fixnet a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 5,7 milliards et un bénéfice d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements (EBITDA) de CHF 2,2 milliards.

	2003		2004
Swisscom Fixnet			
Chiffre d'affaires net*	5 781		5 715
EBITDA**	2 128		2 170
Nombre de collaborateurs	7 775		7 500

\* en millions de CHF

\*\* résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements, en millions de CHF

Swisscom Fixnet planifie, construit et entretient l'infrastructure de réseau; parallèlement, elle vend des services de réseau et de communication aux particuliers, aux petites et moyennes entreprises (PME) et aux revendeurs (wholesale). Au total, l'entreprise dessert 3,2 millions de clients, dont 300 000 PME.

Pour Swisscom Fixnet, l'exercice 2004 a été caractérisé par une concurrence toujours très vive, plus de 300 opérateurs se disputant le marché. Logiquement, la chute des prix s'est poursuivie. Sur le plan des technologies, les changements se sont accélérés, les communications mobile et fixe continuant de se rapprocher. Quant aux attentes de nos clients, elles ne cessent de croître. Néanmoins, les mesures prises pour améliorer la satisfaction de la clientèle se sont soldées par une fidélité renouvelée à l'entreprise.

## Service universel: des prestations pour la société de l'information

Concessionnaire du service universel, Swisscom Fixnet s'engage à fournir une offre minimale de services de qualité à un prix avantageux. Véritable voie d'accès à la société de l'information, le raccordement d'abonné, qu'il soit analogique ou numérique, représente le cœur de ce mandat. Mais ce dernier comporte également des services revêtant une importance sociopolitique, comme l'offre de cabines téléphoniques publiques, un service de commutation pour malvoyants et malentendants et des services d'appel d'urgence. Bien que le marché soit libéralisé, Swisscom Fixnet continue par ailleurs d'éditer un annuaire téléphonique répertoriant les numéros de téléphone de toute la Suisse. Allant au-delà de ses obligations légales, Swisscom Fixnet s'emploie à offrir de nouvelles prestations, comme les services à large bande, sur l'ensemble du territoire.

## Swisscom Fixnet Wholesale: vers le réseau du futur

Avec ses 3200 collaborateurs, Swisscom Fixnet Wholesale assure l'exploitation du réseau en Suisse et entretient une infrastructure internationale fiable. Ce centre de profit exploite tous les services reposant sur le réseau et propose également des services de réseau à des tiers. Son offre englobe non seulement les services d'interconnexion réglementés dans le secteur de la téléphonie, mais aussi des services de données et de

lignes louées ultramodernes ainsi que des services à large bande. Fin 2004, près de 120 opérateurs nationaux et 160 fournisseurs étrangers profitaient des offres de Swisscom Fixnet Wholesale.

Swisscom Fixnet Wholesale adapte en permanence ses plateformes de réseau et ses infrastructures de production aux données du marché. En 2004, elle a ainsi optimisé l'ensemble du réseau téléphonique, investissant CHF 250 millions dans la sécurité et l'efficacité de l'infrastructure de téléphonie.

Le boom des raccordements à large bande s'est confirmé en 2004. A la fin de l'année, Swisscom Fixnet Wholesale comptait 802 000 accès ADSL, ce qui correspond à une hausse de plus de 60% en une année. Logiquement, le nombre de raccordements analogiques est tombé à 3 millions (-2,6%) alors que celui des raccordements ISDN est resté inchangé à 0,92 million.

#### **Réglementation: un obstacle à l'innovation et à l'investissement**

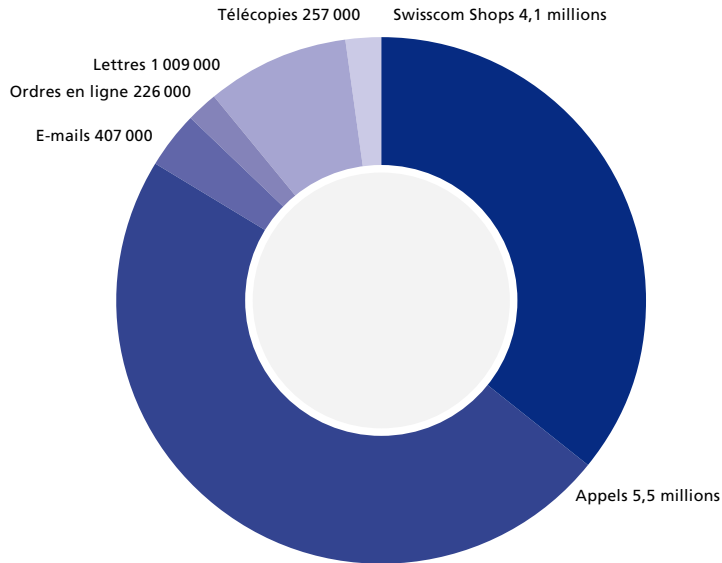
Première des deux Chambres fédérales à se pencher sur la révision de la loi sur les télécommunications (LTC), le Conseil national a décidé, en octobre dernier, de mettre en œuvre différentes mesures en vue du dégroupage du dernier kilomètre. Selon les vœux du Conseil national, les opérateurs concurrents bénéficieront non seulement, comme c'est déjà le cas, des services d'interconnexion pour la téléphonie, mais aussi de l'accès totalement dégroupé au raccordement d'abonné (full access), de l'accès aux conduits de câbles pour les lignes louées, de l'accès au haut débit pour deux ans ainsi que de la possibilité de facturer eux-mêmes le raccordement d'abonné. En d'autres termes, ces opérateurs se voient garantir un accès total au réseau de Swisscom à des prix fixés par l'Etat. Cette extension de la réglementation actuelle aura des conséquences négatives sur la politique d'investissement de Swisscom Fixnet, car elle constitue un risque majeur pour elle.

Le Conseil des Etats devrait étudier la révision de la LTC lors de la session d'été 2005.

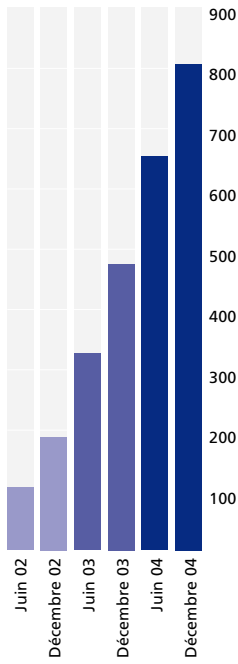
#### **De nouvelles offres et des clients satisfaits**

En 2004, Swisscom Fixnet est parvenue à reconquérir un nombre record de clients, convaincus de la qualité supérieure de ses offres. A fin juin, l'entreprise innovait en lançant sa campagne estivale «Téléphoner gratuitement le soir». Cette offre de téléphonie gratuite, première de cette ampleur dans l'ensemble du pays, a séduit pas moins de 400 000 clients. En novembre, Swisscom Fixnet introduisait sur le marché ses abonnements demi-tarif national, demi-tarif international et demi-tarif combi. A la fin de l'année, ces formules qui permettent de téléphoner à moitié prix sur le réseau fixe, 24 heures sur 24, avaient déjà séduit 140 000 abonnés. Enfin, la promotion «Happy Weekend» destinée aux jeunes est régulièrement actualisée et rencontre un vif succès.

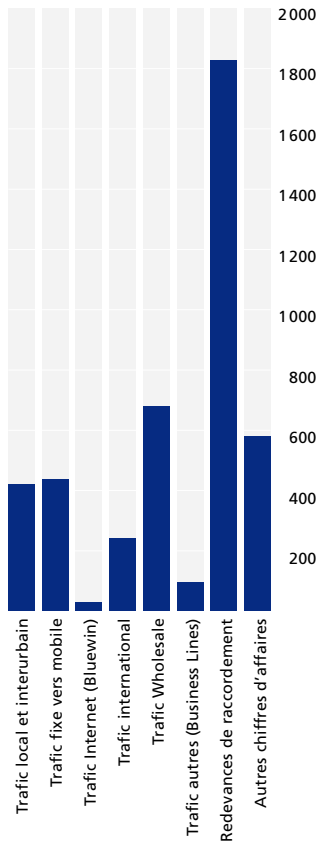
**Contacts clients de Customer Care**  
Contacts absolus



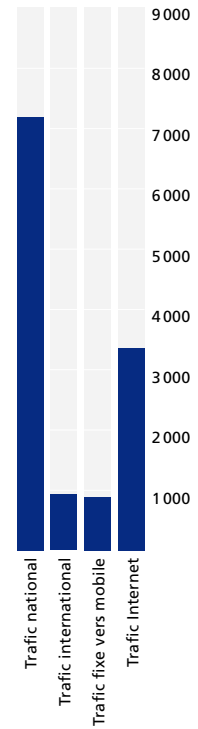
**Accès ADSL (Wholesale incl.)**  
En milliers



**Structure des chiffres d'affaires**  
En millions de CHF



**Evolution du trafic téléphonique**  
En millions de minutes



A cours de l'exercice, Swisscom Fixnet a lancé une nouvelle solution de paiement électronique, intitulée PayNet, qui offre la possibilité aux particuliers de régler leur facture, en quelques clics, simplement et sans papier. Le 1<sup>er</sup> juin, l'entreprise commercialisait en outre la nouvelle carte à prépaiement easyp@y, un moyen de paiement simple et attractif destiné au règlement des petites transactions effectuées sur le portable ou sur l'Internet. Dans le domaine des boîtes vocales, des problèmes techniques ont finalement eu raison de la fixnetbox® – messages vocaux, e-mails et fax –, qui a été retirée du marché au printemps dernier et remplacée par la COMBOX, un produit fiable et bien établi, issu de la communication mobile.

#### **Leader dans le segment PME**

En dépit des pressions concurrentielles croissantes, Swisscom Fixnet est parvenue à conserver sa place de numéro un dans le segment des PME. S'appuyant sur un solide partenariat avec les revendeurs spécialisés, l'entreprise propose aux PME un portefeuille complet de prestations. Mais le succès de Swisscom Fixnet dans le segment PME cette année s'explique aussi par l'introduction d'un système de rabais qui tient compte de la fidélité à l'entreprise et de l'ensemble des chiffres d'affaires réalisés dans les secteurs de la téléphonie fixe, de la communication mobile et de la transmission des données. Par ailleurs, Swisscom Fixnet a introduit l'option «Premium» pour tous les raccordements BusinessLINE<sup>ISDN</sup>, améliorant du même coup ses garanties de service. Enfin, grâce à un modèle de rabais appliqué aux raccordements non réglementés, elle a réussi à freiner sensiblement le recul amorcé dans le domaine des raccordements BusinessLINE<sup>ISDN</sup>.

#### **Swisscom Shops: davantage de magasins franchisés**

Les principaux canaux de distribution pour les services et terminaux sont les revendeurs spécialisés, les gros distributeurs et les Swisscom Shops. La chaîne de Swisscom compte désormais 75 Swisscom Shops et 16 magasins franchisés. Au cours de l'exercice, son personnel de vente a reçu, conseillé et servi plus de quatre millions de clients. Les temps d'attente – un motif d'irritation pour bon nombre de clients l'année précédente encore – ont pu être fortement réduits, puisqu'en 2004, l'attente moyenne n'excédait pas trois minutes.

#### **Service à la clientèle via téléphone et Internet**

Le degré de notoriété des centres d'appels de Swisscom Fixnet n'est plus à démontrer. Il suffit de considérer les chiffres suivants: 5,5 millions de contacts téléphoniques, dont plus de 3 millions via la Hotline gratuite 0800 800 800; 1,2 million d'appels au service client de Bluewin; 350 000 appels au numéro 0800 800 600 réservé aux revendeurs; quelque 1,5 million de demandes écrites par fax, e-mail ou courrier. Dans leurs contacts avec la clientèle, les collaborateurs appliquent désormais des principes de présentation uniforme, garantis par la charte client introduite en 2004. Cette dernière définit par ailleurs des normes de qualité pour le suivi de la clientèle.

En 2004, 138 000 clients ont eu recours à l'application Internet «Facture online pour le réseau fixe» et 50 000 optaient en outre pour le règlement de leur facture en ligne, renonçant du même coup à toute facture papier.

Les services de renseignements et de conférence téléphonique évoluent dans un contexte économique très difficile. Déjà confrontés à une concurrence féroce, ils sont

également en compétition directe avec les services électroniques. Pour assurer leur compétitivité à long terme, il est indispensable de les automatiser progressivement. Il est prévu d'y intégrer des services à commande vocale ou Internet, qui faciliteront l'utilisation des prestations pour les clients.

#### **Bluewin teste la télévision via la ligne téléphonique**

Responsable du développement des activités liées à l'Internet au sein de Swisscom, Bluewin fusionnera avec Swisscom Fixnet le 1<sup>er</sup> mars 2005. La marque Bluewin continuera néanmoins d'exister puisque Swisscom Fixnet commercialisera tous les services liés à l'Internet sous le label Bluewin. Parmi les tâches principales du nouveau secteur géré comme un centre de profit, le développement et la commercialisation de services à large bande. Depuis l'automne dernier, le premier fournisseur suisse d'accès à l'Internet teste d'ailleurs une toute nouvelle génération de télévision via l'ADSL. En collaboration avec Microsoft, Bluewin TV offre la possibilité à quelque 600 foyers de recevoir 25 chaînes de télévision via la ligne téléphonique. L'offre inclut en outre cinq chaînes payantes, la location de vidéos en ligne et un enregistreur sous forme de disque dur local qui permet la diffusion différée de programmes en cours d'émission (live pause).

Fin 2004, plus d'un million de clients surfaient sur l'Internet par l'intermédiaire de Bluewin: près de 523 000 y accédaient par le biais d'un modem à sélection directe, tandis que 490 000 utilisaient un accès à haut débit.

#### **Payphone Services: un service utile et avantageux**

La cabine téléphonique traditionnelle reste une solution avantageuse et pratique pour qui veut téléphoner en déplacement. Les quelque 8500 publiphones publics de Swisscom Fixnet constituent un élément clé du service universel. Teleguide, l'annuaire électronique installé dans les cabines, permet d'accéder directement à l'annuaire téléphonique mis à jour en permanence et d'envoyer des messages SMS, des e-mails et de brèves télécopies. Ajoutons que près de 23 000 publiphones à monnaie ou à cartes sont loués ou vendus à des exploitants privés, Payphone Services en assurant la maintenance.

#### **cablex: un constructeur de réseau non dédié à Swisscom**

Avec ses 500 collaborateurs, cablex s'occupe de la construction et de l'entretien des réseaux, avant tout pour le compte de Swisscom Fixnet. Avant tout car, au cours de l'exercice, l'entreprise a réalisé pour la première fois plusieurs mandats pour le compte de tiers. La filiale à 100% de Swisscom Fixnet compte bien développer cette activité en 2005, notamment pour compenser la baisse des volumes confiés par la maison mère.

#### **Directories: la source des données**

La société Directories, filiale à 51% de Swisscom, est l'un des premiers éditeurs d'annuaires du pays depuis 1999. Sa base de données contient plus de six millions d'entrées privées et commerciales de Suisse et du Liechtenstein. C'est à cette source que Directories puise pour éditer ses nombreux supports: l'annuaire téléphonique bien connu, les CD-Rom telinfo Directories et CD Directories, l'annuaire en ligne ETV Directories mis à jour en permanence, les Pages jaunes Directories et Pages blanches Directories sur l'Internet ainsi que le site [www.directories.ch](http://www.directories.ch). En 2004, malgré une conjoncture difficile, qui a freiné les activités éditoriales, Directories a réussi à augmenter son chiffre d'affaires par rapport à l'année précédente.

Les optimisations réalisées sur le site [www.directories.ch](http://www.directories.ch) ont entraîné une hausse des consultations. L'adoption de nouveaux formats publicitaires sur l'Internet (par exemple Online Ad) a également contribué à l'augmentation du chiffre d'affaires. Le service «MobileSync» (synchronisation des données mobiles dans ETV Directories Addressbook) arrivera à maturité commerciale en 2005. L'annuaire téléphonique Directories, qui fêtera son 125<sup>e</sup> anniversaire en 2005, reste une importante source de chiffre d'affaires. Directories entend renforcer encore sa position sur le marché suisse en lançant des produits novateurs et en accentuant davantage son orientation clientèle.

### Perspectives 2005

Pour Swisscom Fixnet, l'année 2005 sera placée sous le signe de la communication à haut débit. L'entreprise entend augmenter sa part de marché dans ce secteur et s'imposer comme le numéro un des services à large bande. Pour y parvenir, elle prévoit notamment la commercialisation des fameux services Triple Play – qui désigne le rapprochement du téléphone, de l'Internet et du multimédia –, avec en priorité le lancement commercial de Bluewin TV. Par ailleurs, Swisscom Fixnet continuera de promouvoir de manière intensive les mesures visant à accroître la satisfaction et la fidélité de sa clientèle.

#### Glossaire

##### **ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line)**

Technologie de transmission de données à haut débit qui utilise les lignes téléphoniques traditionnelles pour accéder au réseau de données. Etant donné qu'un filtre sépare les signaux voix et données, il est possible de téléphoner et de surfer en même temps. Selon la classe de performance choisie, le débit oscille entre 600/100 kbit/s et 2400/200 kbit/s.

##### **ISDN (Integrated Services Digital Network)**

Réseau numérique permettant de transmettre voix, données, texte et images sur le même raccordement téléphonique – d'où son nom français de réseau numérique à intégration de services (RNIS). Grâce à l'utilisation de deux canaux, voire davantage, il est possible d'établir simultanément plusieurs communications vocales ou de transmettre des données parallèlement à un appel vocal. Le débit s'élève à 64 kbit/s par canal.

##### **Large bande**

Terme qualifiant une technologie regroupant plusieurs canaux de transmission sur un même support. Faisant suite à la bande étroite, elle permet tout simplement de transmettre des volumes de données plus importants.

##### **Bande passante**

La bande passante, ou débit, indique le nombre d'unités d'information (bits) transmises par seconde (bit/s, kbit/s, Mbit/s).

##### **Voice over IP**

Technologie qui réunit deux types de transport autrefois séparés – celui de la voix et celui des données, en intégrant le trafic téléphonique sur les réseaux de données existants.

##### **Triple Play**

Terme qualifiant la réception de la téléphonie, de l'Internet et de la télévision via le même accès.

# Swisscom Mobile – des investissements et une croissance continue

Swisscom Mobile a poursuivi sa croissance en 2004, en dépit de signes de saturation du marché et d'une vive concurrence. Le leader suisse de la téléphonie mobile doit notamment cette croissance à son excellent réseau et à ses produits novateurs. Avec ses 2491 collaborateurs, Swisscom Mobile a accru son chiffre d'affaires de 5,2%, à CHF 4,4 milliards, dégageant un bénéfice d'exploitation (EBITDA) de CHF 2 milliards (-0,4%). En progression de 112 000, le nombre de clients a atteint 3,9 millions.

Swisscom Mobile	2003		2004
Chiffre d'affaires net*	4 140		4 356
EBITDA**	1 984		1 976
Nombre de collaborateurs	2 418		2 491

- \* en millions de CHF
- \*\* résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements, en millions de CHF

L'augmentation du chiffre d'affaires et la réalisation d'investissements en mesure d'assurer la croissance future de l'entreprise ont été les maîtres mots de l'exercice sous revue. Dans un contexte extrêmement concurrentiel, Swisscom Mobile est parvenue à s'octroyer 52% de la croissance totale du marché suisse de la communication mobile. L'innovation et la qualité permettent en effet à l'opérateur de se démarquer de ses concurrents et, partant, de fidéliser sa clientèle.

En 2004, Swisscom Mobile a principalement investi dans la desserte de technologies et services à large bande. Son engagement a d'ailleurs contribué à placer la Suisse à la tête des pays européens dans ce domaine. L'entreprise s'est notamment employée à mettre sur pied les réseaux UMTS et EDGE et à étendre la couverture WLAN. Ainsi, à la fin de l'année, l'UMTS desservait 90% de la population suisse et les accès WLAN étaient disponibles sur 688 Hotspots de Swisscom Mobile. La technologie EDGE, quant à elle, sera accessible dans tout le pays dès le printemps 2005. Soulignons à cet égard le partenariat entre Swisscom Mobile et les CFF: l'opérateur équipe les gares en WLAN et, grâce à la technologie EDGE, assurera également l'accès haut débit à l'Internet dans les trains dès 2005. Les coûts globaux de la mise sur pied et de l'extension de l'infrastructure réseau en 2004 se sont montés à CHF 513 millions – un investissement pour l'avenir.

## Mobile Unlimited – une première mondiale

Les clients commerciaux souhaitent bénéficier du meilleur débit disponible à l'endroit où ils se trouvent, en tout temps, en toute sécurité et en toute simplicité. Swisscom Mobile répond encore mieux à cette attente depuis le lancement, en septembre 2004, d'une nouveauté mondiale baptisée Mobile Unlimited, qui s'appuie sur la carte PC Unlimited et sur le logiciel Unlimited Data Manager. La carte est compatible avec les technologies GPRS, UMTS et WLAN; quant au Data Manager, il permet le transfert sans coupure – seamless handover – d'un réseau à l'autre. L'utilisateur peut ainsi rester connecté en permanence, ce qui constitue une première mondiale. Mobile Unlimited a valu à Swisscom Mobile de recevoir l'Award 2005 de la «meilleure application commerciale mobile». Cette distinction de grande valeur lui a été remise en février 2005 à Cannes par la GSM Association, principale association mondiale du secteur de la communication mobile.

### **Vodafone – un partenaire stratégique de taille**

Depuis la conclusion de leur accord de partenariat, Vodafone Plc détient 25% du capital-actions de Swisscom Mobile. Pour cette dernière, le principal avantage de l'accord réside dans la vente des produits Vodafone. Mais le leader du marché suisse profite aussi d'économies d'échelle considérables lors de l'acquisition de services d'infrastructure et de terminaux, ainsi que dans le domaine de la terminaison des appels internationaux. Swisscom Mobile et Vodafone collaborent donc avec succès dans le segment de la clientèle privée. En revanche, pour la clientèle commerciale, Swisscom Mobile mise sur ses propres solutions, s'appuyant sur la meilleure couverture mobile à large bande d'Europe et sur le développement de produits novateurs tels que Mobile Unlimited.

### **Services pionniers pour les particuliers**

En 2004, Swisscom Mobile a posé de nouveaux jalons en matière de téléphonie mobile pour la clientèle privée: en juillet, elle ouvrait son réseau UMTS et, en novembre, elle lançait les premiers services mobiles à haut débit – TV live, vidéo en continu et visiophonie. Par ailleurs, avec NATEL easy youth, Swisscom Mobile dispose depuis août 2004 d'une offre économique attrayante pour les jeunes, qui lui a permis d'augmenter ses parts de marché dans ce segment. Les accords d'itinérance passés avec plus de 400 opérateurs dans le monde entier, dont dix dans le domaine de l'UMTS, assurent quant à eux une mobilité sans frontières. Fin 2004, Swisscom Mobile comptait 3,9 millions de clients, dont 1,4 million de titulaires d'une formule prépayée et plus de 445 000 clients Vodafone live!. Le taux de défection – clients passant à la concurrence – est resté extrêmement bas, même en comparaison internationale.

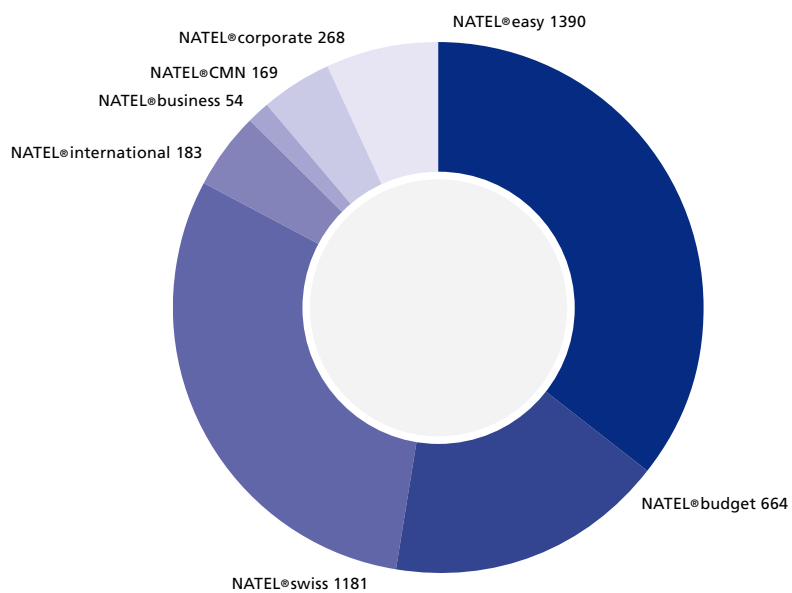
### **Cartes à prépaiement enregistrées**

Au cours de l'exercice sous revue, le législateur a décidé de rendre obligatoire l'enregistrement des cartes à prépaiement. Swisscom Mobile s'est donc vue contrainte, fin 2004, de bloquer le raccordement de quelque 124 000 clients qui, malgré plusieurs rappels, ne s'étaient pas conformés à la loi. Certains de ces clients n'employaient plus leur carte depuis longtemps – d'où un net recul du taux de résiliation dans le secteur Prepaid depuis janvier 2005. D'autres en revanche étaient des utilisateurs réguliers, qui généraient un chiffre d'affaires. En conséquence, Swisscom Mobile table sur un recul d'environ CHF 8 millions du chiffre d'affaires réalisé avec les cartes prépayées en 2005. A l'inverse, le chiffre d'affaires moyen par client devrait augmenter.

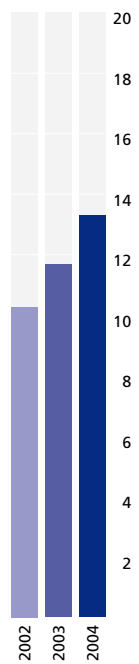
### **ORNI: directives strictes respectées**

Afin d'honorer sa promesse d'offrir la meilleure couverture réseau, Swisscom Mobile exploite plusieurs milliers de stations de base dans tout le pays. De nouvelles installations ont notamment dû être érigées pour le déploiement du réseau UMTS. Tant pour ce dernier que pour le GSM, standard de téléphonie mobile de la génération précédente, il s'agit de respecter les valeurs limites, volontairement strictes, fixées par l'Ordonnance sur la protection contre le rayonnement non ionisant (ORNI). Les procédures d'autorisation relatives à l'édification de nouveaux sites d'antennes peuvent varier d'un canton à l'autre. Ce faisant, elles peuvent entraîner des disparités régionales dans le développement de l'infrastructure réseau et, par conséquent, dans la couverture de réseau. Il incombe aux instances politiques régionales de prendre leurs responsabilités afin d'éviter que des régions soient lésées.

**Clients**  
En milliers



**Part de la communication  
de données au chiffre d'affaires**  
En %



## Perspectives 2005

Les investissements consentis en 2004 se répercuteront de manière positive sur le chiffre d'affaires, principalement dans le domaine des services de données. Au printemps 2005, le réseau EDGE desservira environ 99,7% de la population suisse. Le service Mobile Unlimited sera compatible avec ce réseau, comme il l'est déjà avec le GPRS, l'UMTS et le WLAN. Dans le segment de la clientèle privée, l'accent sera mis sur la poursuite du développement de Vodafone live!. Les services mobiles marqueront de plus en plus notre quotidien de leur empreinte. Ainsi, s'ils le souhaitent, les clients de Swisscom Mobile sont d'ores et déjà connectés partout et en tout temps.

## Glossaire

### **GSM (Global System for Mobile Communications)**

Norme numérique de communication mobile qui permet non seulement de transmettre voix et données, mais aussi d'utiliser des services tels que le SMS et d'établir des communications de et vers l'étranger (itinérance internationale).

### **GPRS (General Packet Radio Services)**

Norme accroissant sensiblement le débit du réseau mobile GSM. Le GPRS, qui permet actuellement d'atteindre des débits de l'ordre de 30 à 40 kbit/s, est parfaitement adapté aux services WAP, aux offres de divertissement et au trafic e-mail. Les liaisons GPRS sont facturées en fonction non pas de la durée de la connexion mais du volume de données transmises.

### **UMTS (Universal Mobile Telecommunications System)**

Technologie correspondant à un développement du GSM. L'UMTS dessert les grandes agglomérations de Suisse en complément au réseau GSM et au Public Wireless LAN. Ce système permet un débit de 384 kbit/s, suffisant par exemple pour transmettre de brèves séquences vidéo.

### **PWLAN (Public Wireless Local Area Network)**

Réseau réunissant plusieurs techniques de transmission sans fil et procédures d'accès aux réseaux de données. Il suffit de disposer d'un ordinateur portable ou d'un PC de poche, d'une carte WLAN et d'un accès au réseau de Swisscom Mobile en Suisse ou de Swisscom Eurospot en Europe occidentale.

La capacité de transmission peut atteindre 2 Mbit/s. Comme le système utilise une carte WLAN vendue dans le commerce, il n'est plus nécessaire de connecter le terminal utilisé par le biais d'un téléphone mobile.

### **EDGE (Enhanced Data Rates for GSM Evolution)**

Technologie permettant des débits très élevés sur la base de la norme GSM. Grâce à un codage amélioré, EDGE permet d'atteindre le débit de 48 000 bit/s par canal au lieu des 14 400 bit/s actuellement disponibles sur le réseau GSM. Egalement utilisée, l'abréviation «E-GPRS» signifie «Enhanced GPRS». Dans ce cas, la technologie EDGE se conçoit comme un développement du standard GPRS. La combinaison des principes de EDGE et du GPRS offre à l'utilisateur des débits allant jusqu'à 384 kbit/s. EDGE, qui utilise la technique de transmission de la norme UMTS, est actuellement limitée à la bande de fréquence du réseau GSM.

# Swisscom Solutions – partenaire des clients commerciaux

Swisscom Solutions s'adresse aux clients commerciaux de moyenne et grande envergure, auxquels elle propose des solutions évolutives de technologies de l'information et de la communication (TIC). Née le 1<sup>er</sup> janvier 2005 de la fusion des deux sociétés Swisscom Enterprise Solutions et Swisscom Systems, cette nouvelle entreprise vise un chiffre d'affaires annuel d'environ CHF 1,4 milliard. Forte de quelque 1800 collaborateurs, Swisscom Solutions est leader du marché en Suisse.

La nouvelle entreprise se concentrera sur l'offre de systèmes de transmission voix et données traditionnels et IP, la gestion d'infrastructures de communication ainsi que la planification, la construction et l'exploitation de solutions de communication complètes pour les clients commerciaux en Suisse. Grâce à la fusion de Swisscom Enterprise Solutions et de Swisscom Systems, ces clients bénéficient désormais d'un interlocuteur unique. Cette approche permet en outre de simplifier les processus, de réduire les temps de réaction, de rassembler les forces et d'éliminer les doublons croissants dans les offres voix et données.

## Une faible conjoncture qui pèse sur le résultat

Au cours de l'exercice sous revue, *Swisscom Enterprise Solutions* a principalement assuré le suivi de quelque 4000 très grands clients commerciaux aux besoins complexes en matière de téléphonie, d'Internet et de transmission de données. En ce qui concerne les activités liées aux solutions, l'entreprise a pu asseoir sa position sur le marché, en particulier dans le domaine de l'externalisation de services de télécommunication. Les activités de télécommunication traditionnelles ont fait l'objet d'une âpre concurrence, synonyme de forte pression sur les prix et d'érosion des marges. *Swisscom Enterprise Solutions* a ainsi vu son chiffre d'affaires reculer de 6,9%, à CHF 1,1 milliard. Grâce à des processus optimisés et à une gestion efficace des coûts, le bénéfice d'exploitation est resté proche de celui de l'exercice précédent, à CHF 80 millions (-1,2%).

*Swisscom Systems* a desservi à peu près les mêmes clients que les 4000 entreprises du portefeuille de *Swisscom Enterprise Solutions*, auxquelles se sont ajoutées 80 000 petites et moyennes entreprises suisses. Le suivi de ces PME a été assuré essentiellement par notre réseau de 1400 partenaires, qui distribuent les produits et services de *Swisscom Systems* dans toute la Suisse. La morosité ambiante a également marqué l'exercice de l'entreprise. Néanmoins, l'adoption de processus efficaces a permis de limiter les charges de personnel et de diminuer substantiellement les frais d'exploitation par rapport à l'exercice précédent. En 2004, *Swisscom Systems* a réalisé un bénéfice d'exploitation (EBITDA) de CHF 55 millions. Précisons que, jusqu'ici, l'EBITDA de cette société du groupe n'était pas mentionné séparément; il est rattaché au segment «Autres activités importantes» (voir page 99).

Les gains d'efficacité et les synergies dégagées par la fusion des deux sociétés ont conduit *Swisscom Enterprise Solutions* et *Swisscom Systems* à annoncer pendant l'exercice sous revue la suppression de 150 postes de travail au total d'ici fin 2005. Cette adaptation des effectifs est nécessaire afin d'assurer la compétitivité et la pérennité de *Swisscom Solutions* à long terme.

### **Nombreux projets réalisés avec succès**

En 2004, les deux sociétés du groupe Swisscom Enterprise Solutions et Swisscom Systems ont décroché de nombreux contrats de grande envergure. Ainsi, Swisscom Systems a élaboré une nouvelle solution de communication pour Emil Frey SA. Cet importateur automobile majeur, qui dispose d'un réseau de distribution de 35 garages sur tout le territoire, doit pouvoir compter sur un système de communication fiable et performant. Swisscom Systems a donc développé et mis en œuvre une solution répondant parfaitement aux besoins des collaborateurs d'Emil Frey SA et présentant un niveau de qualité et de sécurité irréprochable.

Swisscom Enterprise Solutions, quant à elle, s'est notamment vu confier une grosse commande destinée aux entreprises du groupe Zschokke. Actif dans les secteurs entreprise générale, travaux et services immobiliers, le groupe a besoin de solutions voix et données extrêmement flexibles pour ses différents sites, notamment les chantiers. La sécurité de l'accès, la fiabilité et le rapport qualité-prix ont joué un rôle décisif dans l'adjudication du contrat à Swisscom Enterprise Solutions.

En juillet 2004, les deux sociétés du groupe ont obtenu ensemble un mandat d'externalisation du Credit Suisse pour la téléphonie de bureau standard. Le Credit Suisse a opté pour une collaboration à long terme avec Swisscom. Cette externalisation porte sur tous les autocommutateurs d'utilisateurs actuels, qui comptent plus de 50 000 raccordements téléphoniques.

### **Perspectives 2005**

Swisscom Solutions souhaite se profiler comme prestataire TIC de premier plan pour la clientèle commerciale. L'entreprise entend notamment se développer dans l'externalisation de services de télécommunication, l'intégration de systèmes et les services à la clientèle. Dans ces secteurs, où la communication vocale (autocommutateurs) et la transmission de données (réseaux locaux) s'interpénètrent de plus en plus, les solutions de voix sur IP devraient à moyen terme se substituer complètement aux solutions PBX traditionnelles.

# Swisscom IT Services – spécialiste de l'externalisation informatique

La morosité du marché, une concurrence de tous les instants et une baisse des marges, mais aussi quelques succès réjouissants dans le domaine de l'externalisation informatique ont marqué l'exercice sous revue pour Swisscom IT Services. Fort de ses 2100 collaborateurs, le prestataire de services informatiques a réalisé en 2004 un chiffre d'affaires de CHF 709 millions. A la fin de l'année, Swisscom a racheté AGI Holding, qui détenait 28,9% du capital-actions de Swisscom IT Services.

Swisscom IT Services	2003	2004
Chiffre d'affaires net*	742	709
Nombre de collaborateurs	2 268	2 100

\* en millions de CHF

Swisscom IT Services, qui fournit et exploite des systèmes informatiques complexes, revêt une importance stratégique pour le groupe Swisscom. En effet, les infrastructures informatiques et de télécommunication se confondent de plus en plus dans les entreprises. Aussi, outre la maîtrise des activités de télécommunication traditionnelles, le savoir-faire dans le domaine des infrastructures informatiques est-il essentiel pour le positionnement futur de Swisscom sur ce marché. Rappelons que Swisscom IT Services est spécialisée dans l'externalisation informatique et le développement de logiciels. De plus, la société intègre et exploite des solutions standard des leaders du marché SAP, IBM et Microsoft. L'exploitation de grands centres de calcul et la gestion des applications s'y rapportant, l'administration de dizaines de milliers de postes de travail informatiques, sans oublier les prestations d'intégration et de migration, sont autant d'éléments qui, fin 2004, faisaient déjà de Swisscom IT Services le deuxième prestataire informatique de Suisse. Parmi ses clients, Swisscom IT Services compte les sociétés du groupe Swisscom, des entreprises de services financiers et du secteur de la santé, des administrations publiques ainsi que différents clients actifs dans d'autres secteurs (Ascom, PSP Management, Securitas et tamedia).

## Simplification de l'actionariat

Fin 2004, Swisscom a fait l'acquisition d'AGI Holding, qui détenait 28,9% du capital-actions de Swisscom IT Services. Cette participation d'AGI remontait à la fusion d'AGI Informatik avec la division informatique de Swisscom fin 2001. Swisscom IT Services est ainsi à nouveau une filiale à 100% de Swisscom. Cette simplification de l'actionariat constitue pour Swisscom IT Services une étape importante dans son positionnement en tant que prestataire neutre de services informatiques proposant différentes plateformes logicielles, notamment pour les banques cantonales et régionales.

### **Succès malgré un marché morose**

Le marché informatique suisse n'a guère changé en 2004. L'apathie ambiante ne l'a pas épargné et s'est traduite par une nette baisse des dépenses informatiques. L'externalisation, en particulier d'infrastructures, s'est révélé le seul secteur porteur de croissance. En y recourant, les clients s'attendent, à juste titre, à réaliser des économies significatives. En dépit d'une concurrence très vive, Swisscom IT Services a enregistré de beaux succès, décrochant de nombreux contrats. Elle a ainsi pu se profiler en tant que spécialiste de l'exploitation et de l'intégration de systèmes informatiques complexes. Des solutions telles qu'E-Invoicing, opérationnelle depuis début 2004 et qui permet la facturation conforme à la TVA sur la plateforme commerciale Conextrade, ont également contribué au succès de Swisscom IT Services pendant l'exercice sous revue.

Le succès croissant n'a toutefois pas suffi à compenser le recul du chiffre d'affaires réalisé avec les clients actionnaires actuels, recul principalement imputable à une réduction des tarifs.

### **Partenariats**

En 2004, Swisscom IT Services a conclu un partenariat avec Hewlett-Packard Suisse (HP), avec pour objectif de lancer sur le marché helvétique une solution intégrée économique pour postes de travail électroniques.

Dans le secteur de la santé, le spécialiste informatique de Swisscom a contracté un partenariat stratégique avec l'éditeur de logiciels BBT. Cette coopération a abouti à la commercialisation d'un logiciel standard destiné aux assurances maladie et accidents en Suisse.

### **Perspectives 2005**

L'obtention de contrats d'externalisation dans différents secteurs début 2005 est de bon augure pour l'année en cours, pendant laquelle Swisscom IT Services souhaite boucler des projets de transition et intégrer les collaborateurs transférés dans le cadre de divers contrats. Outre la prospection de clients dans le domaine de l'externalisation, Swisscom IT Services entend également étendre sa collaboration avec ses clients actuels.

# Autres activités importantes

## Swisscom Broadcast – des signaux radio et TV pour sept millions de personnes

Avec 243 collaborateurs, quelque 500 sites d'émetteurs en propre et plus de 1800 installations d'antennes, Swisscom Broadcast assure la diffusion des signaux radio et TV dans tout le pays. La société se charge également de l'acheminement par voie hertzienne des signaux de programmes jusqu'aux câblodistributeurs. Swisscom Broadcast compte parmi ses principaux clients SRG SSR idée suisse, les trois opérateurs suisses de téléphonie mobile, différents services d'intervention d'urgence ainsi que des radios locales. Pendant l'exercice sous revue, le leader des infrastructures de diffusion a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 162 millions.

Après le succès du lancement de la télévision numérique terrestre (DVB-T) au Tessin, Swisscom Broadcast a présenté en avril 2004 un nouveau produit nommé Premium digitalTV. Avec cette offre de télévision numérique, la société propose aux câblodistributeurs indépendants des programmes répartis en trois bouquets ainsi que la plateforme technique nécessaire afin qu'ils puissent assurer eux-mêmes le suivi de leurs clients finals.

Swisscom Broadcast poursuit le développement de la technologie DVB-T, avec le concours de la société grisonne Tele Rätia AG (TRAG), dont elle a racheté 84,4% du capital-actions au canton des Grisons en décembre 2004. L'automne dernier, Swisscom Broadcast a obtenu la concession l'autorisant à diffuser des programmes de télévision numérique dans le canton des Grisons. De son côté, TRAG assure la diffusion terrestre de signaux TV supplémentaires dans ce canton, où elle dessert 195 communes.

A l'avenir, Swisscom Broadcast s'engagera également dans le cadre de Polycom. Système radio national des autorités et des organisations chargées du sauvetage et de la sécurité, Polycom permet le contact radio entre les différentes organisations partenaires telles que gardes-frontières, police et services de sauvetage. Outre une offre attrayante de sites d'émetteurs en propre, Swisscom Broadcast propose l'exploitation et l'entretien d'installations d'antennes et d'émetteurs ainsi que l'acheminement de leurs signaux. L'objectif de Swisscom Broadcast est d'offrir un service complet répondant parfaitement aux besoins de ces clients.

Au cours de l'exercice sous revue, Swisscom Broadcast a obtenu une concession d'essai pour le DVB-H, une nouvelle norme de transmission pour programmes de télévision et services de données. Cette technologie évolutive permet de transmettre des programmes de TV numérique, des pages Internet ou des jeux sur un téléphone portable. Swisscom Broadcast prévoit d'introduire le DVB-H à l'essai au deuxième semestre 2005.

### **Billag – le spécialiste de la facturation et du traitement des cartes**

Billag est spécialisée dans la commercialisation de prestations ayant trait à la facturation. En rachetant T-Systems Card Services (rebaptisée Billag Card Services SA) en décembre 2003, la société a étendu son offre à la gestion de cartes clients. Sur la base de ces dernières, Billag Card Services développe pour ses mandants – parmi lesquels des entreprises de vente au détail et des sociétés pétrolières – des concepts de loyauté et de fidélisation de la clientèle ainsi que des prestations de marketing direct.

Dans le secteur de la facturation de prestations pour le compte de tiers, la Confédération est le client principal de Billag. Sur son mandat, cette dernière encaisse les redevances de radio et de télévision. Pendant l'exercice sous revue, Billag a envoyé quelque douze millions de factures à environ trois millions de ménages, soit un volume d'encaissement de CHF 1,2 milliard. Leader du marché suisse des cartes clients avec fonction de paiement, Billag a géré un volume de transactions de CHF 2 milliards et assuré le suivi de quelque 1,5 million de titulaires de cartes. Les 266 collaborateurs de Billag et Billag Card Services ont réalisé un chiffre d'affaires de CHF 112 millions. Billag entend poursuivre sa croissance dans ces deux secteurs phares.

### **SIMAG – l'optimisation des surfaces en bonne voie**

Swisscom Immeubles (SIMAG) traite les activités du groupe Swisscom portant sur les biens immobiliers. La tâche principale de cette filiale à 100% de Swisscom consiste à gérer plus de 170 bâtiments administratifs et quelque 1700 autres immeubles (centraux téléphoniques, Swisscom Shops, bâtiments de dépôt et d'exploitation, etc.). SIMAG concentre actuellement ses efforts sur un projet d'optimisation des surfaces et de conception de nouveaux postes de travail standardisés pour les sites de Swisscom dans tout le pays.

Ce programme d'optimisation des surfaces est dicté par le recul constant de la demande de surfaces au sein du groupe Swisscom, imputable à l'évolution technologique, à l'optimisation des processus d'exploitation et aux restructurations. Or, les locaux inutilisés entraînent des coûts qui avoisinent aujourd'hui les CHF 25 millions par an. Le projet entend diminuer de moitié le nombre de bâtiments administratifs utilisés actuellement d'ici fin 2006. En 2001, Swisscom avait vendu et repris en location la plupart de ses bâtiments administratifs. Une fois le projet achevé, les contrats de location portant sur les surfaces devenues inutiles pourront être résiliés.

SIMAG estime que l'optimisation des surfaces permettra de réaliser des économies de plusieurs dizaines de millions de francs par an à partir de 2007.

### Participations étrangères vendues

Au printemps 2004, Swisscom a vendu sa participation dans debitel, sa filiale allemande de télécommunication mobile sans réseau propre, à la société de private equity britannique Permira pour un montant de EUR 640 millions. Swisscom avait acquis debitel en été 1999, prioritairement afin d'obtenir une licence UMTS en Allemagne. En raison des différences existant entre les deux modèles d'entreprise et suite à l'évolution du marché européen de la communication mobile depuis la vente aux enchères des licences UMTS, il n'a pas été possible de dégager les synergies escomptées. La participation de Swisscom dans debitel était dès lors d'ordre purement financier.

En automne 2004, Swisscom a également cédé sa participation de 17,7% dans Infonet Services Corporation (ISC) à British Telecommunications PLC (BT). Sa position minoritaire dans ISC ne présentait qu'une valeur d'option moindre pour Swisscom et ne permettait guère d'influencer la gestion et la marche des affaires. Sa vente rapportera quelque USD 170 millions à Swisscom en 2005.

Suite à la cession des parts détenues dans debitel et Infonet Services Corporation, Swisscom ne dispose plus de participations majeures à l'étranger.

Au cours de l'exercice sous revue, Swisscom a mené des discussions approfondies avec Österreichische Industrieholding (ÖIAG), holding publique chargée des privatisations autrichiennes, en vue du rachat de Telekom Austria AG. Conscientes des avantages qui auraient résulté d'une telle opération, les deux parties ne sont toutefois pas parvenues à trouver une solution à même de satisfaire les intérêts de tous les protagonistes. Swisscom a donc renoncé à soumettre une offre aux actionnaires de Telekom Austria.

### Swisscom Eurospot

Désormais seule représentante de Swisscom à l'étranger, Swisscom Eurospot a poursuivi son expansion en Europe pendant sa deuxième année d'existence. Cette filiale à 100% de Swisscom s'est positionnée comme principal fournisseur européen de points d'accès filaires ou non à l'Internet à haut débit dans des lieux très fréquentés tels que les centres de congrès et les hôtels. Les travailleurs nomades peuvent s'y connecter simplement à l'Internet et au réseau de leur entreprise au moyen de leur assistant numérique personnel ou de leur notebook, par une liaison filaire ou sans fil à haut débit.

A fin 2004, Swisscom Eurospot proposait déjà 1930 points d'accès dans dix pays européens. Elle a en outre conclu des contrats pour quelque 800 sites supplémentaires. Pendant l'exercice sous revue, la société a développé son portefeuille de produits afin de mieux servir sa clientèle principale, à savoir les hôtels.

- 50 **Les clients**  
Des services pour les séduire
- 52 **Les actionnaires**  
Conquis par les bonnes performances  
de l'action
- 54 **Les collaborateurs**  
L'une des clés de la réussite
- 59 **Les fournisseurs**  
Qualité et responsabilité avant tout

1915

REIMS, FRANCE – 49°16'23"N 4°03'46"E

POÈME À LOU Je pense à toi mon Lou ton cœur est ma caserne  
Mes sens sont tes chevaux ton souvenir est ma luzerne

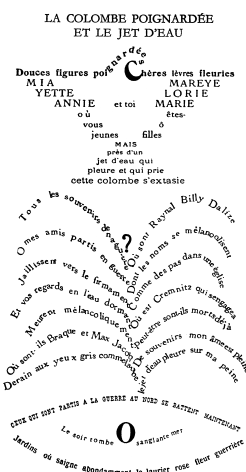
Le ciel est plein ce soir de sabres d'éperons  
Les canonniers s'en vont dans l'ombre lourds et prompts

Mais près de toi je vois sans cesse ton image  
Ta bouche est la blessure ardente du courage...

CARTE POSTALE Je t'écris de dessous la tente  
Tandis que meurt ce jour d'été  
Où floraison éblouissante  
Dans le ciel à peine bleuté  
Une cannonade éclatante  
Se fane avant d'avoir été

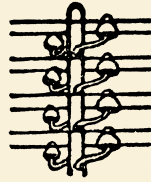
POÈME À LA MARRAINE Bien qu'il me vienne en août votre quatrain d'avril  
M'a gardé de tout mal et de toute blessure  
Votre douceur me suit durant mon aventure  
Au long de cet an sombre ainsi que fut l'an mil...

Guillaume Apollinaire  
confronté à l'aventure de la guerre



# VOYAGE

A DIEU AMOUR NUAGE QUI  
 FUIS REFAIS LE VOYAGE DE DANTE  
 ET N'A PAS CHU PLUIE FÉCON



OU VA DONC GE TRAIN QUI MEURT  
 DANS LES VALS ET LES BEAUX BOIS

L A  
 O U  
 D U  
 CE

E T  
 D O I L E S

L E  
 P I N E

N U I T

N E

E J



# IL PLEUT

il pleut des voix de femmes comme si elles étaient mortes même dans le souvenir  
 et ces nuages cabrés se prennent à hennir tout un univers de villes au ciel et de gouttelettes  
 écoute s'il pleut tandis que l'orage et le dédain pleurent une ancienne musique  
 écoute tomber les lions qui retiennent en haut et en bas  
 c'est vous aussi qui pleut merveilleuses rencontres de ma vie ô goutelettes



# Les clients – des services pour les séduire

La satisfaction de la clientèle est une condition nécessaire de sa fidélité à notre marque et à notre entreprise et, partant, de notre succès sur le marché. Depuis plusieurs années, Swisscom réalise régulièrement des sondages auprès de ses clients privés et commerciaux pour déterminer si, et dans quelle mesure, ceux-ci la perçoivent comme une entreprise qui leur est proche. Les résultats sont bons et affichent même une légère progression en 2004. Maintenir ces valeurs, voire les améliorer, fait partie des principaux objectifs de Swisscom pour 2005.

Notre image auprès du public dépend des contacts directs établis avec nos clients, par exemple dans les Swisscom Shops ou les centres d'appels, mais aussi du comportement social de l'entreprise et de son mode de communication. Depuis trois ans, Swisscom mesure à intervalles réguliers la manière dont elle est perçue de l'extérieur, notamment du point de vue de la satisfaction de la clientèle. A cet égard, le jugement que portent ses clients sur ses quatre valeurs de marque – fiabilité, enracinement, cosmopolitisme et respect – est un bon indicateur du niveau de cette satisfaction. Ces valeurs représentent au demeurant ce que Swisscom elle-même entend apporter à ses clients.

## **Satisfaction de la clientèle: le vent en poupe**

En 2004, la satisfaction des clients du secteur des télécommunications est restée globalement stable. Celle des clients privés de Swisscom Mobile et Swisscom Fixnet a légèrement augmenté, pour atteindre au quatrième trimestre, sur une échelle de dix, la note de 7,99 contre 7,88 une année auparavant. Les notes obtenues par ses principaux concurrents n'ayant pas progressé davantage, Swisscom a conservé son avance. Le constat est le même en ce qui concerne la satisfaction de la clientèle commerciale: stabilité sur l'ensemble du secteur, avec une légère progression pour Swisscom. Relevons toutefois que cette dernière est parvenue à améliorer sensiblement la satisfaction de ses plus gros clients.

## **Convaincre par de bonnes prestations!**

Soucieuse d'améliorer encore la satisfaction de ses clients par des mesures concrètes, Swisscom a fait en 2004 plusieurs promesses de services. Ainsi, depuis l'automne, elle garantit la disponibilité des appareils, accorde un droit de retour de deux semaines sur les appareils et les logiciels, offre une garantie de deux ans sur les appareils neufs et fournit un appareil de remplacement en cas de réparation. Swisscom Fixnet s'est en outre engagée à ce que, vraisemblablement dès mi-2005, ses clients soient joignables en permanence: en cas de panne de réseau, les appels entrants seront réacheminés gratuitement par un autre canal (par exemple le réseau mobile). De plus, courant 2005, la transparence des coûts sera améliorée, les clients pouvant consulter à tout moment sur l'Internet l'état des coûts des prestations utilisées.

### Un seul interlocuteur pour les principaux clients

Afin de mieux couvrir les besoins de ses gros clients, Swisscom a adopté début 2004 un nouveau modèle de suivi, sous la forme d'un Group Client Management (GCM). Rattaché directement au CEO de Swisscom sur le plan organisationnel, le GCM propose l'ensemble du portefeuille de produits et services du groupe aux 50 clients commerciaux les plus importants. Forte d'une vingtaine de personnes disposant toutes d'une longue expérience de la vente et du management, l'équipe GCM fonctionne comme un service d'information et de coordination concentrant les forces de toutes les sociétés du groupe. Par son intermédiaire, les clients peuvent accéder directement à la direction du groupe. Interlocuteur attitré de «ses» clients, le Group Client Manager s'occupe de toutes les affaires les concernant. La prise en compte systématique des souhaits et des besoins exprimés par cette clientèle influe en outre sur le développement de notre offre à moyen et long terme. Les réactions positives confirment que nous sommes sur la bonne voie.

### Engagement social

Aucun autre opérateur de télécommunication n'est aussi solidement enraciné dans la société suisse que Swisscom. Par ses nombreux engagements de nature sociale, l'entreprise tisse des liens très étroits avec ses clients et le public en général. Swisscom assure par exemple la fourniture de services de télécommunication de base à l'ensemble de la population, contribuant ainsi de manière essentielle au service public. La formation est également au cœur de ses préoccupations: Swisscom s'est offerte d'équiper gratuitement les 5000 écoles du pays d'un accès Internet à haut débit. Fin 2004, plus de 3000 d'entre elles avaient déjà profité de l'offre.

Au cours de l'exercice sous revue, Swisscom a également lancé ses Help Points. Sur trois sites différents, ils ont permis à quelque 8500 citoyennes et citoyens d'acquérir des connaissances de base sur les télécommunications d'aujourd'hui, en particulier sur l'Internet, les raccordements ADSL ou l'utilisation des téléphones mobiles. Devant le franc succès remporté, l'initiative sera étendue à toute la Suisse dès mi-2005.

Par ses activités de parrainage et de mécénat, Swisscom a la ferme intention de renforcer encore les liens qui l'unissent à la population suisse, notamment en suscitant l'émotion. L'essentiel de ses efforts porte sur les domaines du sport, de la culture, de l'économie et de l'environnement. Pour en savoir plus sur le sponsoring et le mécénat d'entreprise de Swisscom, reportez-vous au chapitre correspondant (pages 66–73).

# Les actionnaires – conquis par les bonnes performances de l'action

Franchise et transparence sont les fondements de la communication avec nos actionnaires. En veillant à maintenir un dialogue permanent, Swisscom instaure un climat de confiance et de compréhension mutuelles. Les rencontres régulièrement organisées avec les investisseurs lui permettent en outre de vérifier comment elle est perçue sur le marché des capitaux. Pour Swisscom, en effet, le point de vue extérieur est un précieux instrument de développement de sa stratégie d'entreprise.

Du point de vue du marché des capitaux, Swisscom est une entreprise pragmatique, qui opère sur un mode plutôt défensif et intéresse surtout les investisseurs axés sur la valeur. Sa réputation de constance et de prévisibilité, elle la doit à l'application systématique des deux principes restrictifs ci-dessous.

- Norme: versement de l'intégralité de l'equity free cash flow (EFCF), c'est-à-dire du flux de trésorerie lié aux activités d'exploitation, par le biais du dividende ou de programmes de rachat d'actions.
- Variante: acquisitions, lorsqu'elles permettent d'augmenter sensiblement la valeur de l'entreprise et, partant, le free cash flow (FCF) et d'améliorer ainsi la structure du capital de l'entreprise, tout en respectant des critères d'investissement stricts.

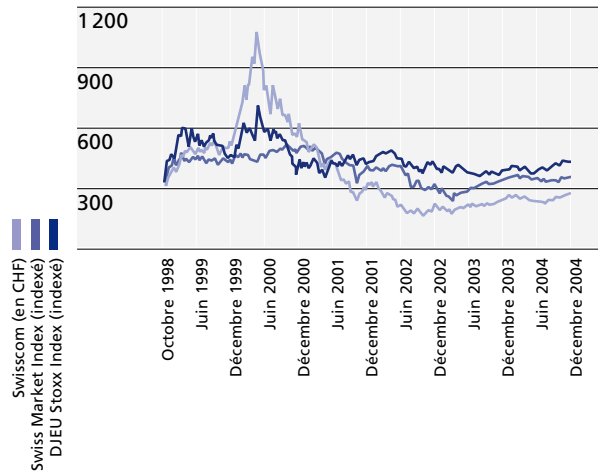
Swisscom présente une structure de bilan très solide et n'est pas endettée, ce qui la met dans une position idéale pour étudier également des options de croissance non organique garantissant aux actionnaires une augmentation de valeur et une amélioration du rendement du FCF, le tout sans changement significatif de son profil de risques.

En 2004, Swisscom a versé environ CHF 2,9 milliards à ses actionnaires, dont CHF 861 millions sous forme de dividende et CHF 2 milliards par le biais d'un rachat d'actions. En effet, après avoir ouvert une seconde ligne de négoce, Swisscom a racheté 4 720 500 de ses propres actions au prix moyen de CHF 423.68, ce qui représente une part de 7,13% de son capital social. Proposition sera faite à l'assemblée générale du 26 avril 2005 de détruire ces actions et de réduire d'autant le capital social. L'EFCF réalisé en 2004 s'élève à CHF 2,9 milliards, qui seront versés aux actionnaires en 2005. Sur la base de son bénéfice net corrigé, qui a atteint CHF 2 milliards, Swisscom prévoit de verser un dividende de CHF 14 par action en date du 29 avril 2005. Une nouvelle campagne de rachat d'actions doit en outre être lancée pour un montant de CHF 2 milliards. Depuis son entrée en Bourse en 1998 et en incluant l'EFCF de 2004, Swisscom a reversé CHF 16,3 milliards au total à ses actionnaires, soit l'équivalent de 55% de sa capitalisation boursière.

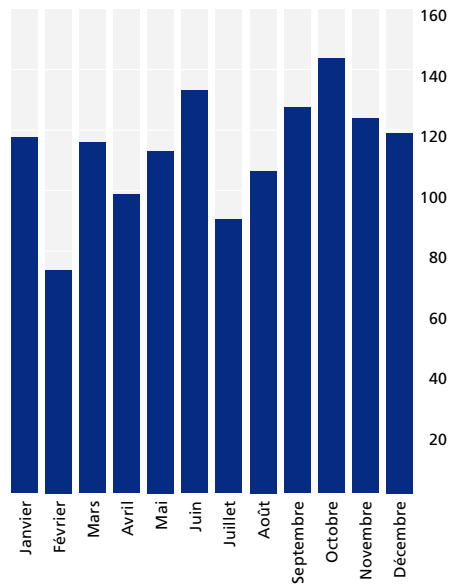
Au cours de l'exercice sous revue, l'action Swisscom a réalisé une performance réjouissante, puisqu'elle a gagné 9,8%, clôturant l'année à CHF 448. La progression du titre Swisscom est ainsi supérieure de 6,1% à celle du SMI. De plus, si l'on cumule les 9,8% de la progression du cours et le dividende de CHF 13 par action versé en 2004, le rendement du titre atteint 13%.

En 2004, Swisscom a généré un FCF élevé, examiné en permanence des opportunités d'achat susceptibles d'accroître sa valeur et versé des sommes importantes à ses actionnaires. Ce sera le cas également en 2005!

**Action Swisscom: évolution du cours**  
 Octobre 1998 – décembre 2004



**Action Swisscom: volume des échanges en 2004**  
 Moyenne journalière en millions de CHF  
 Source: Bloomberg



# Les collaborateurs – l'une des clés de la réussite

**A fin 2004, Swisscom employait 15 477 collaborateurs (plein temps). L'entreprise offre d'excellentes conditions d'engagement et de travail et accorde une grande importance au développement de son personnel. Toutefois, en raison de la pression constante sur les coûts, elle s'est de nouveau vue contrainte de supprimer des emplois en 2004. Les collaborateurs concernés bénéficient d'un plan social très complet.**

Fin 2004, Swisscom comptait 15 477 postes à plein temps, soit 602 de moins qu'une année auparavant. La suppression d'emplois est la conséquence de la morosité du marché, qui se traduit en particulier par un recul dans le segment de la clientèle commerciale. L'occupation de postes vacants par des candidats internes étant fortement encouragée, quelque 135 collaborateurs touchés par les mesures de restructuration ont pu trouver un nouvel emploi au sein même de l'entreprise.

Toujours à fin 2004, le nombre de collaborateurs retraités s'élevait à plus de 9800 personnes, dont 7300 font partie d'organisations régionales soutenues par Swisscom sur les plans organisationnel et financier.

## **Un employeur attrayant – des collaborateurs satisfaits**

Au printemps 2005, Swisscom entamera avec ses partenaires sociaux des négociations sur la révision de sa convention collective de travail (CCT) – qui régit les rapports de travail de quelque 13 500 personnes – et sur le plan social applicable à partir de 2006. Swisscom prône depuis toujours un partenariat social franc et constructif.

Selon Swisscom, un système de rémunération axé sur les prestations, un travail intéressant, des possibilités de formation et de développement attrayantes ainsi que des modèles de travail novateurs sont des facteurs de motivation essentiels. La rémunération des collaborateurs inclut, outre un salaire fixe, une part variable liée au résultat, des avantages sociaux (fringe benefits) et des allocations. Les comparaisons effectuées en 2004 montrent que les salaires de Swisscom, toutes fonctions confondues, sont légèrement supérieurs à la moyenne du marché. Des programmes de participation au capital social sont également proposés au personnel.

Les enquêtes menées dans les sociétés du groupe font état d'une satisfaction générale élevée quant à la place et à l'environnement de travail. Swisscom relève toutefois un potentiel d'amélioration en ce qui concerne la collaboration entre les sociétés du groupe ainsi que la confiance en soi et en la qualité de ses prestations. La motivation des collaborateurs et leur attachement à l'entreprise peuvent quant à eux se mesurer à l'aune de l'intérêt suscité par les premiers Swisscom Games de l'histoire du groupe, une grande manifestation sportive qui aura lieu en juin 2005: plus de 5000 collaborateurs s'y sont inscrits. Swisscom entend promouvoir ainsi aussi bien l'esprit d'équipe que la santé de ses collaborateurs.

### **Swisscom cherche des talents ...**

Malgré la situation tendue sur le marché du travail et le recul des emplois, Swisscom a engagé près de 1250 personnes en 2004. L'entreprise accorde également une grande importance à la promotion de la relève. Le monde du travail évolue toujours plus rapidement. Les profils professionnels changent, certains métiers se meurent, d'autres voient le jour. Il ne suffit donc plus de former des spécialistes dont les activités se cantonnent à un seul domaine, mais il faut aussi inculquer des compétences sociales et méthodologiques, dont l'importance va croissant. C'est pourquoi Swisscom, grâce à un système de formation souple, met l'accent sur le développement individuel des apprenants, encourageant leur sens des responsabilités et leur autonomie. Les jeunes travaillent donc sur des projets pratiques, qu'ils choisissent en fonction de leurs aptitudes, de leur ambition personnelle et de l'offre de l'entreprise.

Mis à l'épreuve avec succès au cours des années précédentes, le nouveau modèle de formation est entré en vigueur avec les formations qui ont débuté en 2004. Il sera progressivement étendu à tous les groupes de métiers, dans toute la Suisse. Le nombre d'apprenants – répartis dans six professions: gestionnaire de vente, électronicien, informaticien, télématicien et employé de commerce – a augmenté pour atteindre le chiffre de 903.

En 2004, les apprenants ayant achevé avec succès leur formation de base auprès de Swisscom étaient au nombre de 237, dont un tiers environ a trouvé un emploi fixe dans l'entreprise. De plus, Swisscom a de nouveau proposé un «emploi-relais» à tous ceux qui n'avaient encore ni place de travail ni autre solution à la fin de leur formation. La demande de places de formation reste élevée: en 2004, Swisscom a engagé quelque 250 nouveaux apprenants. Les personnes en formation représentent environ 6% de l'effectif total de l'entreprise.

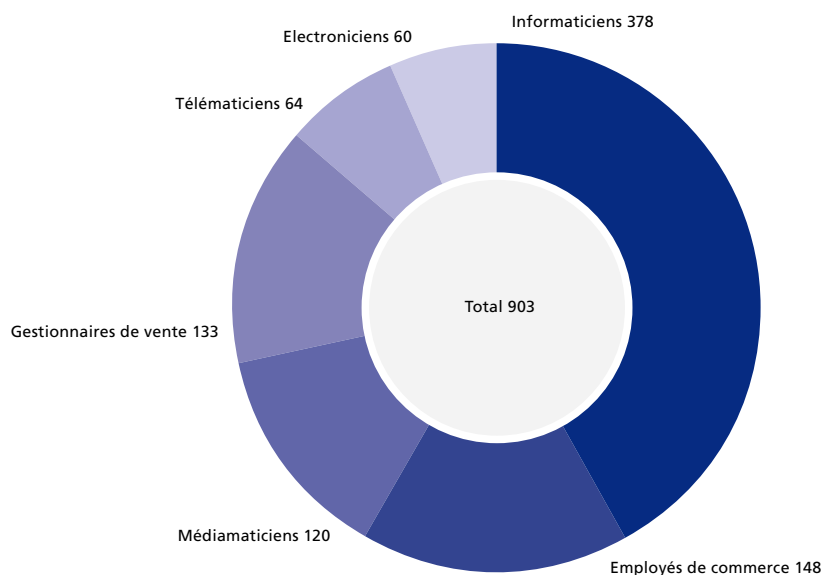
Swisscom a par ailleurs poursuivi sa politique intensive de contacts personnels avec les étudiants et futurs diplômés des hautes écoles. Elle parraine par exemple les promotions d'étudiants de l'Université de St-Gall et a mis sur pied un «trainee program» de douze mois, qui permet chaque année à une douzaine de jeunes universitaires de mettre le pied à l'étrier. Le but de ces différentes activités est de séduire les plus talentueux pour qu'ils fassent carrière chez Swisscom.

### **... et développe les compétences de ses collaborateurs**

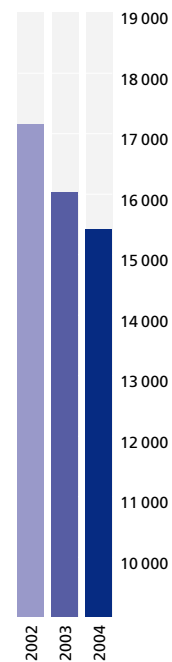
Swisscom a notamment poursuivi son programme baptisé Advanced Leadership Training (SALT), destiné aux jeunes cadres ayant déjà fait la preuve de leurs capacités et présentant encore un fort potentiel. Ce programme permet à ces futurs dirigeants de développer leurs qualités et de se faire connaître dans l'entreprise.

De plus, Swisscom s'est dotée en 2004 d'un outil spécial permettant d'assurer le développement ciblé et permanent du top management. Cet outil ouvre de nouvelles perspectives aux cadres supérieurs, les encourageant à agir de manière innovante, avec une orientation marquée vers les résultats, et en assumant pleinement leurs importantes responsabilités de conduite. Il favorise en outre la collaboration transsectorielle.

### Nombre d'apprentis



### Collaborateurs de Swisscom En équivalents plein temps



Structure du personnel de Swisscom	2004
Nombre de collaborateurs (équiv. plein temps)	15 477
Pourcentage de femmes	33,8 %
Pourcentage de femmes parmi les cadres	11,2 %
Nombre d'apprentis	903

Absences dues à des accidents et maladies en 2004	Nombre
Nombre d'accidents du travail	164
Jours d'absence pour cause d'accidents du travail	2 124
Jours d'absence pour cause d'accidents du travail par FTE	0,138
Nombre d'accidents non professionnels	1 867
Jours d'absence pour cause d'accidents non professionnels	27 124
Jours d'absence pour cause d'accidents non professionnels par FTE	1,759
Jours d'absence pour cause de maladie	113 244
Jours d'absence pour cause de maladie par FTE	7,342

### Fiable – même dans les situations difficiles

Swisscom dispose de son propre service social. Présent sur treize sites, il est à la disposition de tous les collaborateurs du groupe en Suisse. Ses offres axées sur la prévention et le conseil visent à augmenter le bien-être et, partant, les performances des collaborateurs, aussi bien à leur place de travail que dans leur vie privée. Le service social s'occupe également des demandes adressées au fonds pour les cas de rigueur (plan social) ou à celui de la fondation sovis, créée par Swisscom. La fondation sovis fournit des prestations aux collaborateurs et soutient des projets sociaux en faveur du personnel.

Tous les collaborateurs touchés par les suppressions d'emplois ont droit aux prestations d'un plan social très complet. Depuis 1998, Swisscom a investi près de CHF 3 milliards dans ce plan social, qui repose sur les trois piliers ci-après.

- PersPec, une filiale de Swisscom, aide les personnes qui ont perdu leur emploi à la suite d'une réduction des effectifs à se réorienter professionnellement. Cette aide est assurée pendant une période de 12 à 18 mois, durant laquelle Swisscom verse leur plein salaire aux personnes concernées. Sur les quelque 2900 collaborateurs qui ont bénéficié de ce programme à ce jour, environ 85% ont pu se forger un nouvel avenir. PersPec offre également ses services à des tiers.
- Worklink fournit quant à elle ses prestations aux collaborateurs d'un certain âge qui remplissent des conditions déterminées, leur assurant un emploi temporaire jusqu'à l'âge de 60 ans. Ils prennent ensuite une retraite anticipée.
- Co-Motion est un programme d'aide à la création d'entreprises destiné aux collaborateurs dont l'emploi a été supprimé et qui sont intéressés par le statut d'indépendant. Depuis 1999, quelque 348 nouveaux entrepreneurs en ont bénéficié.

Par ailleurs, avant qu'une suppression d'emplois ne soit effective, les collaborateurs et les cadres peuvent profiter des services du Swisscom Venture Fund. Ce dernier, d'une part, soutient les collaborateurs qui veulent devenir indépendants et reprennent à leur compte la fourniture de services que Swisscom ne considère plus comme faisant partie de son métier de base (rachat par les cadres ou jeune pousse). D'autre part, il conseille les cadres qui, à la faveur d'une restructuration, souhaitent identifier quelles affaires ou activités conviendraient à une externalisation ou à un rachat par les cadres. Depuis sa création en 1998, le Swisscom Venture Fund a accompagné la mise sur pied de 17 entreprises.

### **Caisse de pensions comPlan**

comPlan, la caisse de pensions de Swisscom, affichait fin 2003 un taux de couverture de 96,9%. Elle a donc décidé de continuer à prélever en 2004 la cotisation d'assainissement de 3% introduite en été 2003, dont 1,8% est à la charge de l'employeur et 1,2% à celle des assurés actifs. Le taux d'intérêt rémunérant l'avoir de vieillesse est resté inchangé à 3,25%. Les affiliés assujettis au système de la primauté des prestations ont eu la possibilité de compléter leur avoir vieillesse, afin d'éviter une réduction de leur rente. Les rentes actuelles ne seront pas adaptées au renchérissement aussi longtemps que la cotisation d'assainissement sera perçue. A fin 2004, d'après les comptes provisoires, le taux de couverture de comPlan s'élevait à 98,9%. Le niveau des taux d'intérêt et l'augmentation de l'espérance de vie incitent la caisse à procéder à une révision de sa structure de cotisation et de prestation.

# Les fournisseurs – qualité et responsabilité avant tout

Swisscom entretient avec ses fournisseurs des relations à la fois fructueuses et durables, reposant sur une confiance réciproque. Elle mise en particulier sur des fournisseurs faisant preuve en permanence d'une grande capacité d'innovation et d'une disponibilité élevée.

Swisscom a adopté une politique d'achats uniforme valable pour tout le groupe. Cette approche est garante de clarté pour les fournisseurs lors des procédures d'appel d'offres et de soumission et leur donne l'assurance que les différentes sociétés du groupe assument leur part de responsabilité et remplissent leurs obligations. Swisscom travaille actuellement avec plus de 5000 fournisseurs. En 2004, le montant total de ses achats se chiffrait à CHF 4,8 milliards, dont l'essentiel est revenu à un nombre relativement restreint de grands fournisseurs d'équipements des réseaux fixe et mobile, de logiciels et de terminaux. Swisscom travaille si possible avec des partenaires suisses.

## Attentes

Les sociétés du groupe Swisscom sont certifiées ISO 9001 et, si leur impact sur l'environnement le justifie, ISO 14001. Swisscom tient à assumer ses responsabilités d'entreprise à tous les niveaux de ses opérations. C'est pourquoi elle impose également à ses fournisseurs les valeurs et les principes qu'elle a faits siens. Elle attend d'eux en particulier qu'ils respectent toutes les dispositions légales en vigueur en matière sociale et environnementale et qu'ils se comportent de manière exemplaire dans ces deux domaines. De ce fait, elle se refuse à collaborer avec des entreprises qui violent les droits de l'homme ou ne se sentent pas concernées par la protection de l'environnement.

Swisscom procède donc tous les deux ou trois ans à une évaluation de ses principaux fournisseurs axée sur leur comportement social et écologique (pour en savoir plus à ce sujet, voir ci-après le chapitre correspondant, page 66 ss).



66	<b>Une entreprise axée sur le développement durable</b>
67	Swisscom et la société
74	Swisscom et l'environnement

MARS 2005

SISIKON (UR) – 46°57'00"N 8°41'60"E

LUNDI

15 Aujourd'hui, on est allé sur Internet pour la première fois. Notre maîtresse, Madame Bernasconi, nous a montré son village d'origine au Tessin. C'est rigolo car on était en vacances là-bas avec mes parents, l'année dernière. La Maggia est une rivière sauvage! Internet ressemble à la fenêtre que nous avons dans notre cuisine. Une fenêtre qui ouvre sur le monde. Il manque juste les montagnes.

MARDI

16 Le dessin est ma branche préférée. J'ai dessiné tous mes camarades de classe. Mais quand je serai grande, je serai prof de sport. Parce que mon grand frère est graphiste et, des fois, il doit travailler le week-end.

MERCREDI

17 Aujourd'hui, nous avons eu la natation. Je suis déjà comme une vraie sirène! Bientôt, je n'aurai plus besoin de bouée! Pas mon petit frère. Lui, il est beaucoup moins rapide que moi. Je me réjouis de mes prochaines vacances au Tessin.

JEUDI

18 Cet après-midi, nous avons lu les Contes de la vallée des Moumine. Nini habite chez les Moumine. Et au début de l'histoire, elle est invisible. Est-ce qu'on pourra aussi être invisibles un jour? J'adore les histoires comme ça.

VENDREDI

19 Tante Eve est en visite chez nous. Elle vit à Vancouver. Elle m'a offert une boîte de peinture avec plein de couleurs géniales. Je lui ai fait un dessin. Elle m'a promis de m'envoyer un e-mail du Canada. C'est cool.

Andrea Bieri  
découvre le vaste monde





# Une entreprise axée sur le développement durable

**Swisscom assume pleinement ses responsabilités vis-à-vis de la société. Au-delà de sa réussite économique, elle accorde également une grande importance à la fourniture de prestations écologiques et sociales, qui lui permettent d'avancer sur la voie du développement durable.**

Au sein de Group Headquarters, une équipe s'occupe de la responsabilité d'entreprise. Elle détecte les éventuelles lacunes en la matière et veille à ce qu'elles soient comblées. Les enseignements qu'elle tire de ses activités sont ensuite utilisés pour optimiser la gestion des risques et la réputation de l'entreprise. Eu égard à l'engagement de Swisscom en faveur d'une gestion durable, le titre de la société a trouvé place dans sept indices spécialisés, dont le fameux Dow Jones Sustainability Index, et plus de vingt fonds de développement durable. A l'avenir, l'entreprise entend intégrer aussi les aspects sociaux de sa gestion dans un processus d'amélioration continue selon la norme ISO 14001, comme elle l'a déjà fait pour l'environnement.

## **Diversité des attentes du public**

En sa qualité de leader du marché suisse des télécommunications et de concessionnaire du service universel, Swisscom occupe une position particulière en Suisse. La population attend de sa part un engagement qui dépasse le cadre purement économique. Swisscom s'est toujours largement investie en faveur du public, que ce soit dans les secteurs du sponsoring et du mécénat d'entreprise ou dans le cadre d'initiatives ponctuelles telles que «Internet à l'école». Elle observe attentivement les attentes et l'évolution de la société et a créé une plateforme à cet effet. Enfin, Swisscom est consciente de servir de modèle en matière de sécurité, de protection de l'environnement et d'éthique.

Swisscom mène une politique efficace de gestion de l'énergie et apporte son soutien à des organisations environnementales externes. Les objectifs de sa stratégie environnementale 2004 ont été majoritairement atteints, certains même nettement dépassés. La gestion de l'environnement permet de réaliser des économies, de limiter les risques et de garantir la conformité avec la législation. Et au-delà de ces motivations essentiellement économiques, la préservation de l'environnement présente un intérêt vital pour toutes les parties prenantes. Ignorer les aspects liés à la protection de l'environnement irait donc à l'encontre des principes de la responsabilité d'entreprise. Désireuse d'inscrire son engagement dans le cadre d'une action concertée, Swisscom est membre de plusieurs organisations et associations professionnelles qui ont pour objectif d'appliquer une politique de gestion durable, respectueuse de l'environnement:

- ETNO (European Telecommunications Network Operators), Working Group Sustainability avec signature de la Sustainability Charter
- ASIEGE (Association suisse pour l'intégration de l'écologie dans la gestion d'entreprises)
- Transparency International Suisse
- UIT (Union internationale des télécommunications): sommet mondial sur la société de l'information (SMSI)
- AenEC (Agence de l'énergie pour l'économie): convention d'objectifs visant à réduire les émissions de CO<sub>2</sub> et à améliorer l'efficacité énergétique

Swisscom soutient les principes éthiques du Code suisse de déontologie et établit ses rapports selon les recommandations de la Global Reporting Initiative (GRI). Les codes de conduite de Transparency International Suisse visant à combattre et à endiguer la corruption sont pris en compte dans les contrats de travail de Swisscom et intégrés dans un code de déontologie à orientation financière.

Swisscom privilégie un dialogue à plusieurs niveaux avec ses interlocuteurs. La responsabilité générale en incombe à Group Communications, une fonction d'état-major du CEO. L'une des particularités de l'entreprise réside dans le fait que sa clientèle constitue un échantillon représentatif de la population. En d'autres termes, le grand public et les clients de Swisscom peuvent être considérés comme des interlocuteurs pratiquement identiques. La gestion du groupe repose sur certaines valeurs, notamment les quatre valeurs de marque que sont le respect, la fiabilité, l'enracinement et le cosmopolitisme. Swisscom a concrétisé ces valeurs en collaboration avec des groupes de clients et les a intégrées à ses activités commerciales.

Swisscom utilise ce système de valeurs pour renforcer la cohésion du groupe et conserver son positionnement unique. L'entreprise tient compte de la diversité culturelle de la société en s'efforçant de reproduire cette même hétérogénéité au sein de ses collaborateurs. Tel est précisément l'un des objectifs du projet «Diversity à Swisscom», en plus de l'augmentation du nombre de femmes parmi les collaborateurs.

Swisscom est en contact permanent avec tous ses interlocuteurs privilégiés pour leur fournir les informations dont ils ont besoin et prendre leur pouls. Elle peut ainsi suivre l'évolution de l'image de l'entreprise et détecter suffisamment tôt les tendances de la société. A cette fin, Swisscom a créé la plateforme Swisscommunity. Des personnalités des milieux scientifique, économique, politique et culturel font part de leur conception du rôle de Swisscom en Suisse à l'occasion de rencontres organisées régulièrement avec le top management de l'entreprise, qui bénéficie ainsi d'un point de vue extérieur et de visions d'avenir. Si des lacunes sont mises au jour, des projets concrets sont lancés afin de les combler. A ce jour, cette plateforme a donné naissance à trois projets.

### Service universel

Swisscom Fixnet est chargée d'assurer le service universel sur tout le territoire suisse jusqu'à fin 2007. Bien qu'elle ne couvre pas ses coûts, Swisscom Fixnet ne demande aucune subvention. Pour les seuls services destinés aux malentendants et aux malvoyants, Swisscom dépense chaque année un montant non indemnisé d'environ CHF 3 millions. Les services supplémentaires tels que la déviation d'appels, les renseignements relatifs aux appels indésirables, l'extrait et le relevé de taxes, la suppression de l'identification et le blocage des communications sortantes relèvent du service universel.

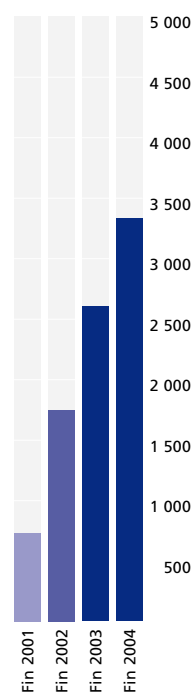
Le service universel en chiffres	2004
Nombre de raccordements au réseau fixe*	3,9 mio
Nombre de minutes de communication (trafic national Swisscom Fixnet)	8,2 mia
Nombre de liaisons Internet commutées (connexions aux fournisseurs de service)	300 mio
Nombre de cabines téléphoniques publiques	8 500
Temps de réaction moyen du service des renseignements	7,9 sec
Nombre d'appels aux services d'urgence (numéros 112, 117, 118, 143, 144, 147)	3 mio
Nombre d'appels au service pour malvoyants	400 000
Nombre d'appels au service pour malentendants	85 000

\* 76,4% analogiques et 23,6% numériques

Internet à l'école	2004
Nombre d'écoles connectées*	3 403
Nombre de classes*	37 510
Nombre d'élèves*	659 250
Nombre d'ordinateurs PC*	63 437
Nombre d'ordinateurs MAC*	25 416
Investissement annuel, en CHF	40 719 780
Investissement initial, en CHF	4 507 970

\* Etat en décembre 2004

Internet à l'école  
Nombre d'écoles connectées



### Investissements dans les moyens de communication de demain

D'après les résultats d'un sondage auprès de la population, les clients de Swisscom souhaitent que l'opérateur les décharge de tout problème en matière de télécommunications. Les nouveaux produits et services doivent avant toute chose être simples d'utilisation. L'originalité et l'effet de nouveauté sont des aspects secondaires aux yeux des sondés. Dans le cadre d'un projet portant sur les habitudes des utilisateurs, mis en œuvre par Swisscom Innovations en collaboration avec une classe gymnasiale de Berne, les élèves eux-mêmes ont évalué les produits et services de télécommunication en se basant sur le critère de l'utilité et non de la nouveauté.

Parce que de nombreux clients jugent la communication mobile très compliquée, Swisscom Mobile va lancer en 2005 plusieurs produits et services visant à simplifier l'accès à la téléphonie mobile. Swisscom Innovations a élargi ses connaissances techniques et scientifiques et s'est dotée de compétences en psychologie. Les télécommunications doivent ainsi s'affirmer comme un vecteur d'information et de connaissance pour tous. Le «Speech enabled Web» (accès au web avec système vocal), qui permet aux malvoyants d'accéder à l'Internet, en est un exemple parmi d'autres. Swisscom soutient la Fondation suisse pour une technologie adaptée aux handicapés (accès pour tous) qui s'efforce notamment de promouvoir un «Internet sans barrière». Depuis l'été 2004, le site de Swisscom ([www.swisscom.com](http://www.swisscom.com)) est accessible aux malvoyants.

En 2004, Swisscom Innovations a étudié les besoins des utilisateurs ainsi que les possibilités d'application des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans le secteur de la santé. Un prototype de télésurveillance par téléphone mobile de la concentration en oxygène, du pouls ou encore de la prise de médicaments a ainsi été mis au point. A l'avenir, les services de télémédecine complèteront, voire remplaceront partiellement, les procédures médicales traditionnelles appliquées aux traitements ambulatoires et stationnaires. Les patients bénéficieront ainsi d'un suivi encore plus complet.

### Comblent le fossé numérique

Le succès rencontré en Suisse par l'initiative «Internet à l'école» a incité Swisscom à réaliser un projet similaire au Mali. Ainsi, grâce à un partenariat entre l'UIT/SMSI (sommet mondial sur la société de l'information), Swisscom et le Mali, deux écoles de ce pays ont pu être reliées à l'Internet. Les deux établissements, l'un situé à Tombouctou, l'autre à Mopti, ont été équipés de PC et d'un accès par satellite. La formation des enseignants est assurée en Suisse, avec le soutien de Swisscom. Quelque 1300 élèves et 80 enseignants peuvent désormais utiliser l'Internet comme source d'information et moyen de communication. Swisscom a investi près de CHF 0,5 million et 130 jours de travail dans ce projet. Le gouvernement malien et les communes concernées en assurent le financement à long terme.

Par ailleurs, en soutenant l'Institut suisse jeunesse et média, Swisscom entend développer les compétences des enfants et des jeunes en matière de nouveaux média.

Enfin, Swisscom soutient la fondation «La science appelle les jeunes». Des semaines d'étude sur l'homme, la technique et l'environnement ont été organisées en collaboration avec Swisscom Innovations.

### **Responsabilité du fait des produits et des services...**

L'infrastructure de réseau, qui se compose des réseaux fixe et mobile, requiert une planification à long terme et des investissements importants et ce, bien avant que les terminaux correspondants soient technologiquement au point et disponibles sur le marché.

Les dispositions légales – en commençant par les principes inscrits dans la loi sur la protection de l'environnement (LPE) jusqu'aux ordonnances d'application les plus détaillées – constituent la base de la construction et de l'exploitation sûres des réseaux de télécommunication. En vertu du principe de précaution ancré dans la LPE, la Suisse connaît pour les installations de téléphonie mobile des valeurs limites dix fois plus sévères que celles de l'Union européenne. Ces valeurs sont fixées dans l'Ordonnance sur la protection contre le rayonnement non ionisant (ORNI) et s'appliquent à l'extension maximale des installations. Des prescriptions très sévères et un appareil législatif très complet, assorti de mécanismes de contrôle stricts, font de la réglementation suisse l'une des plus sûres au monde.

Le service Communication mobile et environnement de Swisscom Mobile se tient à disposition pour toute question sur le thème de la communication mobile. Le Forum Mobil ([www.forummobil.ch](http://www.forummobil.ch)), une association d'entreprises du secteur de la communication mobile, fournit aussi des informations utiles. Enfin, l'organe de médiation «Communication mobile et environnement» existe depuis l'automne 2003. Il est à la disposition de tout un chacun en Suisse, à titre gracieux.

### **...et des terminaux**

Dans le débat sur les ondes de la communication mobile, une question revient sans cesse: celle du rayonnement électromagnétique des terminaux (téléphones mobiles, téléphones sans fil DECT, etc.). Ce phénomène est mesuré au moyen d'une grandeur physique, le taux d'absorption spécifique (TAS) exprimé en watt par kilogramme, qui rend compte de l'échauffement des tissus corporels provoqué par le rayonnement électromagnétique. Les recommandations internationales fixent la valeur limite du TAS à 2,0 W/kg. Cette limite s'applique à tous les appareils du commerce et préserve les divers groupes d'utilisateurs de toute atteinte à leur santé. Les valeurs TAS mesurées pour tous les appareils actuels se trouvent sur le site web de Swisscom Mobile.

Les téléphones mobiles UMTS (communication mobile de la troisième génération) fonctionnent avec des puissances moindres que les terminaux GSM. La communication est établie à très faible puissance, celle-ci étant ensuite ajustée jusqu'à obtention de la qualité de transmission désirée.

Les téléphones sans fil DECT ont, en raison de leur portée limitée, une puissance d'émission encore plus faible que celle des téléphones mobiles. Toutefois, certains utilisateurs s'inquiètent du fait que la station de base DECT doit être en contact radio permanent avec le combiné qui en dépend. Au premier semestre 2005, Swisscom Fixnet commercialisera des téléphones sans fil à faible rayonnement (cinq à six modèles). La station de base de ces appareils cessera d'émettre lorsqu'aucune communication n'est établie.

### **Protection des données et de la sphère privée**

La responsabilité de Swisscom du fait des produits est étroitement liée à la protection des données et de la personnalité des clients, notamment dans tous les secteurs où des données sont traitées en vue de la facturation et de l'identification des clients. La confidentialité et l'intégrité du contenu des communications ainsi que les données personnelles des clients sont protégées par des moyens tels que la sécurité des bâtiments, la surveillance des entrées et la gestion des droits d'accès aux applications et systèmes. Les collaborateurs et les fournisseurs sont tenus contractuellement de traiter de manière confidentielle toutes les informations auxquelles ils pourraient avoir accès dans l'exercice de leur activité professionnelle.

Pour les services sensibles tels que les services géolocalisés (location based services, LBS) dépendant de la position de l'utilisateur, les exigences de protection des données revêtent une importance particulière. La conception des LBS ainsi que les services qui en découlent ont été discutés en détail avec des représentants du Préposé fédéral à la protection des données. La localisation sur le réseau NATEL® est totalement anonyme, de sorte que les fournisseurs de contenu savent qu'un client NATEL® a utilisé leurs services, mais ils ne peuvent en connaître l'identité.

### **Protection accrue contre les abus**

Depuis une année environ, Swisscom et d'autres opérateurs luttent contre les abus de fournisseurs de numéros payants 090x. Un accord, qui concerne les offres par téléphone ou par l'Internet («dialer»), a d'ailleurs été conclu contre tout abus relatif aux services à valeur ajoutée. Swisscom Fixnet propose gratuitement une protection contre les «dialers».

Swisscom Mobile a considérablement renforcé son information à la clientèle sur les appels et SMS/MMS indésirables (spams mobiles). Elle fournit des conseils sur les spams par SMS/MMS sur les numéros de services à valeur ajoutée sur son site ainsi qu'à intervalles réguliers dans son magazine client NATEL update.

De plus, l'envoi de spams est rendu commercialement inintéressant dans le cadre des contrats nationaux et internationaux. Les fournisseurs de contenu qui travaillent avec Swisscom Mobile doivent signer des contrats assortis de clauses sévères sur l'utilisation abusive des spams. Ils sont par ailleurs tenus d'exploiter une hotline que les clients peuvent contacter s'ils ne désirent plus recevoir de SMS de leur part («opt-out»). Swisscom Mobile a décidé de lutter par tous les moyens contre les responsables du spamming. Elle bloque ainsi l'accès dès qu'une intervention directe est possible.

## Economie

Swisscom soutient l'économie du pays en proposant des services de télécommunication modernes et performants et en réalisant la majorité de ses investissements en Suisse.

L'entreprise s'engage activement auprès de diverses institutions dont le rôle est de dynamiser l'économie nationale, telles que le Swiss Economic Forum à Thoune, le Symposium international de management ISC à St-Gall, ESPRIX, le Prix suisse de la qualité en Business Excellence à Lucerne, et Suisse Tourisme.

Swisscom fait également partie de groupes de travail qui s'occupent du développement écologique et social des entreprises. Elle a travaillé en particulier sur un projet de l'ASIEGE consacré aux indicateurs sociaux des entreprises.

## Culture et sport

Grâce à son activité de parrainage culturel et sportif, Swisscom contribue à élever le niveau de vie et l'attrait de la place économique suisse. Le sport et la culture communiquent la joie de vivre; la réalisation de performances exceptionnelles en compétition assurent la promotion du sport amateur – ces deux aspects contribuent, selon Swisscom, à la bonne santé de la population. Un grand nombre de manifestations culturelles, à l'image de celles encouragées par Swisscom, ne verraient pas le jour sans la présence de sponsors et de mécènes. Comme autre forme de parrainage, citons en particulier les investissements consentis dans les infrastructures et le soutien aux événements d'importance nationale.

- Dans le domaine de la culture, Swisscom parraine un très large éventail de manifestations allant de la musique classique au jazz et au blues, sans oublier le rock et la pop. Elle sponsorise par ailleurs la Rose d'Or et le Festival international du film de Locarno. Swisscom est aussi le sponsor principal du Musée de la communication. Le Centre Paul Klee à Berne a également bénéficié du soutien de Swisscom sous la forme d'une aide au démarrage. Le Centre, qui réunit quelque 4000 œuvres de Paul Klee, possède la plus importante collection au monde des œuvres représentatives des différentes périodes de création de l'artiste. Il ouvrira ses portes en été 2005.
- Dans le domaine du sport, Swisscom s'engage fortement en faveur du football ainsi que des sports de neige – ski alpin, ski nordique et, depuis la saison 2004/2005, snowboard, freestyle et télémark – chapeautés par l'association Swiss-Ski. Swisscom est par ailleurs partenaire de communication des grands événements sportifs et parraine de ce fait le hockey sur glace, l'athlétisme et l'aviron. Avec la Coupe suisse de football, rebaptisée Swisscom Cup depuis 2003, Swisscom est présente dans toute la Suisse. Lors de l'Euro 2004, Swisscom était sponsor de l'équipe nationale. Enfin, le sport handicap n'est pas oublié, puisque Swisscom soutient aussi Swiss Paralympic.

### Aide aux personnes dans le besoin

Il est parfois nécessaire de simplement apporter son aide sans toujours se poser la question de l'intérêt de l'entreprise. C'est précisément ce que fait Swisscom en soutenant la Main Tendue, la Chaîne du Bonheur et d'autres organisations.

La Main Tendue, qui répond au numéro 143, est un service d'écoute 24 heures sur 24 pour les personnes traversant des situations de vie difficiles ou préoccupées par des soucis quotidiens – indépendamment de leur âge, de leur culture et de leur confession. Le nombre d'appels a augmenté de 50% ces dix dernières années. On recense aujourd'hui plus de 200 000 appels par an. Partenaire officiel depuis 2000, Swisscom soutient la Main Tendue en lui offrant des services et des prestations en nature.

Swisscom est partenaire de la Chaîne du Bonheur, le système d'aide humanitaire et sociale des médias suisses fondé à l'initiative de SRG SSR idée suisse. La Chaîne du Bonheur travaille aujourd'hui avec quelque 30 œuvres d'entraide. Lors des journées de campagne nationale de la fondation, l'opérateur met à disposition non seulement les numéros gratuits, mais également l'ensemble de l'infrastructure de télécommunication et de l'Internet. A la suite du raz-de-marée dévastateur du 26 décembre 2004 en Asie, Swisscom a organisé une action de collecte interne, parallèlement au soutien classique, et a doublé le montant des dons de ses collaborateurs pour atteindre la somme de CHF 2,32 millions.

Grâce à la générosité des quelque 7500 collaborateurs de Swisscom Fixnet qui ont renoncé à un cadeau de fin d'année, la somme de CHF 100 000 a été versée à la Fondation Village d'enfants Pestalozzi. Des dons ont également été versés à la Fondation Terre des hommes.

## Politique et stratégie environnementales

Bien qu'elles soient indépendantes sur le plan opérationnel, les sociétés du groupe Swisscom suivent, en matière de gestion de l'environnement, une approche commune s'inscrivant dans la politique et la stratégie environnementales du groupe.

La politique et la stratégie environnementales forment un toit commun sous lequel se retrouvent toutes les sociétés du groupe. Les principaux domaines d'action en matière d'environnement sont les suivants:

### **Droit de l'environnement et risques environnementaux**

Importance: protection de l'environnement et sécurité de l'entreprise.

Objectifs atteints: respect de la législation en matière d'environnement et élimination ou diminution des risques, par exemple en supprimant les matières dangereuses au sein de Swisscom.

### **Préservation des ressources et énergies alternatives**

Importance: réduction des émissions de CO<sub>2</sub>, augmentation de l'efficacité énergétique et promotion des énergies renouvelables.

Objectifs atteints: économies d'énergie sur la consommation d'électricité, de carburant et d'huile de chauffage (en relation avec l'éco-efficacité). L'objectif consistant à promouvoir les énergies alternatives est largement atteint, grâce à l'utilisation importante du courant écologique naturemade star produit à partir du soleil, du vent et de l'eau.

### **Produits et services écologiques**

Importance: charge environnementale plus faible (consommation de matières premières et d'énergie, déchets).

Objectifs atteints: Swisscom propose des services respectueux de l'environnement.

Objectifs non atteints: les portefeuilles de produits ne comptent pas encore d'éco-produits à proprement parler.

### **Communication et marketing en matière d'environnement**

Importance: sensibilisation aux questions environnementales (tant en interne qu'en externe), élargissement des prestations environnementales au-delà des limites de l'entreprise.

Objectifs atteints: mise en place d'une communication sur l'environnement, plusieurs engagements externes convaincants en matière d'environnement, commercialisation de services en relation avec le courant écologique naturemade star.

### Organisation environnementale et système

L'organisation environnementale de Swisscom est adaptée à sa structure de groupe. Le Comité environnemental est un organe de pilotage à l'échelle du groupe. Huit sociétés du groupe Swisscom sont certifiées ISO 14001 et comprennent un responsable de l'environnement et un délégué à l'environnement. Les autres sociétés du groupe et unités d'organisation ont un interlocuteur environnemental.

Un processus environnemental uniforme bien rodé assure que toutes les exigences écologiques sont prises en compte et effectivement remplies par le biais de la fourniture de prestations environnementales reposant sur une politique et une stratégie communes. Egalement certifié, le système de gestion de la qualité (Quality Management System) de Swisscom est un auxiliaire précieux dans l'application de ce processus.

La norme ISO 14001 met l'accent sur la connaissance des aspects environnementaux de l'entreprise, laquelle résulte de l'observation des flux de matières et d'énergie ainsi que des exigences légales et sociales. Ces informations sont pour l'essentiel traitées et documentées à l'aide d'indicateurs. Il existe en outre un programme web destiné à la formation environnementale de tous les collaborateurs. Citons enfin certains indicateurs environnementaux de portée globale, tels que la consommation d'eau, qui sont mesurés par Swisscom même s'ils ne sont pas importants dans le cadre des processus de l'entreprise.

### Consommation de ressources

Swisscom ne fabrique aucun appareil et ne consomme donc aucune matière première. En revanche, l'entreprise utilise des biens de consommation (papier, eau, etc.) et des matériaux (matériaux de construction, électronique, câbles, etc.) pour entretenir et développer ses réseaux fixe et mobile. Elle a également besoin de terrains pour ses immeubles et ses parkings et exerce, de ce fait, un impact sur le paysage. Pour l'essentiel, l'entreprise a des besoins importants en énergie sous forme d'électricité, de combustibles et de carburants.

La part de l'énergie électrique, qui représente environ les trois-quarts de l'énergie consommée par Swisscom, est en augmentation. Les combustibles (huile de chauffage, gaz naturel, chauffage à distance) arrivent en deuxième position, suivis des carburants (essence, diesel). Au cours des cinq dernières années, l'entreprise a légèrement diminué sa consommation d'énergie totale, qui se monte à 1805 térajoules, soit 502 gigawatts/heure.

Swisscom a testé plusieurs scénarios énergétiques jusqu'en 2010. Sur la base du scénario le plus probable, elle a négocié des objectifs avec l'AenEC (Agence de l'énergie pour l'économie), s'engageant à améliorer son efficacité énergétique pour la consommation d'énergie de 17% et à réduire ses émissions de CO<sub>2</sub> de 17%, les deux d'ici à 2010 (année de référence 2002).

### **Electricité**

La consommation d'électricité de Swisscom est restée relativement stable ces dernières années. En 2004, elle était de 1366 térajoules, soit 380 GWh. Des économies massives réalisées dans certains secteurs ont été annulées par une consommation accrue dans d'autres secteurs en croissance comme le réseau mobile et la radiodiffusion.

L'électricité est utilisée en majorité pour l'exploitation du réseau fixe ainsi que pour la climatisation et la ventilation. Swisscom a nettement réduit sa consommation d'énergie dans ces domaines, par exemple en rationalisant son infrastructure de réseau, en remplaçant les anciens appareils et en diminuant la climatisation. Ces prochaines années, il sera ainsi possible d'économiser plusieurs millions de francs par an sur les dépenses d'énergie. Les ajustements demandent du temps. Ils seront effectués durant les périodes où la charge de travail est moindre.

### **Courant écologique naturemade star**

Swisscom acquerra en 2005 environ 13,2 millions de kWh de courant écologique naturemade star, dont 11,7 millions de kWh provenant de centrales hydroélectriques, 900 000 kWh d'une centrale éolienne du Mont-Crosin et 600 000 kWh de plusieurs installations solaires. L'entreprise est ainsi la plus grosse consommatrice d'énergie solaire et éolienne en Suisse. En optant pour le courant écologique, elle entend promouvoir les énergies renouvelables et contribuer au développement écologique de l'énergie hydraulique, ce qui a un impact positif sur le paysage et la biodiversité. Les économies d'électricité réalisées par Swisscom couvrent largement les frais supplémentaires occasionnés par le courant écologique.

### **Combustibles (huile de chauffage, gaz naturel, chauffage à distance)**

Ces dernières années, Swisscom a progressivement diminué sa consommation de combustibles, en particulier d'huile de chauffage. L'utilisation du gaz naturel et notamment du chauffage à distance comme combustible est préférable à l'huile de chauffage en termes d'émissions de CO<sub>2</sub>. Swisscom a récemment conclu un contrat avec les services d'électricité zurichois portant sur la récupération d'énergie résiduelle de son bâtiment de Zurich-Binz. Cette énergie servira à chauffer deux nouveaux lotissements. Chaque année, 300 000 litres d'huile de chauffage seront ainsi économisés.

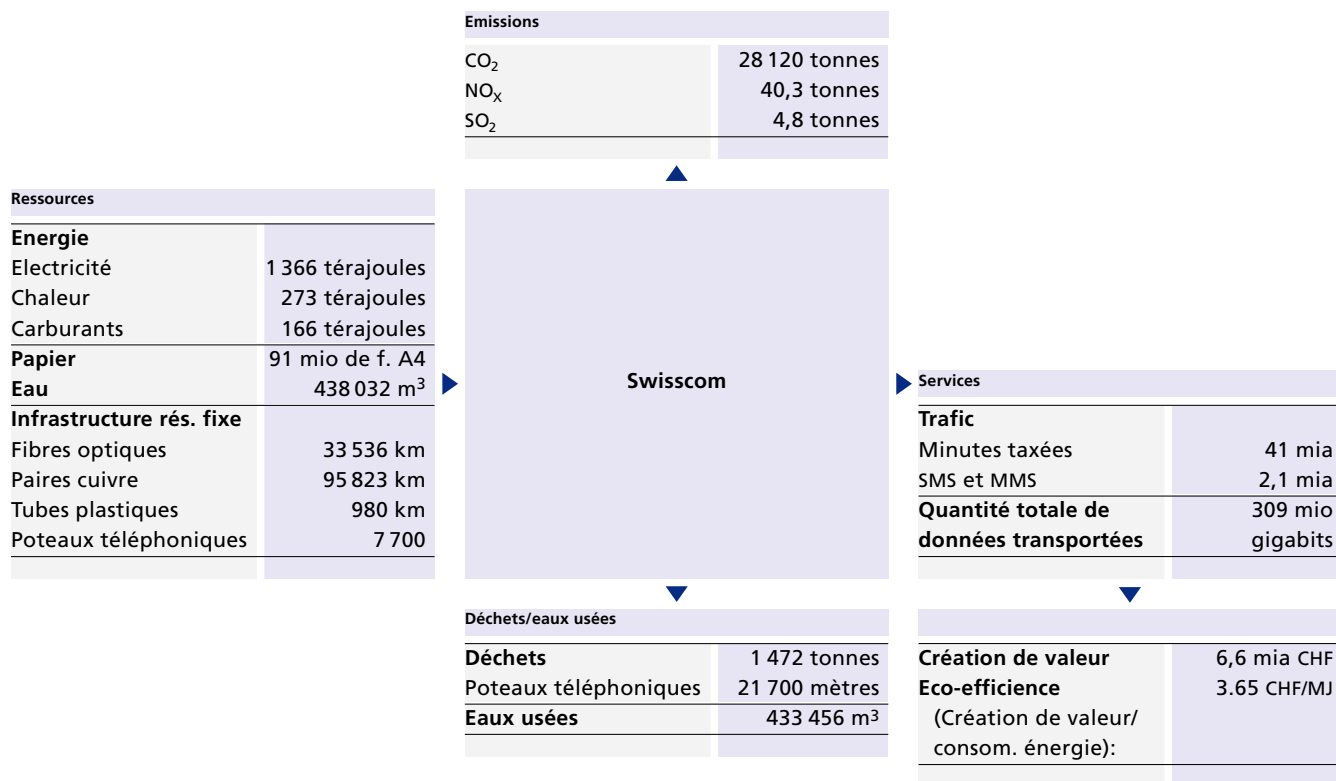
### **Carburants (essence, diesel)**

En 2004, Swisscom a continué de réduire sa consommation de carburant, notamment en développant et en élargissant le projet de carburant «bio», à savoir un mélange d'essence et de bioéthanol (5%). Elle utilise par ailleurs plusieurs véhicules pilotes avec des propulsions alternatives (à accumulateurs, hybrides et au gaz naturel). Enfin, de nouveaux véhicules diesel équipés de filtres à particules ont remplacé d'anciens véhicules à essence.

### **Ressources pour l'infrastructure de réseau**

Swisscom ne cesse d'étendre ses réseaux et a besoin, pour ce faire, de ressources pour les applications techniques. Il s'agit le plus souvent d'investissements à long terme, analogues à des investissements immobiliers. Ainsi, en 2004, Swisscom a utilisé 33 536 km de fibres optiques, 95 823 km de lignes de cuivre et 7700 poteaux téléphoniques pour étendre et renouveler son réseau fixe.

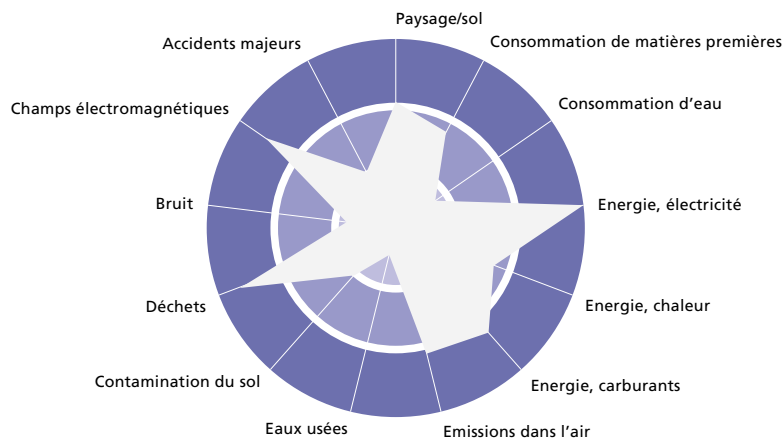
**Schéma des entrées et des sorties incluant**  
les principaux indicateurs environnementaux pour 2004



• Calculé comme suit: minutes taxées Fixnet [64 kbit/s] + minutes taxées Mobile [13,6 kbit/s] + ADSL

**Aspects environnementaux**

Compte tenu à la fois des indicateurs environnementaux et des exigences légales et sociales auxquelles Swisscom est soumise, il est possible de représenter graphiquement l'importance que revêtent les divers aspects environnementaux au sein du groupe.



### **Papier**

Chez Swisscom Fixnet, plus de deux millions de clients reçoivent désormais une facture tous les deux mois seulement, ce qui représente une économie annuelle de 60 millions de feuilles de papier, soit environ 1000 arbres. Swisscom soutient également les projets de protection des forêts de trois communes de Suisse centrale, à hauteur de CHF 36 000. A titre de comparaison, la consommation totale de papier dans les bureaux de Swisscom s'élève à 91 millions de feuilles (A4) par an.

### **Eau**

N'étant utilisée chez Swisscom qu'à des fins sanitaires, l'eau n'est polluée par aucun processus d'exploitation industriel. Cependant, l'entreprise maintient certaines mesures visant à réduire au minimum la consommation d'eau potable, par exemple en utilisant l'eau de pluie pour les WC et l'arrosage des plantes et en ayant équipé quelque 130 bâtiments d'économiseurs d'eau (AquaClic). Ces derniers permettent aussi une économie d'énergie résultant de la baisse de la consommation d'eau chaude. En 2004, la consommation d'eau potable était de 433 456 m<sup>3</sup>, soit 5,5% de moins que l'année précédente.

Pour réduire le volume des eaux usées, l'eau de pluie est, dans la mesure du possible, réintroduite dans le cycle naturel de l'eau.

### **Paysages, sols**

Swisscom s'efforce de créer et de préserver des environnements naturels qui privilégient le bien-être de ses collaborateurs et des riverains. Déjà quatre de ses sites se sont vu décerner le titre de «Parc naturel de l'économie suisse», le dernier en date étant celui de Zurich-Binz.

Sur demande de l'organisation de protection de l'environnement Pro Riet Rheintal, Swisscom a enterré ses lignes aériennes dans le sol de la réserve naturelle Bannriet (Altstätten SG) à des fins de protection du paysage et des oiseaux.

Occupation des surfaces: la totalité des surfaces de bureaux et des surfaces techniques (surfaces nettes) s'élevait en 2004 à 1,5 million de m<sup>2</sup>, soit un recul de 12% par rapport à l'année précédente. Les stations de base de la téléphonie mobile hors bâtiments ont nécessité 18 000 m<sup>2</sup>.

## Emissions et déchets

### Emissions atmosphériques (gaz)

Les émissions de CO<sub>2</sub> chez Swisscom proviennent à 60% de combustibles (huile de chauffage, gaz naturel) et à 40% de carburants (essence, diesel). Leur diminution est proportionnelle aux quantités de combustibles et de carburants économisées, lesquelles ont pu être légèrement abaissées encore en 2004.

Les polluants atmosphériques NO<sub>x</sub> et SO<sub>2</sub> proviennent de sources diverses: le NO<sub>x</sub> est généré surtout par les gaz d'échappement des véhicules à moteur tandis que le SO<sub>2</sub> provient de l'huile de chauffage. Ici aussi, une réduction a été possible.

### Emissions sonores

Immatérielles, les émissions sonores ne polluent pas mais constituent tout de même une gêne pour les personnes et les animaux. Chez Swisscom, le parc de véhicules est la seule source d'émissions sonores. Le nombre de kilomètres parcourus et donc les émissions sonores ont diminué par rapport à l'année précédente.

### Emissions de rayonnement non ionisant

Comme les émissions sonores, les émissions électromagnétiques sont de nature immatérielle. En l'état actuel des connaissances, les signaux radio non ionisants ne posent pas de problème pour l'environnement. Les valeurs limites imposées par la réglementation se fondent sur les effets thermiques (énergie calorifique), en prenant également en compte le principe de précaution.

Swisscom exploite un réseau de communication mobile GSM et UMTS ainsi qu'un réseau WLAN (Public Wireless Local Area Network). Eu égard à sa portée limitée (300 mètres), le réseau WLAN n'émet que de faibles rayonnements. Les puissances émises par les stations de base de la téléphonie mobile sont le plus souvent sensiblement inférieures aux puissances maximales autorisées. Ainsi, la puissance d'émission moyenne journalière est inférieure de 30% à la puissance autorisée.

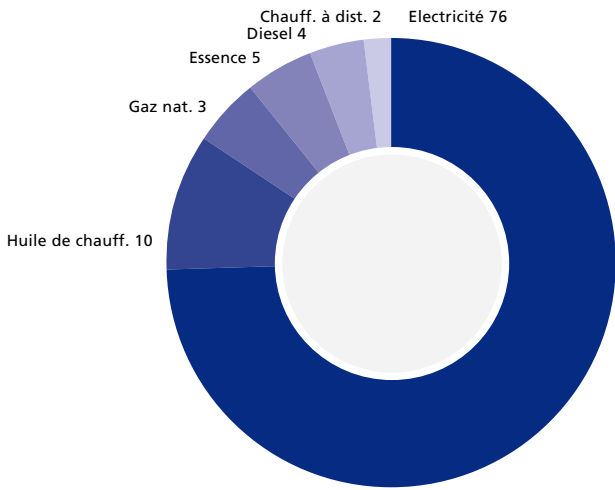
### Déchets

La majeure partie des déchets de Swisscom continue d'être proposée dans une bourse aux déchets électronique ([www.abfallboerse.ch](http://www.abfallboerse.ch)) comme produit ordinaire. Des entreprises spécialisées – dûment autorisées et contrôlées – peuvent alors faire des offres d'élimination et, après adjudication, procéder à la revalorisation des déchets. En 2004, la quantité totale des déchets a encore quelque peu diminué.

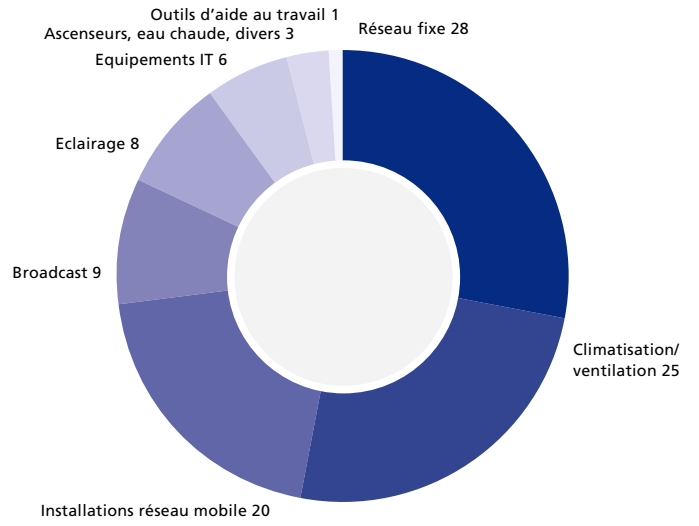
## Produits et services

Swisscom transporte un volume toujours plus important de données sur ses réseaux. S'il en résulte d'un côté une dématérialisation des supports de données et des transports physiques très intéressante du point de vue écologique, d'un autre côté, le matériel informatique nécessaire à la fourniture de ces services – terminaux et éléments de réseau – consomme de l'électricité et finit par produire des déchets. Il est donc avantageux, tant du point de vue écologique qu'économique, d'exploiter des réseaux optimisés et d'utiliser des terminaux multifonctions. En 2004, Swisscom a transporté un volume de données total d'environ 309 millions de gigabits (calculé comme suit: minutes taxées Fixnet [64 kbit/s] + minutes taxées Mobile [13,6 kbit/s] + ADSL), soit 39% de plus par rapport à l'année précédente.

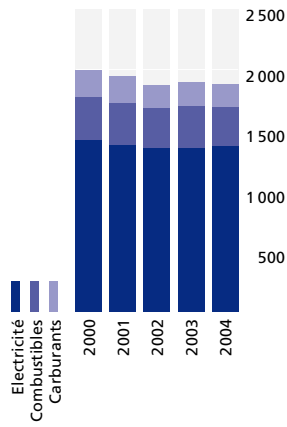
Sources d'énergie 2004  
En %



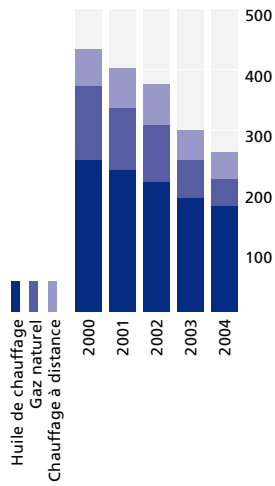
Consommation d'électricité selon les consommateurs  
En %



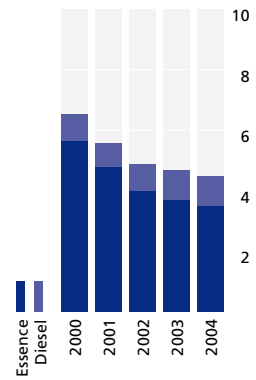
Consommation de combustibles  
Térajoules



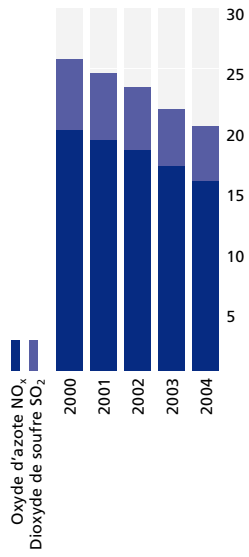
Consommation de combustibles  
Térajoules



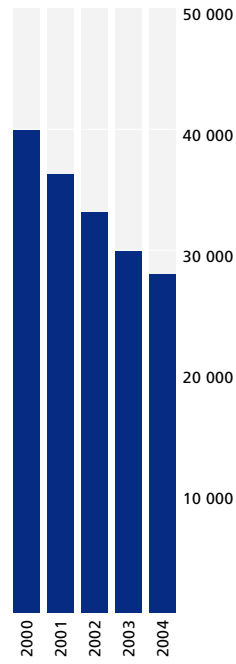
Consommation de carburants  
Millions de litres



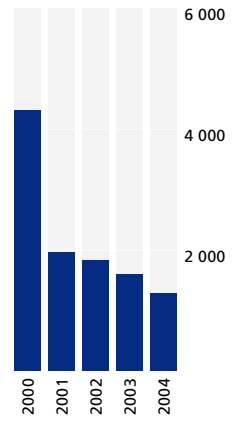
**Emissions dans l'air: NO<sub>x</sub> et SO<sub>2</sub>**  
Tonnes



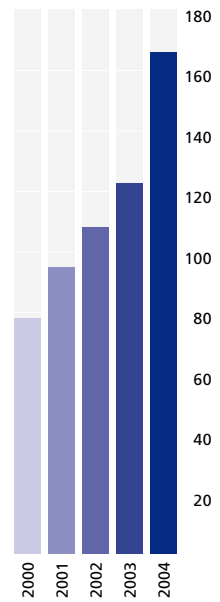
**Emissions dans l'air: CO<sub>2</sub>**  
Tonnes



**Déchets**  
Tonnes



**Eco-efficacité sur le plan des produits**  
Trafic télécom/consommation d'énergie bits/joule



Concernant les produits, Swisscom travaille en étroite collaboration avec ses fournisseurs. C'est en effet le seul moyen d'apporter des améliorations sur le plan écologique et, le cas échéant, d'obtenir de meilleures conditions de travail pour les collaborateurs chargés de la production. L'entreprise mise ici sur l'évaluation des fournisseurs selon des critères écologiques et sociaux.

En effet, le Comité environnemental de Swisscom a mis sur pied un système d'évaluation des fournisseurs selon des critères écologiques et sociaux, appliqué de manière centralisée pour les sociétés du groupe. Les exigences posées aux principaux fournisseurs et l'appréciation de ces derniers doivent permettre d'améliorer à long terme l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement. Swisscom exerce une «pression écologique et sociale» sur ses fournisseurs directs, qui font de même avec leurs propres fournisseurs et ainsi de suite jusqu'à ce que toute la chaîne de fabrication soit impliquée.

#### **Eco-efficience de Swisscom**

Les indicateurs environnementaux sont peu éloquentes quant à la performance environnementale d'une entreprise. Ils représentent seulement la «création de nuisance» et doivent donc être considérés en relation avec la création de valeur. D'où le concept d'éco-efficience. Les indicateurs d'éco-efficience s'appuient donc sur le rapport «création de valeur/création de nuisance». Ainsi, l'éco-efficience d'une entreprise s'améliore lorsque la création de valeur croît davantage que la création de nuisance ou, ce qui revient au même, lorsque la création de nuisance augmente moins que la création de valeur. Par conséquent, plus l'indicateur est élevé, plus cela est favorable à l'environnement et plus le comportement de l'entreprise est axé sur le développement durable. La création de valeur peut se mesurer sur le plan financier ou sur celui des produits. La création de nuisance correspond à la charge environnementale totale découlant du processus de création de valeur. Pour Swisscom, il s'agit surtout de consommation d'énergie.

Par création de valeur sur le plan financier, on entend la valeur de l'EBITDA, plus les frais de personnel (définition courante). Quant à la création de valeur sur le plan des produits, Swisscom la mesure le plus souvent à l'aide du trafic télécom, à savoir le volume de données transmises en bits (calculée comme suit: minutes taxées Fixnet [64 kbit/s] + minutes taxées ADSL, Mobile [13,6 kbit/s]).

En 2004, Swisscom a réalisé une création de valeur financière de CHF 3,65 par mégajoule d'énergie consommée et transmis un volume de données de 171 bits par joule. L'éco-efficience sur le plan financier est restée stable ces dernières années alors que, sur le plan des produits, elle n'a cessé de progresser. Ce phénomène s'explique par le fait que la croissance du trafic de données s'est accompagnée d'une diminution des tarifs (prix à la minute et ADSL).

Swisscom entend encore améliorer son éco-efficience ces prochaines années, tant en augmentant la création de valeur (transferts de données plus importants) qu'en diminuant ou en maintenant constante la création de nuisance (consommation d'énergie).

### Risques environnementaux et respect de la législation

L'élimination et la réduction des risques environnementaux ainsi que le contrôle du respect de la législation sont des tâches permanentes au sein de Swisscom, qui doivent être traitées à intervalles réguliers dans le cadre du système de gestion de l'environnement certifié ISO 14001.

Il a été possible de diminuer les risques environnementaux pendant l'exercice grâce à des systèmes globaux d'évaluation des fournisseurs et grâce à la réduction ciblée de substances dangereuses, par exemple en redimensionnant les installations de batteries et en abaissant ainsi les quantités d'électrolytes (acide sulfurique considéré comme une substance nocive).

Concernant le respect de la législation en matière d'environnement, les efforts ont porté notamment sur les aspects suivants: nouvelles exigences concernant les installations de refroidissement (modification de l'ordonnance sur les substances), élimination des anciens téléphones mobiles, récupération et transport des batteries de portables, exportation des anciens téléphones encore en état de fonctionnement et élimination des déchets électroniques.

### Engagements et projets environnementaux externes

Si les activités environnementales de Swisscom sont essentiellement axées sur l'entreprise, l'opérateur n'omet pas pour autant d'élargir et de renforcer son action écologique par le biais d'un engagement externe ciblé. Les projets suivants bénéficient d'un soutien dans le cadre du parrainage écologique:

- Projet EMERAUDE du WWF
- Parc national suisse
- GLOBE, projet de formation dans le domaine de l'environnement

Ces projets ont tous les trois une signification à l'échelle de la Suisse: ils incarnent les valeurs «respect» et «enracinement» de Swisscom et, du point de vue écologique, se mobilisent pour la biodiversité.

Par ailleurs, ces projets incitent à une collaboration plus poussée, notamment en intégrant tant les collaborateurs que les clients. En 2004, Swisscom a mené, avec le concours de ses collaborateurs, sept actions en faveur de la nature s'insérant dans le projet EMERAUDE. Swisscom Fixnet soutient en outre la campagne principale du WWF pour la protection des espèces animales et végétales menacées par le biais d'un spot TV (Swisscom Fixnet – partenaire pour la protection des espèces), d'une annexe à la facture et d'un dépliant.

Références	Unité	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Chiffre d'affaires net	millions CHF	10 461	10 170	10 067	10 366	10 415	10 026	10 057
<b>Collaborateurs</b>								
(équivalents plein temps)	FTE	21 946	19 254	17 459	17 784	17 171	16 079	15 477
EBITDA	millions CHF	4 472	4 152	3 867	4 222	4 254	4 504	4 404
Création de valeur	millions CHF	7 029	6 502	6 169	6 446	6 581	6 770	6 598
Trafic télécom	millions minutes	24 560	33 264	43 133	48 667	47 079	44 270	40 652
Trafic télécom	millions gigabits		121	157	177	192	223	309
Trafic SMS	millions		217	651	1 317	1 650	1 847	1 986
<b>Sols/bâtiments</b>								
Surface nette	millions m <sup>2</sup>	2,4	2,4	2,2	2,1	2,0	1,7	1,5
<b>Papier pour imprimantes et copieurs</b>								
Papier blanc A4	millions feuilles	98,3	104,3	93,6	109,0	89,0	82,2	83,3
Papier gris pour A4	millions feuilles	11,4	29,4	11,1	11,9	13,0	9,0	7,6
<b>Eau/eaux usées</b>								
Consommation d'eau	m <sup>3</sup>	614 488	539 112	488 852	483 224	480 788	450 380	433 456
<b>Energie: électricité</b>								
Consommation d'électricité	TJ	1 357	1 368	1 377	1 289	1 215	1 346	1 366
<b>Energie: chauffage</b>								
Huile de chauffage	TJ	271,8	277,3	267,4	246,6	222,9	188,1	181,6
Gaz naturel	TJ	74,2	94,0	99,7	85,2	84,1	66,7	48,0
Chauffage à distance	TJ	41,9	44,6	58,6	58,7	58,5	47,3	43,8
<b>Energie: carburants</b>								
Essence	TJ	233,1	204,6	180,9	149,7	130,3	113,9	98,1
Diesel	TJ	25,3	27,3	24,3	35,9	47,0	61,3	68,1
Kilomètres parcourus	millions km	61,2	54,6	51,5	55,9	57,0	63,5	60,2
<b>Consommation totale d'énergie</b>								
Térajoules	TJ	2 004	2 016	2 007	1 865	1 758	1 823	1 805
Gigawatts/heure	GWh	557	560	558	518	489	507	502
<b>Emissions dans l'air</b>								
Dioxyde de carbone CO <sub>2</sub>	tonnes	42 991	42 527	40 144	36 364	33 964	30 286	28 120
Oxyde d'azote NO <sub>x</sub>	tonnes	49,8	42,6	40,8	41,6	41,0	16,7	40,3
Dioxyde de soufre SO <sub>2</sub>	tonnes	6,0	5,9	5,5	5,3	5,1	4,8	4,8
<b>Déchets sans déchets ménagers</b>								
Quantité totale de déchets	tonnes	9 045	6 741	4 242	1 954	1 894	1 651	1 472

EBITDA: résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements

Création de valeur: EBITDA + frais de personnel

Energie: 1 TJ (térajoule) = 0,278 GWh