

Rapport annuel 2003

Swisscom AG

De l'ordre des choses

Swisscom fait-elle figure de David au milieu de nombreux Goliath ou est-elle au contraire un géant parmi les nains? En réalité, elle est un peu des deux à la fois. Si l'on considère les chiffres, en matière tant de trafic que de finances, ou encore la responsabilité sociale – que nous assumons fièrement –, notre entreprise compte pour beaucoup dans la vie socio-économique de notre pays. Quelques chiffres suffisent pour illustrer cette affirmation: près de quatre millions de clients Mobile, plus de trois millions de clients Fixnet, dix milliards de francs de chiffre d'affaires, huitième employeur de Suisse, quelque 900 apprentis et un volume de mandats confiés chaque année à l'économie suisse se chiffrant en milliards de francs.

L'image est toute autre, en revanche, si l'on place Swisscom dans le contexte international. A l'extérieur de nos frontières, les destinées de Swisscom rappellent les aventures de Gulliver, le héros de Jonathan Swift, qui après un séjour sur l'île de Lilliput, entreprend un deuxième voyage qui le mènera au pays des géants. Jugez plutôt: le groupe Vodafone, partenaire de Swisscom Mobile, compte plus de 125 millions d'utilisateurs mobiles; de son côté, China Telecom dispose d'un portefeuille potentiel de plus d'un milliard de clients. A l'échelle mondiale, donc, notre engagement en Europe est minuscule. Seule notre situation financière continue de soutenir la comparaison: parmi les principaux opérateurs de télécommunication européens, nous affichons toujours l'un des bilans financiers les plus solides.

Le thème de la «taille», vous l'aurez compris, nous servira de fil rouge tout au long de ce rapport annuel 2003.

Sommaire

- 2 De l'ordre des choses
- 4 Les faits marquants 2003
- 6 L'essentiel en bref
- 7 Un bilan solide – rétrospective 2003
- 13 Principales participations
- 15 Swisscom Fixnet – le réseau fixe se tourne vers le haut débit
- 20 Swisscom Mobile – nouvelle hausse du chiffre d'affaires et du nombre de clients
- 24 Swisscom Enterprise Solutions – tout sous le même toit
- 27 debitel – interface entre les exploitants de réseau, les commerçants et les clients finals
- 28 Autres activités importantes
- 34 La satisfaction de la clientèle, clé de notre succès
- 36 Gestion de l'environnement, partie intégrante de la gestion d'entreprise
- 44 Swisscom, un employeur loyal
- 50 L'action Swisscom, une valeur sûre
- 52 Prestations en faveur de la société et de l'économie
- 55 Organisation

Les faits marquants 2003

Janvier

La nuit de la Saint-Sylvestre, le service SMS bat un nouveau record: près de 30 millions de messages courts sont échangés sur le réseau mobile de Swisscom.

Février

Swisscom fournit l'infrastructure de communication nécessaire aux championnats du monde de ski alpin, organisés à St-Moritz. Simultanément, Swisscom Broadcast démarre un essai pilote de télévision numérique (DVB-T) en Engadine.

Mars

Swisscom porte sur les fonds baptismaux sa nouvelle filiale Swisscom Eurospot. Opérant sur le marché européen, cette société réalise et exploite des réseaux locaux sans fil (Wireless Local Area Network, WLAN) dans des lieux particulièrement fréquentés, comme les hôtels, les centres de congrès et les aéroports, mettant ainsi à la disposition des clients WLAN des accès sans fil à l'internet à haut débit.

Le réseau NATEL® D souffle ses dix bougies: lancé le 1^{er} mars 1993 par Télécom PTT, il a vu depuis lors le nombre des adeptes de la communication mobile passer à plus de cinq millions.

Avril

Le leader du marché suisse des télécommunications prouve qu'il sait saisir la balle au bond et devient le partenaire officiel de l'Association suisse de football (ASF) et des équipes nationales de football. Swisscom Fixnet est également sponsor en titre de la Coupe suisse de football, rebaptisée Swisscom Cup.

Mai

Swisscom propose aux syndicats de prolonger la convention collective de travail en vigueur – à laquelle sont soumis 16 500 collaborateurs occupant 14 000 postes à plein temps – ainsi que le plan social jusqu'à fin 2005. Ce faisant, l'entreprise envoie un signal positif clair à ses partenaires sociaux et montre qu'elle assume pleinement les responsabilités qui incombent à un important employeur.

Juin

L'école primaire de Nussbaumen (TG) est le 2000^e établissement du pays équipé gratuitement d'un accès à haut débit à l'internet. A la faveur de l'initiative «Internet à l'école», Swisscom se propose de connecter les 5000 écoles de Suisse à la Toile d'ici fin 2006.

Soir et matin,
même les nains
ont une ombre
de géant.



Juillet

Un tremplin vers le monde du travail: les apprentis qui viennent d'achever leur formation au sein de Swisscom et n'ont pas encore trouvé d'emploi se voient offrir un stage de six mois au sein de l'entreprise.

Août

La demande d'accès internet à haut débit se maintient: Bluewin recense 200 000 clients ADSL. Rappelons que la technologie ADSL permet un accès rapide à l'internet via le réseau téléphonique.

Septembre

A l'occasion du salon Orbit/Comdex à Bâle, Swisscom présente le bureau mobile et l'ADSL pour les PME. De son côté, Swisscom Directories lance un répertoire d'adresses en ligne.

Octobre

Genève accueille ITU Telecom World 2003, la grand-messe mondiale du secteur des télécommunications. Sous la devise «Communications for Switzerland», Swisscom y présente des innovations telles que le «seamless handover» ou transfert sans coupure entre les différents réseaux de communication mobile.

Novembre

Swisscom Mobile lance sur le marché le portail Vodafone live! qui propose des applications multimédia pour le téléphone mobile, tels que jeux, photos ou encore services d'information et de divertissement.

Décembre

Swisscom Fixnet annonce le doublement des débits ADSL mis à la disposition des clients privés pour février 2004 et précise qu'elle lancera un abonnement garantissant des débits de 2400/200 kbit/s (descendant/ascendant).

Billag acquiert T-Systems Card Services AG et devient leader dans le domaine de la facturation de prestations pour le compte de tiers. Employant 137 collaborateurs, T-Systems Card Services développe des concepts de fidélisation de la clientèle sur la base de cartes clients et assure les opérations de décompte liées à de telles cartes.

L'essentiel en bref

En millions de CHF ou selon indication		2002	2003
Groupe Swisscom			
Chiffre d'affaires net		14 526	14 581
Bénéfice d'exploitation avant transactions uniques et amortissements (EBITDA) ¹⁾		4 413	4 641
En % du chiffre d'affaires net	%	30,4	31,8
Bénéfice d'exploitation avant transactions uniques (EBIT), net ¹⁾		2 408	2 716
Dépréciation du goodwill		(702)	(280)
Bénéfice d'exploitation (EBIT)		1 706	2 436
Bénéfice net		824	1 569
Fonds propres		7 299	7 669
Part des fonds propres ²⁾	%	43,0	46,4
Effectif à la clôture de l'exercice en équivalents plein temps ^{3) 4)}	unités	20 470	19 207
Effectif moyen en équivalents plein temps ⁵⁾	unités	20 910	19 804
Chiffre d'affaires par collaborateur	milliers de CHF	695	736
EBITDA par collaborateur	milliers de CHF	211	234
Liquidités nettes provenant de l'exploitation		3 785	4 732
Equity free cash flow ⁶⁾		1 119	2 913
Investissements en immobilisations corporelles et autres immobilisations incorporelles		1 222	1 213
Dettes nettes (liquidités nettes) ⁷⁾		642	(1 492)
Swisscom AG			
Bénéfice net		2 724	1 154
Fonds propres		5 216	5 046
Dividende		794	861*
Remboursement sur la valeur nominale		530	–
Données par action			
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (nom. CHF 9.00/nom. CHF 1.00)	millions	67,648	66,2
Cours (le plus élevé/le plus bas)	CHF	519/360	438,5/367
Cours à la clôture de l'exercice	CHF	400,5	408
Bénéfice net	CHF	12,18	23,7
Fonds propres	CHF	110,25	115,85
Dividende brut	CHF	12	13*
Remboursement sur la valeur nominale	CHF	8	–
Taux de distribution ⁸⁾	%	164,19	54,85*
Capitalisation boursière		26 514	27 011

* Selon proposition du conseil d'administration à l'assemblée générale

¹⁾ Transaction unique 2002: dépréciation du goodwill de CHF 702 millions. Transaction unique 2003: dépréciation du goodwill de CHF 280 millions

²⁾ Fonds propres en pour-cent du capital total

³⁾ Dont 3299 collaborateurs de debitel au 31 décembre 2002 et 3123 au 31 décembre 2003

⁴⁾ Non compris 360 collaborateurs de WORK_LINK au 31 décembre 2003 et 252 au 31 décembre 2002

⁵⁾ Non compris 295 collaborateurs de WORK_LINK en 2003 et 218 en 2002. Voir explication dans le rapport financier, p. 7

⁶⁾ Définition de l'equity free cash flow: liquidités nettes provenant de l'exploitation ainsi que produits et charges de la vente et de l'acquisition de participations, sous déduction des investissements nets en immobilisations corporelles et autres immobilisations incorporelles, des remboursements de dettes financières (sans les dettes de leasing) et des versements de bénéfice aux actionnaires minoritaires

⁷⁾ Définition des dettes nettes (liquidités nettes): engagements financiers moins liquidités, placements à court terme et placements résultant des transactions cross-border-tax-lease

⁸⁾ Dividende brut et remboursement sur la valeur nominale en pour-cent du bénéfice net par action

Un bilan solide – rétrospective 2003



Madame, Monsieur,

En 2003 comme lors des années précédentes, nous avons largement atteint nos objectifs et fermement défendu notre position sur le marché, pourtant soumis à une concurrence féroce. Une fois de plus, nous avons gagné en efficacité et réduit nos coûts. Tout en générant un chiffre d'affaires globalement stable, Swisscom est parvenue à dégager un bénéfice d'exploitation de CHF 4,6 milliards, en hausse de 5,2% par rapport à 2002. Dans le même temps, elle est parvenue à presque doubler son bénéfice net, qui est passé à CHF 1,6 milliard. Ces excellents résultats, Swisscom les a réalisés principalement dans son métier de base: les communications fixe et mobile. De fait, Swisscom Mobile et Swisscom Fixnet demeurent les piliers du groupe. Forgé dans une période de basse conjoncture, ce solide bilan atteste l'excellente santé de Swisscom SA.

Seule ombre au tableau: ce résultat est dû non pas tant au développement de nos activités – les dispositions légales entravent les efforts que nous déployons sur le marché suisse – qu'à une gestion très stricte de nos coûts.

Nous avons par ailleurs géré les capitaux que nous ont confiés nos actionnaires avec la plus grande prudence: après avoir examiné de nombreuses participations ou acquisitions possibles, nous n'en avons retenu qu'une seule. A l'avenir, nous resterons fidèles à cette politique d'investissement prudente et approuverons uniquement les acquisitions susceptibles de contribuer à l'augmentation à long terme de la valeur du groupe Swisscom.

Les prémisses d'une reprise de la croissance?

En 2003, le marché suisse des télécommunications a été marqué par la morosité économique. Les sociétés du groupe qui s'adressent principalement à la clientèle commerciale n'ont pu que constater la rigueur budgétaire de leurs clients. La demande de prestations s'est globalement inscrite en recul, même si la communication mobile a poursuivi sa croissance et l'essor des activités liées aux services

à haut débit ne s'est pas démenti. Les prix ont connu une baisse légère dans le segment grand public, mais ont été soumis à de fortes pressions dans le segment commercial. Enfin, l'évolution négative des cours en début d'année n'a pas épargné l'action Swisscom, mais la situation s'est améliorée au second semestre de sorte que notre titre a terminé l'année en légère hausse (+ 1,9%).

Abandonnant les politiques d'investissement hasardeuses de ces dernières années, qui se sont parfois soldées par des dettes chiffrées en milliards, l'industrie européenne des télécommunications retrouve une certaine stabilité. Les prémisses d'une reprise se manifestent. De nouvelles technologies apparaissent, sur lesquelles s'appuiera le développement de la communication à haut débit sur les réseaux fixe et mobile. Selon nous, les innovations actuelles vont profondément bouleverser les habitudes de communication des consommateurs ces prochaines années. Swisscom s'emploie à mettre en œuvre ces innovations, tant en Suisse qu'à l'étranger: dans notre pays, pour continuer à offrir à ses clients des services de télécommunication modernes et d'excellente qualité; à l'étranger pour gagner de nouveaux clients en leur offrant des prestations attrayantes.

Comment les choses vont-elles évoluer?

Le mouvement de convergence amorcé entre les communications mobile et fixe va se poursuivre. L'évolution de ces dix-huit derniers mois dans nos activités de base indique clairement que l'avenir est à la communication mobile à haut débit s'appuyant sur une utilisation croissante d'ordinateurs portables et de terminaux mobiles. De son côté, la communication fixe à haut débit s'installe progressivement dans nos foyers pour se combiner à des éléments inhérents à notre style de vie, comme la musique et le multimédia. Bientôt, les opérateurs proposeront une grande variété de technologies d'accès sans fil au réseau, qui se compléteront mutuellement pour assurer une mobilité maximale et permettre l'utilisation des terminaux les plus divers. Le lancement de l'ADSL et le développement d'une nouvelle génération de terminaux sont des conditions préalables à la fourniture d'offres combinées incluant services vidéo, internet et vocaux par le biais d'un seul et même raccordement. Swisscom a d'ores et déjà élaboré un concept du genre avec des applications interactives, comme la vidéo à la demande, mais aussi des guides électroniques de programmes et des fonctions personnalisées pour le magnétoscope. La proposition a abouti à la création d'une offre Bluewin correspondante, qui fera l'objet d'un test clients en 2004.

Par ailleurs, nous pensons que l'individualisation de la société va s'accroître, ce qui induira un changement des besoins de la clientèle. Enfin, nos clients, en particulier nos clients commerciaux, vont continuer à privilégier des solutions d'un seul tenant.

Survol 2003
Swisscom Fixnet
Swisscom Mobile
Enterprise Solutions
debitel
Autres activités
Clients
Environnement
Collaborateurs
Actionnaires
Société

Quelles sont les conditions de notre succès?

L'an dernier, nous avons mis en œuvre et affiné la stratégie amorcée précédemment. Nous concentrons nos activités sur le marché suisse, où nous défendons notre position de leader. Nous voulons continuer à y commercialiser la totalité de notre portefeuille de services de qualité et créer ainsi une valeur ajoutée pour nos clients. Nous fournissons nos prestations sur l'ensemble du territoire helvétique, contribuons de manière décisive à l'émergence de la société de l'information et sommes toujours la courroie de transmission de l'économie suisse. Notre succès, qui ne se dément pas, repose sur la satisfaction de la clientèle. Cette dernière est séduite par notre service complet et par notre aptitude à transformer les nouvelles technologies en applications et services attrayants, conviviaux et véritablement utiles. Sur le plan financier, la solidité de Swisscom et sa politique de distribution attractive font de notre entreprise une société intéressante pour les investisseurs. Enfin, grâce à ses conditions d'engagement et de travail modernes ainsi qu'à ses excellentes prestations sociales, Swisscom reste un bon employeur.

Des changements dans nos activités à l'étranger

A l'étranger, nous avons poursuivi la simplification de notre portefeuille de participations entamée il y a quelques années. Concrètement, nous avons vendu la société liechtensteinoise Telecom FL et réalisé notre participation minoritaire indirecte dans Cesky Telecom. De plus, au moment où le présent rapport annuel était mis sous presse, le 22 mars 2004, le processus de vente de notre filiale allemande debitel avait également débuté. Nos activités à l'étranger se limiteront donc à celles de Swisscom Eurospot, une société fondée en mars 2003 et dont le siège est à Genève. Swisscom Eurospot s'est déjà ménagé une place de choix sur le marché européen du Public Wireless LAN: avec ses partenaires d'itinérance, elle offrait à la fin de l'année dernière un accès internet à haut débit sur plus de 1500 sites, dans huit pays différents.

Un ancien monopoleur peut-il vraiment être créatif?

Au sein de Swisscom Innovations, une équipe interdisciplinaire de 160 chercheurs étudie systématiquement l'impact des développements technologiques pour l'entreprise et développe des propositions d'application concrètes et réalisables sur les plans technique et économique. Pour nous, le terme d'innovation va bien au-delà de la simple nouveauté, comme en témoigne les quelques exemples qui suivent.

- Communication à haut débit: en 2003, nous avons plus que doublé le nombre d'accès ADSL et conquis une position de leader dans le domaine, surclassant ainsi les câblodistributeurs.
- Internet à l'école: nous nous engageons en faveur de la société suisse de l'information et avons déjà connecté gratuitement à l'internet plus de 2600 écoles.

- UMTS: fin 2003, notre réseau UMTS desservait déjà plus de la moitié de la population suisse; Swisscom Mobile prévoit de commercialiser les premières offres en 2004.
- Communication mobile: en novembre, nous avons lancé avec succès le portail Vodafone live!. A la fin de l'année, ce service novateur comptait déjà quelque 50 000 clients.
- Modèles de temps de travail: début 2004, la société cablex, active dans la construction et l'entretien du réseau, a introduit deux modèles de temps de travail originaux: un modèle de temps de travail annualisé et un modèle de temps partiel lié à l'âge.
- Formation professionnelle: Swisscom a adapté la formation de base aux besoins de la société du savoir et de l'information. Les modèles d'apprentissage standard sont remplacés par une qualification reposant sur des profils de compétences, qui offrent une plus grande marge de manœuvre aux apprentis.

A quels risques Swisscom est-elle confrontée?

Swisscom dispose depuis 2001 d'une gestion des risques intégrale. Un centre de compétences indépendant se charge de déceler, d'analyser et de gérer les principaux risques pour l'entreprise. Outre la pression concurrentielle croissante et la guerre des prix qui en résulte dans la téléphonie mobile comme dans la téléphonie fixe, l'excès de réglementation représente selon nous le plus gros risque pour Swisscom. Recèlent également un certain potentiel de risques les participations, le partenariat social, la caisse de pensions comPlan et l'évolution dans le secteur de la clientèle commerciale.

Le dernier kilomètre: un serpent de mer?

A l'automne 2003, le Conseil fédéral a adopté le message relatif à la modification de la loi sur les télécommunications (LTC). Six ans après la libéralisation, qui a pourtant atteint son but, il entend compléter l'obligation légale d'interconnexion en y ajoutant le dégroupage de la boucle locale. Il souhaite même contraindre Swisscom et les autres fournisseurs disposant de leur propre infrastructure à garantir aux opérateurs un accès à toutes les prestations et installations nécessaires à la fourniture de services de télécommunications.

Cette dernière proposition entraînerait une modification importante de la réglementation du marché, qui risquerait d'en entraver la dynamique. En effet, un fournisseur de services de télécommunications ne souhaitant pas investir dans sa propre infrastructure pourrait, le cas échéant, profiter des investissements réalisés par l'opérateur de réseau, et ce à des prix réglementés. Tous les investisseurs courraient ainsi le risque de se voir imposer prix et conditions par le législateur. De telles dis-

Survol 2003
Swisscom Fixnet
Swisscom Mobile
Enterprise Solutions
debitel
Autres activités
Clients
Environnement
Collaborateurs
Actionnaires
Société

positions inciteraient les fournisseurs d'infrastructure à renoncer à investir et à innover, ce qui au bout du compte freinerait le développement de la société de l'information. Par conséquent, nous rejetons la proposition visant à inclure l'accès généralisé à l'infrastructure dans la réglementation de l'interconnexion.

Le nombre de postes de travail diminue encore

La pression permanente sur les coûts, provoquée par le recul de la demande, la baisse des prix et l'absence d'opportunités de croissance, a contraint une nouvelle fois Swisscom à réaliser des économies et à supprimer des postes. Fin 2003, l'entreprise comptait 19 207 postes à plein temps, soit 1263 de moins que l'année précédente. Les sociétés actives dans le segment de la clientèle commerciale, à savoir Swisscom Enterprise Solutions, Swisscom Systems et Swisscom IT Services, ont payé le plus lourd tribut. Tous les collaborateurs touchés par les suppressions de postes ont toutefois droit aux prestations de l'excellent plan social de Swisscom. Parmi les mesures proposées, citons le versement du plein salaire pendant 12 à 18 mois et la possibilité pour toute personne qui perd son emploi de se faire «accompagner» dans sa réorientation professionnelle par la filiale de Swisscom PersPec. Depuis 1998, Swisscom a d'ailleurs consacré plus de deux milliards de francs au plan social.

Swisscom vise-t-elle la gestion durable?

La notion de durabilité joue un rôle clé dans les activités commerciales de Swisscom. Une gestion s'inscrivant dans la durée profite à toutes les parties prenantes à l'entreprise. Pour nous, il s'agit d'un mode de gestion qui contribue à sauvegarder le capital, au sens large du terme, c'est-à-dire non seulement les moyens financiers, mais aussi les ressources naturelles et les valeurs sociales. Notre souci de durabilité concerne aussi bien nos activités liées à la clientèle, que celles ayant trait aux actionnaires ou aux collaborateurs: de fait, nous dépensons avec parcimonie les capitaux de l'entreprise, visons l'éco-efficience, défendons la transparence et l'ouverture en matière de communication, nous engageons en faveur de nos collaborateurs et fournissons d'innombrables prestations au bénéfice de l'économie et de la société. Nous entendons même faire figure de modèle en la matière, comme l'attestent les principes directeurs qui gouvernent notre entreprise. Preuve supplémentaire, la qualité de notre gestion durable et notre gouvernement d'entreprise trouvent un écho positif auprès de plusieurs indices boursiers comme le Dow Jones Sustainability World Index ou le FTSE4Good.

Vous trouverez des informations détaillées sur le gouvernement d'entreprise dans notre rapport financier (p. 71 et ss.). Quant aux aspects sociaux et environnementaux de la gestion durable, ils sont traités de manière exhaustive dans la brochure «Indicateurs sociaux et environnementaux 2003» annexée au présent rapport annuel.

Merci!

Nous remercions nos clients et nos actionnaires pour leur loyauté et leur confiance sans cesse renouvelées, ainsi que nos partenaires sociaux pour leur soutien et leur ouverture au dialogue. Nous adressons en outre nos plus vifs remerciements aux collaboratrices et collaborateurs de Swisscom qui, même en ces temps difficiles et incertains, restent fidèles à l'entreprise et continuent de s'engager en sa faveur. Leur volonté, leur professionnalisme et leur orientation clientèle ont été des éléments décisifs pour le succès de Swisscom en 2003. Enfin, leur compréhension à l'égard de décisions parfois douloureuses mérite toute notre reconnaissance.

Perspectives

Pour 2004, nous nous attendons à une timide reprise conjoncturelle et à une concurrence toujours aussi vive. En Suisse, notre principal marché, nous devrions enregistrer une hausse modérée du chiffre d'affaires de la communication mobile, contre un léger recul pour la téléphonie fixe. Sans le groupe debitel, nous tablons sur un chiffre d'affaires consolidé de quelque CHF 10 milliards et sur un bénéfice d'exploitation (EBITDA) d'environ CHF 4,3 milliards. Nos investissements, en particulier dans notre infrastructure de réseau, se chiffreront à quelque CHF 1,3 milliard. Nous poursuivons en outre sans relâche nos efforts visant à améliorer notre efficacité et à mieux contrôler nos coûts. Enfin, nous avons décidé de placer l'exercice 2004 sous le signe de l'amélioration de la satisfaction de la clientèle, d'où l'attention particulière que nous portons au «Respect», l'une de nos valeurs de marque. Le client doit être quotidiennement au cœur de notre réflexion et de notre action. Il s'agit en particulier de développer notre système de gestion de la clientèle, d'optimiser nos processus commerciaux et d'intensifier notre effort de formation. Fin 2004, chaque client Swisscom devra être non seulement satisfait, mais aussi enthousiaste.

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

Principales participations

		Swisscom AG		
International	debitel AG	93%		
	Infonet Services Corporation	17,7%		
	Swisscom Eurospot SA	100%		
			Suisse	
			Swisscom Broadcast AG	100%
			Swisscom Enterprise Solutions AG	100%
			Swisscom Fixnet AG	100%
			Swisscom Immobilien AG	100%
			Swisscom Systems AG	100%
			Swisscom Mobile AG	75%
			Swisscom IT Services AG	71,9%
			Swisscom Directories AG	51%
			Billag AG	100%
			Bluewin AG	100%
			cablex AG	100%
			Infonet Schweiz AG	90%
			SICAP AG	75%

Sur l'île de Lilliput, dont les habitants ne font pas plus de six pouces, Gulliver est un géant. A l'instar du héros de Jonathan Swift, Swisscom est, dans son pays, une entreprise imposante: 14,6 milliards de chiffre d'affaires, un bénéfice d'exploitation de 4,6 milliards de francs, quelque 19 207 collaborateurs. Leader du marché des télécommunications – voix et données – sur le réseau fixe comme sur le réseau mobile, elle est également avec Bluewin le numéro un des fournisseurs d'accès à l'internet.

«Je tentai de me lever,
mais fus incapable de bouger;
étendu sur le dos, je découvris que
mes bras et jambes étaient solidement
arrachés de part et d'autre du sol.»

Swisscom Fixnet – le réseau fixe se tourne vers le haut débit

Spécialiste de la communication fixe, Swisscom Fixnet a réalisé en 2003 un chiffre d'affaires de CHF 5,8 milliards (– 6,6%) et un bénéfice d'exploitation (EBITDA) de CHF 2,08 milliards (+ 10,7%). Le boom des raccordements à haut débit s'est confirmé, tandis que le nombre de raccordements analogiques a continué de régresser. Avec ses 7600 emplois, Swisscom Fixnet est de loin la plus grande société du groupe Swisscom. Elle possède en outre trois filiales: Bluewin, Swisscom Directories et cablex.

Swisscom Fixnet	2002	2003
Chiffre d'affaires net ¹⁾	6 262	5 846
EBITDA ²⁾	1 874	2 075
Nombre de collaborateurs	8 010	7 657

¹⁾ en millions de CHF

²⁾ résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements, en millions de CHF

Alors que plus de 300 fournisseurs de services de télécommunication se disputent les faveurs de la clientèle sur le marché suisse, Swisscom Fixnet a clairement confirmé sa position de leader. L'entreprise planifie, construit et entretient une infrastructure de réseau complète, qui lui permet de vendre des services réseau et d'autres prestations à des particuliers, des PME et des revendeurs. En 2003, elle a plus que doublé le nombre de ses raccordements ADSL et sa filiale Bluewin a consolidé sa position de numéro un des fournisseurs d'accès à l'internet. Avec Bluewin, Swisscom Fixnet mise en particulier sur le développement de la communication à haut débit. Soulignons en outre que Swisscom Fixnet Wholesale dessert 32 fournisseurs de services internet opérant dans toute la Suisse.

Le nombre de raccordements analogiques a encore reculé pour s'établir à 3,09 millions (– 2,4%) à fin 2003 et l'on a également assisté à un ralentissement de la croissance des raccordements numériques (ISDN). L'explosion des raccordements ADSL et des accès internet témoigne quant à elle de la mutation technologique en cours sur le réseau fixe: annoncée depuis longtemps, la convergence de l'informatique et des télécommunications devient réalité.

Tout simplement sans frontières – Swisscom Fixnet Wholesale

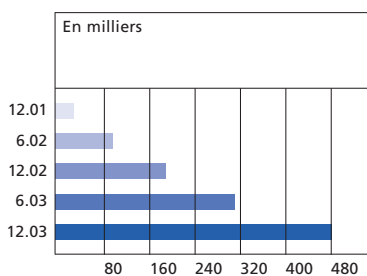
Avec ses 3300 collaborateurs, l'unité Swisscom Fixnet Wholesale exploite le réseau en Suisse et entretient une infrastructure internationale des plus fiables. Gérée comme une entreprise autonome, elle assure l'exploitation de tous les services reposant sur le réseau fixe et les met à la disposition de tiers. Actuellement, quelque 140 opérateurs suisses et 200 entreprises étrangères profitent de son offre. En tant que fournisseur international de services réseau, Swisscom Fixnet Wholesale dispose de son propre réseau européen et transatlantique.

L'offre de Swisscom Fixnet Wholesale va des services d'interconnexion réglementés – dans le domaine vocal – aux services à haut débit, en passant par les services de données et les lignes louées. La fourniture

Haut débit Terme qualifiant une technologie regroupant plusieurs canaux de transmission sur un même support.

Bande passante Par bande passante, ou débit, on entend le nombre d'unités d'information (bits) transmises par seconde (bit/s, kbit/s, Mbit/s).

Accès ADSL mis en service Swisscom Fixnet



ISDN (Integrated Services Digital Network) Réseau de communication numérique permettant de transmettre voix, données, texte et images via le même raccordement téléphonique. 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 de transmission s'élève à 64 kbit/s par canal.

en est assurée à l'aide de plateformes réseau et d'infrastructures de production ultramodernes, adaptées en permanence à l'évolution des conditions du marché.

La vente des raccordements à haut débit a connu un bel essor. Fin 2003, Swisscom Fixnet Wholesale recensait environ 487 000 accès ADSL activés, ce qui équivaut à une progression de 150% en un an. Grâce à l'extension de son offre dans ce domaine, Swisscom Fixnet Wholesale table sur une nouvelle augmentation du nombre de ses clients privés et commerciaux en 2004.

Ces excellents résultats n'ont toutefois pas suffi à compenser entièrement le recul du chiffre d'affaires accusé dans les domaines des services vocaux et des services de données. Swisscom Fixnet Wholesale va donc s'attacher à améliorer encore son efficacité et à réduire ses coûts.

Des clients tout simplement satisfaits

Swisscom Fixnet est le premier fournisseur de produits et de services de télécommunication pour particuliers et PME en Suisse. Elle compte pas moins de 3,2 millions de clients, dont 250 000 PME. Début 2004, l'entreprise a repris 46 000 clients commerciaux équipés de solutions standard, qui étaient jusqu'alors servis par Swisscom Enterprise Solutions. Le slogan de Swisscom Fixnet «Tout simplement proches» exprime bien son credo: communiquer, c'est se rapprocher.

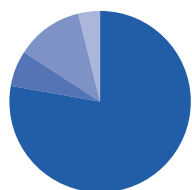
Le but ultime de Swisscom Fixnet est tout simplement la satisfaction de sa clientèle et les efforts accomplis dans ce sens portent leurs fruits. Les clients l'ont d'ailleurs fait savoir en créditant l'entreprise de bonnes notes dans plusieurs enquêtes de satisfaction.

En avril 2003, Swisscom Fixnet a lancé son offre Weekend call International, qui permet de téléphoner pendant une heure pour trois francs seulement dans plusieurs pays européens ainsi qu'aux Etats-Unis et au Canada. L'opérateur a également développé une offre réservée aux jeunes, Happy Weekend, et proposé de nouveaux raccordements ADSL très attrayants pour les internautes invétérés.

En ce qui concerne les raccordements ISDN, les taux de croissance marquent le pas, principalement en raison de la promotion de l'ADSL. Toutefois, des études de marché montrent que le potentiel de croissance de l'ISDN n'est pas encore épuisé. Swisscom Fixnet a donc continué d'en assurer activement la promotion en 2003 et se propose, en 2004 également, de commercialiser des offres qui rendront la migration d'un raccordement analogique vers un raccordement numérique particulièrement intéressante.

Contacts clients de Customer Care

En milliers	
5 618	Par téléphone
465	Par internet (e-mails, ordres en ligne)
858	Par courrier postal
264	Par télécopieur
7 207	Total



ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line) Technologie de transmission de données à haut débit utilisant 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 le niveau de performance choisi, le débit varie entre 600/100 et 2400/200 kbit/s.

Sur le marché des PME, Swisscom Fixnet a efficacement défendu sa position, le nombre de ses clients restant stable. Les PME bénéficient auprès de Swisscom Fixnet d'un service de conseil complet sur tous les aspects de la télécommunication: téléphonie, internet, transmission de données, communication mobile ou autocommutateurs d'utilisateur (ACU). En collaboration avec ses partenaires, tels que l'Association suisse d'achats électro (aae) et l'Union suisse des installateurs-électriciens (USIE), Swisscom Fixnet offre un service complet par l'intermédiaire d'un réseau de 3857 revendeurs spécialisés.

Swisscom Shops: record de fréquentation

Swisscom exploite 76 Swisscom Shops et cinq Franchise Shops répartis dans toute la Suisse. Grâce au nouveau concept de magasins en franchise, le nombre de points de vente devrait grimper à 120 unités ces prochaines années. En 2003, près de cinq millions de clients ont franchi la porte de l'un de ces points de contact privilégiés. Ils l'ont fait non seulement pour acheter des produits ou des services, mais aussi pour obtenir des conseils, ce qui a conduit à la formation de longues files d'attente. En 2004, Swisscom entend attaquer ce problème de front. Le Swisscom Online Shop jouit également de la faveur croissante du public, de même que les services électroniques tels que la facturation sur internet (e-payment) ou le contrôle en ligne des coûts de communication.

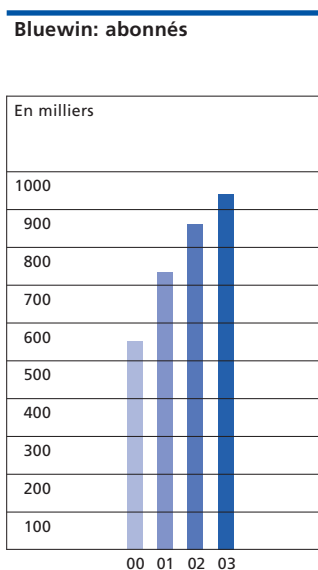
Contacts client par téléphone, e-mail ou lettre

En 2003, le service à la clientèle de Swisscom Fixnet s'est transformé de simple unité de service en une organisation de service et de vente. De fait, les collaborateurs des centres d'appels ne se contentent plus de conseiller les clients ou d'exécuter leurs ordres, en saisissant par exemple un changement d'adresse, mais proposent à leurs interlocuteurs des solutions attrayantes susceptibles de les intéresser, comme l'ADSL.

L'essentiel de l'activité a consisté cependant à répondre aux quelque 5,5 millions d'appels annuels. Parmi ces appels, trois millions environ passent par le numéro gratuit 0800 800 800 (particuliers et petites entreprises), contre un million pour le numéro 175 (service des dérangements) et le service à la clientèle de Bluewin. Les agents des centres d'appels répondent en outre à environ 1,5 million de demandes écrites (e-mail, lettre, fax).

Operator Services et Payphone Services

Le service de renseignements national et le service de commutation pour malvoyants et malentendants intégrés aux Operator Services font



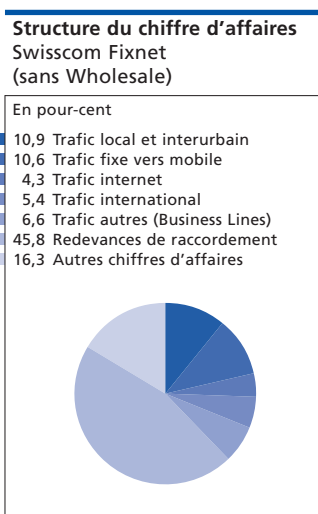
partie du service universel. Les Operator Services de Swisscom Fixnet offrent en outre des services de conférence téléphonique et de centres d'appels à des tiers, tels que l'administration fédérale. En 2003, la demande globale de renseignements a reculé de 10%, comme l'année précédente, mais Swisscom Fixnet est parvenue à consolider sa part de marché. Après le lancement du service itinéraire, qui permet de se laisser guider par téléphone vers la destination souhaitée, d'autres services d'information assistés par un opérateur seront proposés en 2004.

Dans le cadre de ses Payphone Services, Swisscom Fixnet exploite quelque 8600 cabines téléphoniques publiques, dont près de 60% au titre du service universel. Signalons que l'on assiste à un retour des appareils combinés acceptant à la fois cartes téléphoniques et monnaie, euros inclus, car ils répondent mieux aux besoins des utilisateurs. Quelque 26 000 publiphones à cartes ou à monnaie sont en outre en service chez des exploitants privés (hôtels, restaurants, entreprises, etc.). Ces appareils leur sont loués ou vendus.

Bluewin, leader du marché des accès à haut débit

Avec environ 670 000 clients titulaires d'un accès internet commuté (dial-up) et plus de 270 000 disposant d'un raccordement à haut débit, Bluewin caracole toujours en tête du peloton des fournisseurs internet en Suisse. Dans le secteur de l'accès à l'internet, sa part de marché est restée stable à 49%, alors qu'elle s'est accrue dans le domaine de la communication à haut débit. Grâce à la mise en œuvre systématique d'une stratégie de marketing et d'acquisition de clientèle novatrice – incluant notamment des offres combinées avec les produits WLAN de Swisscom Mobile –, le nombre de raccordements à haut débit a augmenté de 151% en une année. En 2003, les clients avec accès commuté ont passé 4,7 milliards de minutes sur le Net, le nombre de pages consultées passant de 1,13 à 1,3 milliard.

Compte tenu de la rapide diffusion des accès internet à haut débit, Bluewin va mettre l'accent à l'avenir sur des offres de services combinés, en proposant par exemple des Security Packages, des services e-mail ainsi que des services et des contenus à haut débit. En 2003, elle a déjà mis sur pied une plateforme de jeux pour PC et lancé une application de cyberbavardage à la fois vocale et vidéo.



Fidèle en outre à sa réputation de précurseur, Bluewin va mener en été 2004, en collaboration avec Microsoft, un essai de diffusion de programmes télévisés d'une durée de trois mois. Cet essai permettra aux clients, au moyen d'une set-top box, de visionner sur leur téléviseur des programmes et des contenus transmis par ADSL.

Swisscom Directories – la source des données

Détenue à hauteur de 51% par Swisscom Fixnet, Swisscom Directories SA, qui emploie 280 collaborateurs, gère les données des titulaires de raccordements téléphoniques et publie des annuaires imprimés et électroniques regroupant les inscriptions de plus de six millions de particuliers et d'entreprises. En 2003, la société a mis sur le marché plusieurs nouveaux produits, dont le CD Directories, l'ETV Directories Addressbook et l'ETV Access ainsi qu'un répertoire de produits sur le site www.pagesjaunes.ch. En été, Swisscom Directories a ouvert son nouveau portail internet www.directories.ch.

Les annuaires téléphoniques sur papier restent la principale source de revenus de l'entreprise, mais le chiffre d'affaires réalisé avec les produits et la publicité en ligne évolue également de façon réjouissante. Quant aux annuaires sur internet financés par la publicité, ils recèlent encore un grand potentiel: les sites www.pagesjaunes.ch et www.pagesblanches.ch comptent parmi les plus visités de Suisse.

cablex – le marché en point de mire

Fondée en 2001, cablex est une filiale à 100% de Swisscom Fixnet. Elle est chargée de construire et d'entretenir les réseaux filaires de Swisscom. Le deuxième exercice de cablex a été fortement marqué par l'adoption de toute une série de mesures de restructuration visant à mieux tenir compte des spécificités de la construction de réseaux. L'entreprise a ainsi franchi une étape importante sur la voie de la compétitivité, condition indispensable pour pouvoir ensuite opérer sur le marché.

Perspectives

En 2004 également, la priorité est donnée à l'augmentation de la satisfaction de la clientèle. Il s'agit notamment de poursuivre l'optimisation des Swisscom Shops et des centres d'appels afin d'en améliorer l'efficacité et l'orientation vers la clientèle. L'avenir du réseau fixe passe en outre par le haut débit, en particulier par la croissance de l'ADSL. A cet égard, le projet pilote de télévision via l'ADSL permettra de juger de l'acceptation de ce nouveau service par le public et d'en tester la convivialité.

Swisscom Mobile – nouvelle hausse du chiffre d'affaires et du nombre de clients

Au cours de l'exercice sous revue, Swisscom Mobile a poursuivi son expansion sur un marché hautement concurrentiel. Le nombre de ses clients a augmenté de 191 125 pour atteindre 3,8 millions. Forte de ses 2418 collaborateurs, elle a en outre réalisé un chiffre d'affaires de CHF 4,1 milliards (+ 0,7%) et un bénéfice d'exploitation (EBITDA) de CHF 2 milliard (+ 0,5%). En Suisse, les deux tiers des utilisateurs de portables font confiance à Swisscom Mobile.

Swisscom Mobile	2002	2003
Chiffre d'affaires net ¹⁾	4 112	4 140
EBITDA ²⁾	1 974	1 984
Nombre de clients	3 604 875	3 796 000
Nombre de collaborateurs	2 358	2 418

¹⁾ en millions de CHF

²⁾ résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements, en millions de CHF

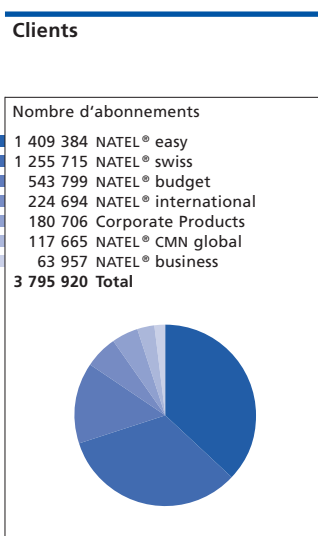
En dépit de signes de saturation, le marché de la communication mobile poursuit sa croissance. De nouvelles perspectives s'ouvrent notamment dans le domaine de la transmission de données et dans le segment de la clientèle commerciale. En effet, la demande en services de données a fortement augmenté: en 2003, quelque 1,8 milliard de SMS ont été transmis, soit une hausse de 11,9%. Les clients de Swisscom Mobile en ont envoyé 32 millions rien qu'au nouvel an 2004! Le départ en fanfare de Vodafone live!, le portail multimédia lancé en novembre 2003, témoigne lui aussi du succès des services de données. La grande capacité d'innovation de Swisscom Mobile constitue un atout majeur dans la lutte contre la concurrence. Ainsi, lors du salon ITU Telecom World, qui s'est tenu en automne 2003 à Genève, le leader du marché a présenté en première mondiale le «seamless handover», qui permet un transfert sans coupure entre le WLAN, l'UMTS et le GPRS.

Beaucoup de satisfaction, peu de défections

En 2003, Swisscom Mobile a acquis 191 125 nouveaux clients, enregistrant en outre un taux de défection – clients passant à la concurrence – extrêmement bas. Ce bon résultat s'explique par son portefeuille de produits attrayant et par la qualité de son service à la clientèle, mais aussi par le rôle de premier plan qu'elle joue dans le lancement de nouvelles technologies. Soulignons au demeurant que Swisscom Mobile a régulièrement surclassé ses concurrents dans les enquêtes de satisfaction de la clientèle effectuées en 2003. A la fin de l'année, elle comptait 3,8 millions de clients, dont 2,4 millions d'abonnés et 1,4 million de titulaires d'une formule prépayée. Le chiffre d'affaires moyen par client et par mois s'est élevé quant à lui à CHF 81, accusant ainsi un recul de 4,7% dû à la pression sur les prix dans le segment de la clientèle commerciale, mais aussi au fait que nombre de clients privés ont fait bon usage de la possibilité offerte par Swisscom Mobile d'opter pour un abonnement plus avantageux. Depuis fin 2003, s'adaptant à l'évolution du marché, Swisscom Mobile cible son offensive publicitaire sur la promotion de la téléphonie vocale et du SMS.

GSM (Global System for Mobile Communications) Norme numérique de communication mobile permettant non seulement de transmettre de la voix et des 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. Actuellement, le GPRS permet d'atteindre un débit de l'ordre de 30 à 40 kbit/s. Il est idéal pour les services WAP, les offres de divertissement et le courrier électronique. Les liaisons GPRS sont facturées en fonction non pas de la durée de la connexion mais du volume de données transmises.



PWLAN (Public Wireless Local Area Network) Réseau local réunissant plusieurs techniques et procédés de transmission sans fil et permettant d'accéder au réseau de données. L'utilisateur doit 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 atteint jusqu'à 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.

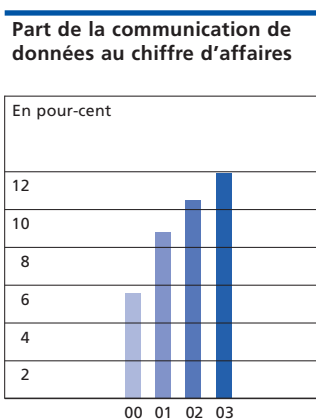
Excellente couverture réseau

L'une des forces de Swisscom Mobile, clé de son succès commercial, réside dans la qualité de son réseau GSM, qui couvre pratiquement tout le territoire. Relevons à cet égard qu'une étude de l'Office fédéral de la communication publiée au printemps 2003 fait état de grosses différences entre opérateurs en matière de couverture réseau, confirmant l'avance de Swisscom Mobile. De plus, sur son réseau, les normes numériques GSM et GPRS se combinent au haut débit en un véritable cocktail de haute technologie, grâce auquel l'économie et la population peuvent profiter de services à bande étroite ou large toujours plus performants.

Le réseau Public Wireless LAN (PWLAN), qui permet d'accéder sans fil et à haut débit à l'internet et aux services e-mail, s'est considérablement développé en 2003. Ainsi, à la fin de l'année, il comptait plus de 350 «Hotspots», dont certains d'importance stratégique, comme Geneva Palexpo ou les aéroports de Zurich et de Genève. Autre ingrédient de notre cocktail technologique, le réseau UMTS poursuit son extension comme prévu. En mai 2003, il desservait déjà plus de la moitié de la population suisse. Le même mois, Swisscom Mobile était le premier opérateur suisse à présenter des applications grandeur nature de l'UMTS. Certains clients et collaborateurs utilisent l'UMTS depuis mi-2003 à titre d'essai, le lancement commercial étant prévu courant 2004. Cette nouvelle norme de communication mobile est appelée à jouer un rôle important surtout pour les services de messagerie, l'accès mobile à l'intranet et les services vidéo. Les normes GSM et GPRS continueront d'être exploitées en parallèle pour assurer la desserte de l'ensemble du territoire en services vocaux.

Seamless Handover – transfert sans coupure entre réseaux

E-mails, contacts, rendez-vous, applications propres à l'entreprise, information ou divertissement: les clients sont de plus en plus nombreux à souhaiter disposer d'un accès mobile et à haut débit à des applications jusqu'ici réservées à une utilisation sur poste fixe. Cet accès, Swisscom Mobile va le leur offrir en 2004 déjà. Les prérequis? Des réseaux à haut débit performants comme l'UMTS et le PWLAN, des cartes PC compatibles avec ces technologies et le transfert sans coupure entre les réseaux, ou «Seamless Handover». C'est ainsi qu'en



UMTS (Universal Mobile Telecommunications System) Développement du GSM. L'UMTS dessert les grandes agglomérations de Suisse en complément du GSM et du Public Wireless LAN. Il assure un débit de 384 kbit/s, suffisant par exemple pour transmettre de brèves séquences vidéo.

MMS (Multimedia Messaging Service) Développement du SMS intégrant images et sons, avec en sus un avantage de taille: alors que dans un SMS, la longueur du texte est limitée à 160 caractères, dans un MMS le texte ajouté aux images et aux sons peut être de n'importe quelle longueur.

s'appuyant sur un logiciel spécialement développé pour l'occasion, Swisscom Mobile a présenté en première mondiale, lors du salon ITU Telecom World de Genève en octobre 2003, un système de transfert sûr et sans coupure entre le WLAN et l'UMTS. Une carte PC intégrant les protocoles GPRS, UMTS et WLAN, de même que le logiciel ad hoc, seront disponibles sur le marché dès 2004.

Le succès de l'accès internet mobile à haut débit dépendra toutefois non seulement des aspects techniques, mais aussi d'une tarification appropriée et uniforme. A cet égard, Swisscom Mobile mise sur le fait qu'une large acceptation et utilisation des applications de données par le grand public entraîneront une harmonisation des modèles tarifaires GPRS, UMTS et WLAN.

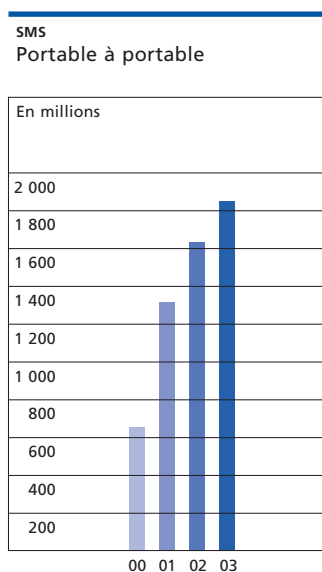
Vodafone live! – convivial et dynamique

S'appuyant sur la technologie Vodafone, Swisscom Mobile a développé le produit Vodafone live!, qu'elle a lancé sur le marché suisse en novembre 2003. Grâce à Vodafone live!, chacun peut accéder à un vaste univers multimédia interactif par le biais de son téléphone mobile, qui devient ainsi console de jeux, appareil et album de photos ou centre de divertissement et d'information. A la fin de l'année, le portail Vodafone live! recensait déjà quelque 50 000 clients, soit 2,1% des abonnés (postpaid). Quant aux titulaires d'une formule prépayée, ils peuvent aussi utiliser Vodafone live! depuis début mars 2004. Enfin, des applications UMTS, comme la transmission d'images vidéo, seront disponibles à partir de l'automne. Des terminaux d'avant-garde et une interface utilisateur simple, telles sont les clés du succès de Vodafone live!.

Rappelons que Vodafone Plc détient 25% du capital-actions de Swisscom Mobile. L'utilisation de produits Vodafone est l'un des nombreux avantages de ce partenariat stratégique établi avec le leader mondial de la téléphonie mobile. En outre, Swisscom Mobile profite d'économies d'échelle considérables en matière d'acquisition de services d'infrastructure et de terminaux, ainsi que de terminaison des appels internationaux.

Solutions mobiles de données: demande en hausse

Le succès des services de données mobiles ne se dément pas. Pour le travail nomade, Swisscom Mobile propose des produits et des solutions adaptés aux besoins des différents groupes d'utilisateurs. C'est ainsi



qu'en particulier les entreprises au service extérieur important recourent de plus en plus à la communication mobile de données pour gérer le travail de leurs collaborateurs, grâce à des applications comme Corporate Office Access. Cette dernière permet aux collaborateurs en déplacement d'établir une connexion GPRS sécurisée avec le réseau de leur entreprise et, partant, d'utiliser les applications propres de cette dernière, par exemple pour la logistique, la vente et le service à la clientèle. Citons encore l'application BlackBerry®, dont les utilisateurs sont reliés en permanence au serveur de messagerie via GPRS («always on»). Cette solution est à la disposition des clients commerciaux de Swisscom Mobile depuis le mois de juin.

En 2003, l'utilisation des applications GPRS tant par les particuliers que par les entreprises a sensiblement augmenté. Depuis novembre, le GPRS est aussi disponible pour les titulaires d'une formule prépayée, qui peuvent ainsi, entre autres, transmettre des MMS et accéder bien plus rapidement à d'autres services de données mobiles. Ces nouveaux services enregistrent une croissance très soutenue.

Perspectives

Swisscom Mobile entend conserver sa position de leader du marché, en misant notamment sur la qualité et l'innovation. Déterminée à défendre ses parts de marché et à augmenter son chiffre d'affaires, elle a prévu de lancer une vaste offensive incluant des nouveaux produits ainsi que des mesures visant à stimuler les ventes dans les secteurs voix et SMS. Au nombre des événements de l'année figureront la commercialisation d'un produit Remote Access mobile à haut débit pour utilisateurs d'ordinateurs portables ainsi qu'une version vidéo de Vodafone live! pour clients privés. Enfin, la satisfaction de la clientèle restera bien entendu une priorité.

Swisscom Enterprise Solutions – tout sous le même toit

La mauvaise conjoncture économique en Suisse et la pression constante sur les prix ont marqué l'exercice 2003 de Swisscom Enterprise Solutions, qui a vu son chiffre d'affaires reculer de 9,9%, à CHF 1371 millions. Toutefois, grâce à des mesures d'économie et à l'optimisation des processus d'entreprise, le bénéfice d'exploitation (EBITDA) a progressé à CHF 134 millions (+ 38,1%). Depuis début 2004, Swisscom Enterprise Solutions se concentre sur son métier de base, à savoir le suivi de quelque 4000 clients commerciaux aux exigences élevées. Ce recentrage permettra à l'entreprise de consolider sa position de fournisseur de solutions complètes.

Enterprise Solutions	2002	2003
Chiffre d'affaires net ¹⁾	1 522	1 371
EBITDA ²⁾	97	134
Nombre de collaborateurs	1 410	1 117

¹⁾ en millions de CHF

²⁾ résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements, en millions de CHF

Swisscom Enterprise Solutions s'est spécialisée dans la gestion d'infrastructures de communication ainsi que dans la planification, la construction et l'exploitation de solutions de communication pour le compte de clients commerciaux implantés en Suisse. La réorientation de l'entreprise et l'optimisation de ses processus ont entraîné la suppression de plus de 250 postes de travail. Forte de 1117 collaborateurs répartis sur 15 sites, Swisscom Enterprise Solutions propose des services internet et de communication (voix et données), qu'elle intègre en solutions clients complètes. Elle répond ainsi aux besoins en matière d'intégration de processus (p. ex. pour les centres d'appels) et de solutions de convergence reposant sur le protocole internet (IP).

Recentrage sur les activités liées aux solutions

Les clients commerciaux attendent de leur partenaire de télécommunication des solutions personnalisées complètes: connexions entre sites, mobilité, optimisation des processus et des coûts, mais aussi sécurité du réseau et des transmissions. Le besoin en infrastructures de communication sûres, en particulier, n'a cessé d'augmenter, une tendance qui devrait se maintenir ces prochaines années.

Swisscom Enterprise Solutions a pris les mesures nécessaires pour s'adapter de manière optimale à la nouvelle donne du marché. Elle a notamment renforcé sa position en se concentrant sur des solutions répondant aux besoins des clients et basées sur la convergence de l'informatique et de la télécommunication, mais aussi en intensifiant la formation dans le domaine du suivi de la clientèle. Aujourd'hui, Swisscom Enterprise Solutions est donc en mesure d'assister le client depuis l'analyse des besoins jusqu'à la réalisation d'une solution de communication optimale.

Au cours de l'exercice sous revue, Swisscom Enterprise Solutions a de nouveau mis en œuvre de nombreux projets avec succès. A preuve la solution réseau choisie par Renault et Nissan Suisse SA après leur

Survol 2003
Swisscom Fixnet
Swisscom Mobile
Enterprise Solutions
debitel
Autres activités
Clients
Environnement
Collaborateurs
Actionnaires
Société

fusion. Le cahier des charges consistait à intégrer le réseau des revendeurs du groupe Nissan dans le réseau existant de Renault. Swisscom Enterprise Solutions a su implémenter une solution client reliant 480 partenaires contractuels Renault/Nissan, laquelle répond parfaitement aux attentes différenciées des grands et des petits garages ainsi qu'aux exigences élevées du client en termes de sécurité d'exploitation.

L'innovation et la satisfaction de la clientèle déterminent le succès des solutions de télécommunication pour clients commerciaux. De ce point de vue, Swisscom Enterprise Solutions se trouve sur la bonne voie, comme l'attestent les mesures de satisfaction de la clientèle: avec une note de 7,63 sur 10, l'entreprise peut se targuer d'un bon résultat en la matière, tant dans l'absolu qu'en comparaison sectorielle.

L'optimisation se poursuit en 2004

En 2003, Swisscom Enterprise Solutions et Swisscom Fixnet ont analysé en détail leurs segments de clientèle, procédant ensuite à une nouvelle répartition des clients en fonction des besoins de ceux-ci. C'est ainsi que Swisscom Enterprise Solutions se concentre depuis début 2004 sur les clients aux besoins complexes en matière de télécommunication (solutions), soit environ 4000 grandes entreprises suisses, tandis que Swisscom Fixnet propose tous les produits de télécommunication standard pour la clientèle privée et commerciale. Afin de garantir la continuité du suivi des quelque 46 000 clients transférés à Swisscom Fixnet, plus de 100 collaborateurs de Swisscom Enterprise Solutions ont intégré l'effectif de Swisscom Fixnet. Cette nouvelle segmentation permet aux deux sociétés de se concentrer encore davantage sur leur métier de base et les besoins de leur clientèle.

Lors du deuxième voyage, abordant le pays de Brobdingnag, Gulliver se retrouve au milieu de géants. Cette sensation n'est pas inconnue de Swisscom qui, elle aussi, se sent parfois semblable à un nain. Par exemple en comparaison internationale ou vis-à-vis des grands groupes étrangers auxquels sont rattachés ses concurrents nationaux.

«Je tombai sur une grande route, du moins la pris-je pour telle, bien qu'elle servit aux habitants de sentier à travers un champ d'orge. Je la parcourus un certain temps, sans pouvoir discerner grand-chose de part et d'autre car on approchait de la récolte et le grain se dressait sur quarante pieds au moins.»

debitel – interface entre les exploitants de réseau, les commerçants et les clients finals

En 2003, debitel a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 4,6 milliards et un bénéfice d'exploitation (EBITDA) de CHF 137 millions. L'augmentation de ses investissements dans le segment postpaid (clients contractuels) lui a permis d'obtenir un franc succès sur le marché allemand de la téléphonie mobile, notamment en ce qui concerne l'acquisition de nouveaux clients et la fidélisation des clients existants.

debitel	2002	2003
Chiffre d'affaires net ¹⁾	4 111	4 555
EBITDA ²⁾	159	137
Nombre de clients	10 061 000	10 344 295
Nombre de collaborateurs	3 299	3 123

¹⁾ en millions de CHF

²⁾ résultat d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements, en millions de CHF

Après la croissance explosive de ces dernières années, le marché allemand de la téléphonie mobile a montré en 2003 des signes de saturation. A la fin de l'année, le taux de pénétration du marché atteignait environ 78%. Cette évolution amène les opérateurs à changer de stratégie. En effet, si par le passé l'objectif principal était de gagner le plus de clients possible, il s'agira dorénavant de fidéliser les clients existants en leur proposant des services et des prestations ainsi qu'un suivi d'excellente qualité.

enhanced Service Provider

Appliquant le modèle commercial enhanced Service Provider (eSP), debitel propose à ses clients un vaste choix de prestations spécifiques de divers exploitants de réseau: téléphonie mobile, réseau fixe et internet. En tant qu'opérateur sans réseau propre, debitel leur offre en outre des produits et des services inter-réseaux.

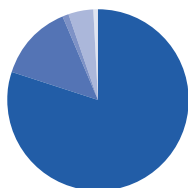
Huit millions de clients sur le marché allemand

En octobre 2003, debitel a franchi en Allemagne le cap des huit millions de clients. Sur toute l'année, l'opérateur a acquis environ 571 000 nouveaux clients, dont 522 000 dans le segment postpaid (clients contractuels), plus attrayant. D'où une amélioration notable de la qualité de l'assise clientèle.

Tenant en outre à inscrire ses activités dans la durée, debitel propose aux clients qui se sont révélés rentables pendant la durée de leur contrat une offre de prolongation attrayante. Quelque 600 000 clients en ont profité au cours de l'exercice sous revue.

Clients Par pays

Nombre	
8 299 775	Allemagne
1 402 547	Pays-Bas
102 048	France
454 581	Danemark
85 344	Slovénie



Autres activités importantes

Swisscom Systems – spécialiste des solutions de télécommunication

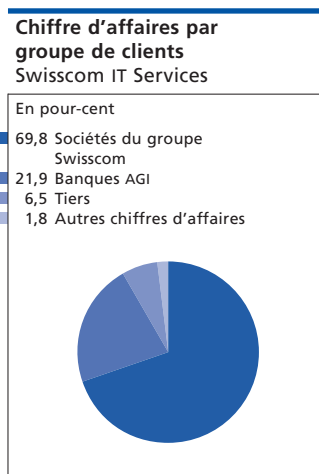
Leader du marché suisse des systèmes de communication vocale traditionnelle et de voix sur IP, Swisscom Systems propose aux moyennes et grandes entreprises des solutions globales personnalisées. Ses atouts: un service à la clientèle présent sur l'ensemble du territoire, un vaste savoir-faire en matière de conseil, de conception et de réalisation de solutions de télécommunication et la diversité de son portefeuille de produits.

Pour Swisscom Systems, 2003 a été une année de profonde restructuration, conséquence logique de l'évolution du marché. Son modèle commercial comporte désormais deux types d'activités: les activités grand public et les activités «solutions». Swisscom Systems est ainsi en mesure de répondre de manière ciblée aux besoins spécifiques de plus de 100 000 clients. Par ailleurs, tous les processus ont été remodelés, afin de gagner en efficacité et de s'orienter résolument vers les besoins des clients. Enfin, la société a supprimé plus de 450 postes de travail, concentré ses activités sur 14 sites au lieu de 39 et réduit sa surface de bureaux de 60%. Fin 2003, Swisscom Systems employait 1057 collaborateurs.

Pendant l'exercice sous revue, Swisscom Systems a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 345 millions (- 15%) et l'entreprise poursuit systématiquement les efforts engagés pour garantir sa rentabilité à long terme. Ayant achevé sa restructuration, elle dispose désormais des moyens pour réagir en souplesse aux changements technologiques et à l'évolution des besoins de ses clients. En effet, ces derniers accordent à présent moins d'importance aux produits proprement dits qu'aux compétences de leur fournisseur en matière de service global. Dans ce contexte, Swisscom Systems a donc décidé de se profiler également dans des segments proches de son métier de base, notamment dans le domaine des réseaux informatiques locaux (LAN). Elle consolide ainsi durablement sa position de spécialiste du service sur le marché suisse des télécommunications.

Swisscom IT Services – réorientation

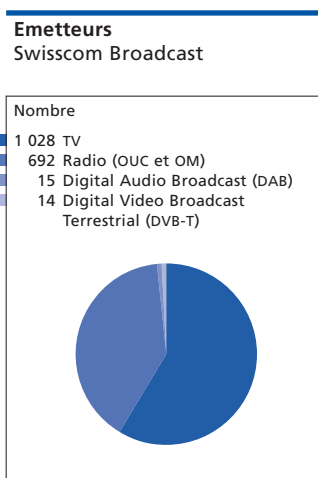
Née au début 2002 de la fusion du secteur informatique de Swisscom avec la société AGI IT Services, Swisscom IT Services a démontré, au cours de son deuxième exercice, qu'elle est un prestataire fiable de services informatiques. Forte de 2268 collaborateurs, la société est spécialisée dans la réalisation, l'intégration et l'exploitation de systèmes informatiques complexes, destinés à traiter de très gros volumes de données. La clientèle de Swisscom IT Services se répartit en trois segments: les sociétés du groupe Swisscom, huit banques cantonales,



qui détiennent une participation minoritaire dans la société via AGI Holding AG, et d'autres entreprises en Suisse. En recul de 9,5%, le chiffre d'affaires 2003 s'élève à CHF 755 millions, dont CHF 165 millions avec les clients AGI. Le chiffre d'affaires avec des clients tiers a quant à lui augmenté de 26%, à CHF 48,8 millions, mais ce succès n'a pas suffi à compenser le recul du chiffre d'affaires enregistré avec les sociétés actionnaires.

Au cours de l'année écoulée, Swisscom IT Services a mené à bien plusieurs projets ambitieux. Ainsi, la société a doté la plateforme commerciale Conextrade d'une solution de facturation compatible avec la TVA – une première en Suisse! Ce développement novateur constitue un pas de plus vers le «tout électronique». Dans le segment bancaire, Swisscom IT Services s'est vu confier plusieurs mandats, tels que le renouvellement et l'exploitation de l'infrastructure informatique de la Banque Cantonale de Lucerne ou le projet de migration et d'externalisation de l'informatique décentralisée de la Banque Cantonale de Fribourg. En novembre, la société a mis en service GEOS à la Banque Cantonale d'Appenzell, le premier logiciel multimandant de gestion de titres. Ce logiciel permet aux banques de gérer automatiquement et à moindres coûts leurs transactions sur titres. En outre, Swisscom IT Services a décroché en 2003 son premier mandat dans le secteur de la santé: elle assure désormais pour CSS Assurance l'exploitation de l'ordinateur central et le stockage des données. Enfin, signalons que la société a réalisé pour la Chancellerie fédérale la plateforme hébergeant le guichet électronique www.ch.ch.

Actuellement, Swisscom IT Services opère sur un marché difficile: les prix ont baissé d'un tiers en cinq ans en raison de l'intensification de la concurrence et la conjoncture reste morose. Aussi la société s'est-elle vue contrainte de réduire ses coûts de façon draconienne et d'adapter ses effectifs. Depuis le 1^{er} janvier 2004, elle concentre ses activités dans quatre secteurs principaux: les télécommunications, les services financiers, le secteur de la santé et les administrations publiques. Bien entendu, les clients existants qui ne seraient pas actifs dans l'un de ces secteurs continuent à bénéficier d'un suivi. L'orientation clientèle, l'efficacité, les compétences sectorielles et le gain de compétitivité sont au centre de cette réorganisation de l'entreprise.



DVB-C (Digital Video Broadcasting – Cable): outre la transmission de signaux télévisuels ou vidéo, la DVB-C permet de fournir d'autres services. Il est possible en effet de transmettre des signaux de programmes radio en même temps que les signaux de télévision et d'offrir également des services et des applications interactifs.

DVB-T (Digital Video Broadcasting – Terrestrial): transmission de services numériques à valeur ajoutée par l'intermédiaire d'antennes terrestres. Il s'agit de la norme actuelle de diffusion de la télévision numérique dans les foyers non connectés au câble ou pour les personnes en déplacement. Ainsi, ces utilisateurs peuvent eux aussi profiter d'une large palette de programmes.

Swisscom Broadcast – sécurité, fiabilité et couverture nationale

La diffusion des signaux de radio et de télévision constitue le métier de base de Swisscom Broadcast. Ses 240 collaborateurs veillent à la disponibilité permanente d'un réseau moderne de radiodiffusion de plus de 500 émetteurs répartis dans toutes les régions de Suisse. Parmi les principaux clients de Swisscom Broadcast figurent SRG SSR idée suisse, des radios et télévisions locales, des opérateurs de téléphonie mobile ainsi que divers services d'intervention d'urgence. Pendant l'exercice sous revue, la société a réalisé un chiffre d'affaires de CHF 149 millions. En 2003, sur mandat de SRG SSR idée suisse, Swisscom Broadcast a déployé douze sites émetteurs en norme DVB-T (télévision numérique terrestre) entre Chiasso et Airolo, faisant du Tessin la première grande région à bénéficier de cette technologie de pointe. Depuis le mois d'août, ces sites diffusent les programmes de TSI 1, TSI 2, TSR 1 et SF 1 en numérique et il est prévu d'étendre la DVB-T à d'autres régions du pays en 2004. La télévision numérique terrestre offre à l'utilisateur final non seulement une meilleure qualité de son et d'image ainsi qu'un plus grand choix de programmes mais aussi la possibilité de bénéficier des prestations proposées par des opérateurs tiers, telles que des programmes de télévision à péage ou des guides de programmes électroniques.

La DVB-C, télévision numérique par le câble, représente elle aussi un jalon important de la numérisation de la télédiffusion. Il est d'ailleurs prévu que Swisscom Broadcast collabore plus étroitement avec les câblodistributeurs, à partir du printemps 2004, afin que ces derniers puissent proposer eux-mêmes des prestations à leurs clients finals. Enfin, la radio numérique (Digital Audio Broadcast, DAB) pourrait être généralisée à tout le territoire dès 2005.

Si l'avenir du secteur de la radiotélédiffusion est à la numérisation, il pourrait aussi être placé sous le signe de la régulation. En effet, c'est en 2004 que le Parlement se penchera sur le projet de révision de la loi sur la radio et la télévision (LRTV). La nouvelle loi obligerait, entre autres, les opérateurs de télécommunication – tels que Swisscom Broadcast – à diffuser les programmes de service public à des prix alignés sur les coûts. Ainsi, les opérateurs de télécommunication subventionneraient les radiodiffuseurs titulaires d'une concession! Swisscom Broadcast est opposée à ce subventionnement croisé, par ailleurs contraire au principe de causalité.

DAB (Digital Audio Broadcasting) A moyen terme, la radio numérique servira de complément au système de diffusion par modulation de fréquence (FM/OUC). La radio numérique terrestre élimine le problème du manque de fréquences affectant le système OUC, tout en améliorant sensiblement la qualité de réception mobile des programmes. Elle favorise en outre la convergence de divers médias, puisqu'elle permet de transmettre non seulement des programmes radio, mais aussi du texte, des images et des services de données en tous genres.

Billag – douze millions de factures envoyées à trois millions de ménages

Billag est spécialisée dans la facturation pour tiers, ou third-party billing en anglais. Ses services englobent la facturation, l'encaissement, les rappels, les poursuites ainsi que le service à la clientèle. Avec un effectif de 139 collaboratrices et collaborateurs, la société a réalisé en 2003 un chiffre d'affaires de CHF 52 millions. Elle a envoyé quelque douze millions de factures à trois millions de ménages, soit un volume d'encaissement de CHF 1,2 milliard. Le plus gros mandat de Billag lui vient de la Confédération, pour qui elle encaisse les redevances de radio et de télévision.

Billag offre également son savoir-faire à d'autres organisations et à des entreprises du secteur privé et, au cours de l'exercice écoulé, la société a décidé de développer ses activités dans de nouveaux secteurs, tels que le secteur de la santé, les administrations publiques ou encore les associations.

En décembre, Billag a racheté la société T-Systems Card Services AG, spécialisée dans la fidélisation de la clientèle sur la base de cartes clients. Ses 137 collaboratrices et collaborateurs gèrent un volume de transactions par cartes de CHF 2 milliards. Les segments de clientèle de Billag et de T-Systems Card Services se complètent idéalement et les similitudes de processus de traitement autorisent des synergies. Le rachat de T-Systems Card Services fait de Billag la première entreprise suisse de la facturation pour tiers.

Swisscom Eurospot

Swisscom Eurospot, filiale de Swisscom à part entière, déploie et exploite des réseaux informatiques locaux sans fil (wireless LAN, WLAN) à des endroits très fréquentés tels que centres de congrès, hôtels, gares ou aéroports, dans toute l'Europe, Suisse exceptée. Les travailleurs nomades présents sur ces sites, ou Hotspots, peuvent ainsi se connecter simplement à l'internet et au réseau de leur entreprise au moyen de leur assistant numérique personnel, notebook, etc., par une liaison sans fil à haut débit. Fin 2003, en collaboration avec ses partenaires d'itinérance, Swisscom Eurospot proposait ses services sur 1500 points d'accès dans huit pays d'Europe occidentale. La société compte de ce fait parmi les principaux fournisseurs de services PWLAN (Public Wireless LAN), appelés également WiFi. En outre, elle a déjà conclu des contrats avec environ 1400 sites supplémentaires.

Participations à l'étranger

En 2003, Swisscom a vendu la participation minoritaire qu'elle détenait dans Cesky Telecom par l'intermédiaire de TelSource N.V., une co-entreprise fondée en 1995 par Swisscom et le Hollandais KPN et qui contrôlait 27% du capital de l'opérateur tchèque. Depuis la réorientation de sa stratégie internationale, opérée en 2000, la participation de Swisscom dans Cesky Telecom était purement financière. Le manque de synergies, les maigres possibilités de croissance et l'importance du risque quant à l'évolution future de Cesky Telecom sont les principales raisons qui ont motivé la décision de l'opérateur suisse. La part de Swisscom au produit de la vente s'élève à environ CHF 500 millions.

Swisscom détient 17,7% du capital d'Infonet Services Corporation, un important fournisseur de systèmes de communication. Infonet assure pour le compte de multinationales le transfert rapide et sécurisé de données entre centres de calcul internes et externes. La société possède un portefeuille de quelque 3000 clients dans 180 pays. En 2003, Infonet Services Corporation a reçu le «World Communications Award», qui l'a consacrée non seulement meilleur fournisseur, mais aussi fournisseur offrant le meilleur service à la clientèle. De plus, Infonet a accru sa notoriété publique en parrainant l'équipe Alinghi à titre de sponsor principal.

Au cours de son troisième voyage, Gulliver atteint l'île des scientifiques, qui se consacrent corps et âme aux études techniques. Swisscom ne fait pas de recherche fondamentale. Néanmoins, elle possède sa propre unité de recherche, qui analyse les tendances, étudie systématiquement les nouvelles technologies et développe des prestations et produits prometteurs, contribuant ainsi à hisser Swisscom au sommet de la hiérarchie mondiale en matière de fiabilité, d'innovation et de qualité de service.

Voyage à Laputa, Balnibarbi, Glubbudrib, Luggnagg et au Japon | Les voyages de Gulliver, de Jonathan Swift

«L'endroit est rempli d'une quantité de sextants, quadrants, télescopes, astrolabes et autres instruments astronomiques, sur laquelle repose le sort de l'île, est un aimant d'une taille prodigieuse, tissant par la forme »
Mais la curiosité la plus étonnante, qui évoque une navette de tissage

La satisfaction de la clientèle, clé de notre succès

Le succès de Swisscom à long terme dépend en grande partie de la satisfaction de sa clientèle. Pour mesurer cette satisfaction, Swisscom se fonde sur le jugement que portent ses clients sur ses quatre valeurs de marque – fiabilité, enracinement, cosmopolitisme et respect –, qui représentent ce qu'elle-même souhaite leur apporter. Depuis deux ans, Swisscom mesure donc régulièrement la manière dont la clientèle perçoit ces valeurs. Comparés à ceux de la concurrence, les bons résultats obtenus lors de ces enquêtes la placent certes au-dessus de la moyenne, mais les clients se montrent globalement plus critiques. C'est pourquoi Swisscom s'est fixé pour priorité d'accroître leur satisfaction en 2004.

Les clients privés de Swisscom Mobile, de Swisscom Fixnet et de nos principaux concurrents sont interrogés chaque trimestre afin de connaître, sur la base de nos quatre valeurs de marque, le degré de satisfaction que leur procurent leurs opérateurs respectifs. De manière générale, la satisfaction client demeure stable dans le secteur des télécommunications. Swisscom, qui abordait l'exercice sous revue forte des bons résultats de l'année précédente, demeurait en tête du classement fin 2003, mais son avance se réduisait quelque peu. On observait la même tendance auprès des clients commerciaux de Swisscom Mobile et Swisscom Fixnet. Quant à Swisscom Enterprise Solutions et Swisscom Systems, elles enregistraient des réponses tout à fait satisfaisantes en comparaison sectorielle. Swisscom IT Services se classait dans la bonne moyenne de son marché très disputé.

Group Client Management – un nouvel interlocuteur pour les principaux clients

Parmi les mesures importantes prises par Swisscom pour augmenter la satisfaction de sa clientèle commerciale figure la mise sur pied d'un «Group Client Management», actif depuis le 1^{er} janvier 2004. Chargé de suivre les principaux clients de l'entreprise, ce nouveau secteur a pour but premier de leur offrir, à titre d'interlocuteur unique, des solutions complètes en matière de communication et d'informatique, quelle que soit la société du groupe qui fournit effectivement les prestations. Parmi les compétences du Group Client Management, on peut citer une connaissance approfondie à la fois de l'offre de Swisscom et des besoins des clients.

Survol 2003
Swisscom Fixnet
Swisscom Mobile
Enterprise Solutions
debitel
Autres activités
Clients
Environnement
Collaborateurs
Actionnaires
Société

Autres mesures renforçant l'orientation vers la clientèle

De nombreuses mesures ont été décidées ou mises en œuvre en 2003 pour améliorer la satisfaction de la clientèle privée. Ainsi, au début de l'année, Swisscom Fixnet a lancé un Customer Relationship Management visant à intensifier les contacts avec les clients, à axer encore davantage le conseil et le suivi sur leurs besoins et, partant, à augmenter leur fidélité. Dans les Swisscom Shops, qui, avec plus de cinq millions de clients par année, constituent des points de contact essentiels, l'entreprise entend réduire de façon significative les files d'attente. L'introduction de la charte client, qui s'est déjà révélée bénéfique à la hotline de Swisscom Mobile, devrait également contribuer à améliorer la satisfaction de nos clients.

Gestion de l'environnement, partie intégrante de la gestion d'entreprise

Préserver et renouveler le capital économique, écologique et social: telle est la devise que Swisscom applique en matière de développement durable. L'équilibre écologique présente pour la société un intérêt vital. C'est pourquoi Swisscom vise une utilisation optimale des ressources naturelles et, partant, l'amélioration constante de son éco-efficience. Cette approche est capitale pour le succès de l'entreprise à long terme.

La stratégie environnementale de Swisscom repose sur trois piliers: respect des lois concernant l'environnement et réduction des risques écologiques; utilisation du potentiel d'améliorations écologiques dans l'exploitation; promotion des produits écologiques, des services de télécommunication ménageant l'environnement, des énergies renouvelables et du sponsoring écologique.

S'appuyant sur des systèmes d'exploitation écologiques, la gestion environnementale de Swisscom étend progressivement ses activités hors du cadre de l'entreprise. L'avantage écologique qui en résulte est de plus en plus grand et Swisscom assume ainsi toujours mieux ses responsabilités vis-à-vis de la société.

Des prestations qui diminuent la charge environnementale

Certains des services de télécommunication vendus par Swisscom recèlent un grand potentiel de ménagement de l'environnement. C'est le cas notamment des conférences téléphoniques, des Combox, du Remote Access Service (RAS) et des «host centers». Toutefois, ces prestations nécessitent des équipements qui, eux, polluent et Swisscom s'efforce d'y remédier en collaborant étroitement avec les fabricants pour améliorer ce matériel du point de vue écologique. Depuis 2003, les principaux fournisseurs font d'ailleurs l'objet d'une évaluation écologique et sociale de la part de l'«Environment Committee» de Swisscom. En association avec l'Institut für Wirtschaft und Ökologie de l'Université de St-Gall (IWÖ-HSG) et l'Association suisse pour l'intégration de l'écologie dans la gestion d'entreprises (ASIEGE), Swisscom participe en outre à un projet de marketing durable dans le domaine des télécommunications. Celui-ci vise à déterminer les cycles de vie écologique et social de produits et de services, à améliorer ces cycles en harmonie avec les souhaits des clients et à favoriser leur commercialisation. Dans le marketing durable, les objectifs écologiques, sociaux et économiques se complètent de manière idéale.

Recours aux énergies renouvelables et sponsoring écologique

Swisscom Fixnet est une grande consommatrice de courant électrique certifié écologique par le label «naturemade star». Swisscom IT Services achète également ce type de courant depuis 2003. Ce faisant, Swisscom promeut les sources d'énergie – éolienne, solaire – renouvelables et soutient l'aménagement des usines hydroélectriques dans un esprit de respect de la nature. Par cette forme de protection du paysage, Swisscom Fixnet accroît la valeur des zones de délasserment, une démarche qui profite aussi bien à la société qu'à l'environnement.

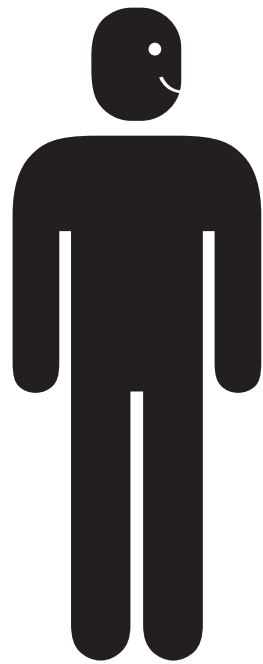
Par le biais du sponsoring écologique, Swisscom apporte son soutien à des projets environnementaux externes bien conçus et présentant un rapport avec les activités écologiques ou commerciales de l'entreprise. Le Parc national suisse constitue un bon exemple de cette démarche: le soutien que Swisscom lui fournit profite non seulement à la flore et à la faune alpines mais encore à toute une région périphérique de Suisse.

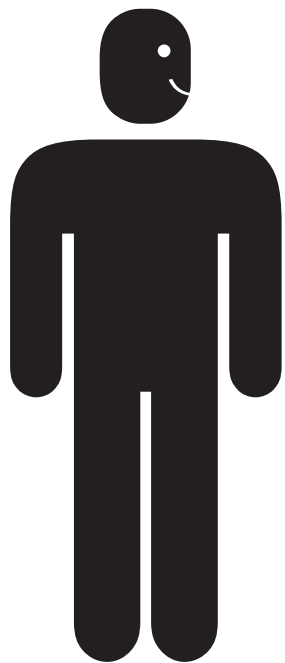
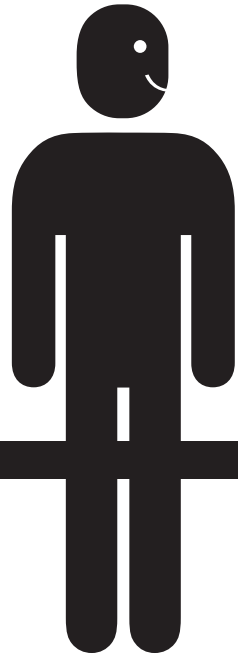
Diminution de la consommation de papier

Grâce au passage à la facture bimestrielle pour les clients téléphonant peu, Swisscom Fixnet économise 200 tonnes de papier par année. Encouragée par cette expérience réjouissante, Swisscom a offert 25 000 arbres pour le reboisement de la région de Loèche, contribuant à atténuer les conséquences de l'incendie de forêt qui, en été 2003, a ravagé cette autre région périphérique.



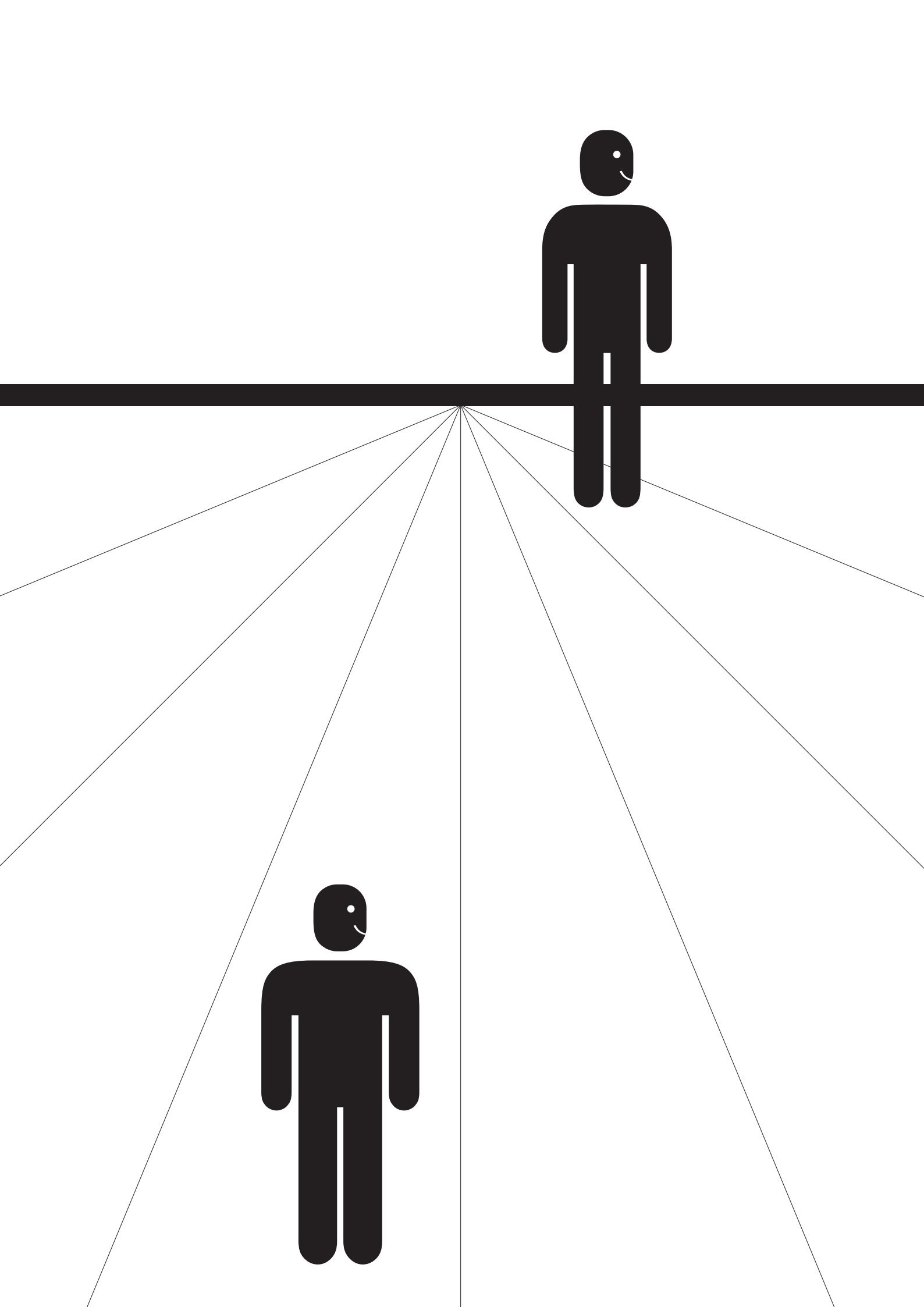
Les choses sont-elles vraiment comme elles sont?





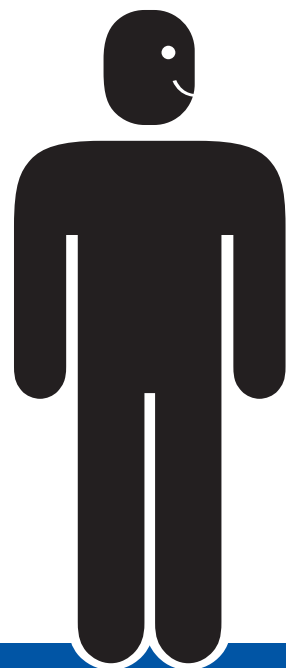
La perspective change la réalité.

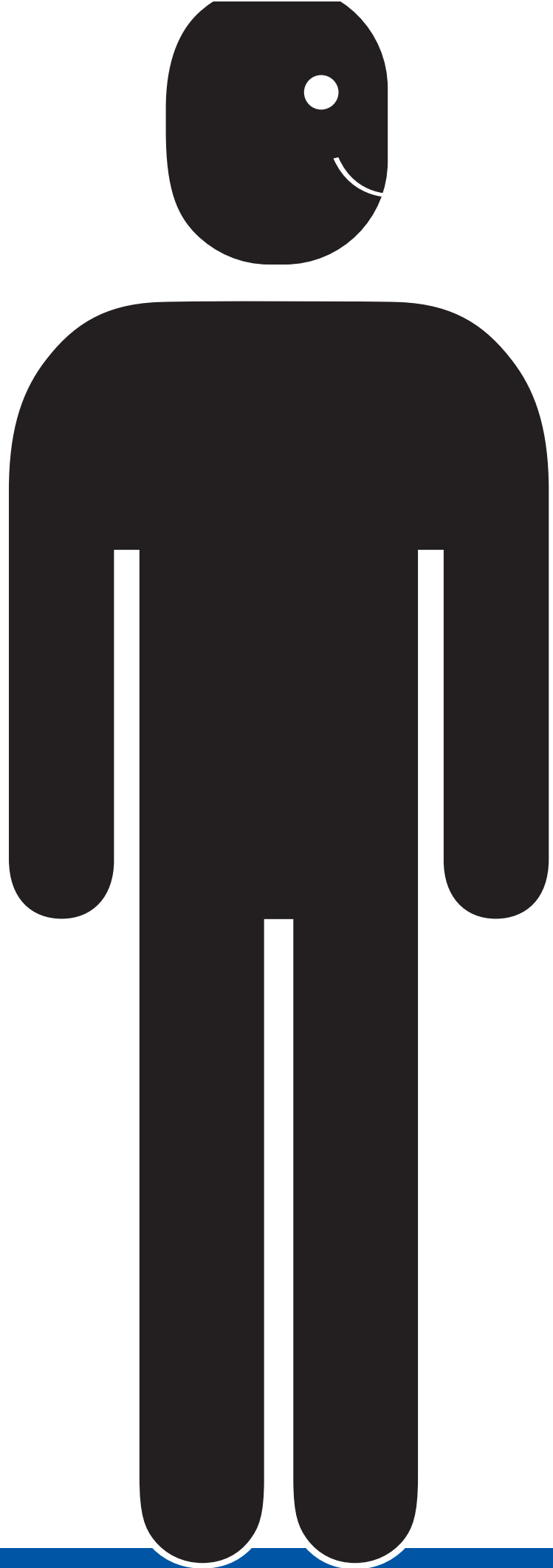






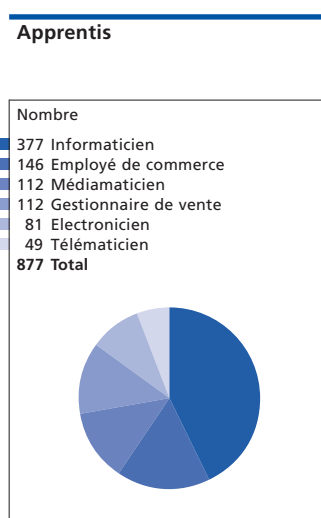
La grandeur est toujours une question de perspective.





Swisscom, un employeur loyal

Swisscom accorde la plus grande attention à ses collaborateurs à chaque étape de leur parcours professionnel, de l'apprentissage à la retraite et même au-delà, leur offrant de bonnes conditions d'engagement et de travail et les encourageant à assumer leurs responsabilités. En 2003, la forte concurrence, les mauvaises perspectives de croissance et la pression sur les coûts ont néanmoins entraîné de nouvelles suppressions de postes. Soulignons toutefois que Swisscom inscrit la réduction de ses effectifs dans un cadre socialement acceptable. Les collaborateurs touchés bénéficient de plans sociaux généreux, sans pareils en Suisse.



Il est de tradition pour Swisscom d'offrir des places d'apprentissage attrayantes et de qualité. L'entreprise forme de jeunes adultes dans six professions: gestionnaire de vente, électronicien, informaticien, télématicien, employé de commerce et médiaticien. La demande demeure forte, puisque en dépit de la réduction des effectifs, le nombre d'apprentis a légèrement augmenté, passant à 877. Parmi eux, 244 ont terminé leur formation en 2003, dont un tiers a trouvé un emploi fixe dans l'entreprise. Compte tenu de la situation difficile prévalant sur le marché du travail, Swisscom a offert des «emplois-relais» à tous ceux qui n'avaient pas trouvé de place de travail ni de solution de remplacement au terme de leur apprentissage. Trente-huit ex-apprentis ont accepté cette proposition limitée à six mois.

De nouvelles voies de formation professionnelle et de promotion de la relève

Tirant parti des possibilités offertes par la nouvelle loi sur la formation professionnelle (nLFPR), Swisscom a défini d'importants paramètres dans ce domaine, élaborant ces dernières années un nouveau modèle de formation très prometteur. Ce modèle tient compte en particulier de l'évolution de notre société vers une société de l'information et du savoir. Au printemps 2003, Swisscom a lancé un essai pilote de nouvelles formes d'apprentissage impliquant 48 apprentis employés de commerce ou informaticiens avec, au cœur de cette nouvelle approche, une méthode de travail et de formation par projets. Cet essai fait l'objet d'un suivi scientifique avec analyse permanente des résultats, ce qui permet de l'améliorer au fur et à mesure de son déroulement.

Malgré la situation tendue sur le marché du travail et le recul du nombre d'emplois, Swisscom accorde une grande importance à la promotion de la relève. Présente à toutes les grandes manifestations universitaires en 2003, elle entretient des contacts personnels avec les étudiants et futurs diplômés des hautes écoles. Avec plus de 130 places de stages destinées aux étudiants, des postes à temps partiel, des offres d'emploi aux diplômés talentueux et un «trainee program», Swisscom

offre aux jeunes universitaires de nombreuses possibilités de mettre le pied à l'étrier. D'après les sondages, le leader du secteur des télécommunications est perçu par la relève comme un employeur attrayant et moderne. Pour resserrer les liens avec ces jeunes en formation, Swisscom a parrainé une promotion de quelque 700 étudiants de l'Université de St-Gall.

Un engagement social au service des collaborateurs

Sur treize de ses sites, Swisscom propose son propre service social. Celui-ci conseille les collaborateurs en proie à des difficultés personnelles ou budgétaires, apporte un soutien financier en cas d'urgence et organise des séminaires de prévention. Les thèmes abordés sont les toxicodépendances, le stress, le harcèlement psychologique ou sexuel et la préparation à la retraite. Le service social de Swisscom est à la disposition de tous les collaborateurs du groupe en Suisse.

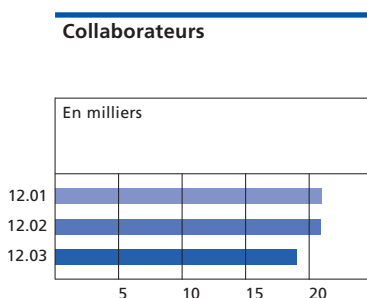
Swisscom est par ailleurs sensible aux problèmes des personnes handicapées. C'est un principe solidement ancré dans sa politique du personnel que de prendre au sérieux les besoins des personnes à capacité de travail réduite et d'intégrer ces dernières à long terme dans les activités quotidiennes de l'entreprise. Dans cette perspective, l'entreprise offre des postes dits d'intégration.

Qui dit collaborateurs contents dit clients satisfaits

Swisscom a élaboré un système de rémunération axé sur les prestations et présentant plusieurs composantes: un salaire fixe dépendant de la fonction, de la prestation et de l'expérience, une part variable liée au résultat calculée sur la base de la réalisation d'objectifs individuels et collectifs pré-établis, ainsi que des avantages sociaux (fringe benefits) et des allocations. Le niveau des salaires est vérifié annuellement, compte tenu des résultats d'études exhaustives effectuées sur le marché du travail. En 2003, les comparaisons montraient que Swisscom, toutes fonctions confondues, versait des salaires légèrement supérieurs à la moyenne de ceux du marché. Depuis 2002, Swisscom offre en outre à ses employés la possibilité d'acheter des actions à des conditions de faveur. Le programme «TopShare» donne ainsi à chaque collaborateur soumis à la CCT la possibilité de récolter en toute simplicité et flexibilité, en tant qu'actionnaire, les fruits d'un succès auquel il a lui-même contribué.

Un grand homme
n'est autre qu'un
petit homme
qui a une idée
d'avance.





Bien que l'égalité des sexes soit inscrite dans les principes de la politique du personnel de Swisscom, la proportion de femmes, surtout parmi les cadres (11%), est encore trop faible. Il s'agit donc d'exploiter davantage le potentiel interne et celui du marché.

En 2003, le siège principal et les sociétés du groupe Swisscom ont mené des enquêtes auprès de leurs collaborateurs, afin de mesurer, notamment, leur satisfaction quant à leur situation. Les résultats obtenus sont globalement positifs. Les points les mieux notés sont le climat et les conditions de travail ainsi que l'esprit d'équipe. Le travail est jugé à la fois exigeant et intéressant. Les collaborateurs relèvent toutefois un potentiel d'amélioration dans les domaines de la formation et de la formation continue ainsi qu'en matière de charge de travail et de collaboration interne. Les résultats ont été analysés à la fin 2003 et les mesures nécessaires aussitôt prises.

Renouvellement de la CCT et du plan social

En automne 2003, Swisscom a prolongé l'actuelle convention collective de travail (CCT) et le plan social jusqu'en 2005. En plus de conditions d'emploi modernes – par exemple semaine de 40 heures, cinq semaines de vacances – la CCT reconduite comporte un certain nombre d'améliorations. Désormais, le salaire minimal annuel est de CHF 45 500 (+ 6000). De plus, le congé de maternité sera porté à 16 semaines pour toutes les collaboratrices dès l'entrée en vigueur de la nouvelle loi sur les allocations pour perte de gain (LAPG), mais au plus tard à partir du 1^{er} janvier 2005. Enfin, les allocations pour le travail régulier de nuit et du dimanche ont été augmentées. Rappelons que quelque 16 500 personnes occupant environ 14 000 postes à plein temps sont soumises à la CCT de Swisscom.

1263 emplois de moins

A la fin 2003, Swisscom comptait 19 207 postes à plein temps, soit 1263 de moins qu'une année auparavant. Sans debitel, le nombre de postes était de 16 084 unités. Ces chiffres ne tiennent pas compte des 877 places d'apprentissage. Le recul fait suite aux difficultés rencontrées sur les marchés ainsi qu'à la forte pression qui s'exerce sur les prix et sur les coûts, comme en témoigne la baisse du volume des affaires dans le segment de la clientèle commerciale. Relevons toutefois que le boom de la communication à haut débit et l'évolution positive des affaires de Swisscom Mobile ont permis de créer 200 nouveaux postes.

Survol 2003
Swisscom Fixnet
Swisscom Mobile
Enterprise Solutions
debitel
Autres activités
Clients
Environnement
Collaborateurs
Actionnaires
Société

Dans le but d'éviter au maximum les licenciements en cas de restructurations, Swisscom a mis sur pied un programme de maintien en emploi et de réemploi durables. Les postes libres sont repourvus en interne dans toute la mesure du possible. Le but premier consiste à encourager les collaborateurs dans leurs efforts visant à améliorer leur compétitivité sur le marché du travail, raison pour laquelle plusieurs sociétés du groupe entretiennent un système de gestion des compétences (skills management). A cela s'ajoute, dans les situations de suppressions de postes, l'examen de variantes telles que la réduction du temps de travail.

Depuis 1999, Swisscom soutient les collaborateurs touchés par les réductions d'effectifs au moyen de divers programmes:

Antenne Emploi (AE). Le programme AE de Swisscom offre des services de réorientation professionnelle et de placement aux personnes touchées par des restructurations. Pour que ces services désormais éprouvés puissent être proposés à d'autres entreprises, AE a été externalisée et transformée en société anonyme en été 2003. La nouvelle société baptisée PersPec Personal Perspectives SA, filiale de Swisscom à 100%, occupe une vingtaine de personnes. Elle opère sur le marché sous le nom de PersPec.

Environ 90% des quelque 2000 collaborateurs de Swisscom ayant participé au programme AE depuis le début de la libéralisation ont bénéficié d'une solution satisfaisante: ils ont trouvé un poste similaire dans une nouvelle entreprise, se sont lancés dans une activité indépendante ou, après une formation adéquate, ont réussi leur reconversion professionnelle.

Co-Motion. Co-Motion est l'un des programmes d'aide à la création d'entreprises qui connaissent le plus de succès en Suisse. Destiné aux collaborateurs intéressés par le statut d'indépendant, il les aide à planifier les principales étapes de la création de leur entreprise et leur offre un soutien financier sous la forme d'un capital initial ou d'un prêt sans intérêt. Depuis le lancement du programme en 1999, 592 collaborateurs de Swisscom y ont pris part et 237 plans de développement ont été approuvés.

WORK_LINK. WORK_LINK, co-entreprise détenue par Swisscom, les syndicats et Manpower SA, constitue une première sur le marché suisse du travail. WORK_LINK propose des emplois temporaires aux collaborateurs les plus anciens de Swisscom touchés par les mesures de

restructuration et les aide à réintégrer le marché externe du travail, lorsque aucune solution n'a pu être trouvée pour eux au sein d'AE. En 2003, WORK_LINK a assisté en moyenne 421 personnes par mois.

Swisscom Venture Fund – la voie de l'indépendance

En 1999, Swisscom s'est dotée d'un Venture Fund ouvert à tous les collaborateurs du groupe. Ce fonds, qui soutient la création d'entreprises, est un instrument de promotion au service des collaborateurs attirés par le statut d'indépendant. Sa tâche principale est d'assister les collaborateurs désireux d'externaliser une partie de l'entreprise à la faveur d'une opération de rachat par les cadres, en leur proposant un service de conseil et un financement. Depuis 1999, pas moins de 17 nouvelles entreprises ont ainsi vu le jour, permettant à quelque 300 collaborateurs de garder leur emploi.

Retraités

Les retraités figurent aussi parmi les interlocuteurs privilégiés de Swisscom. L'entreprise comptait plus de 9800 retraités à la fin 2003. Parmi eux, 7300 sont organisés en groupes régionaux et mettent régulièrement sur pied des manifestations pour les anciens. Swisscom soutient ces groupes tant sur le plan financier que sur celui de l'organisation. Les collaborateurs retraités ont droit à un crédit de CHF 50 sur leur facture de téléphone fixe ou mobile.

Caisse de pensions comPlan

Conséquence de l'évolution négative des marchés financiers ces dernières années, comPlan, la caisse de pensions de Swisscom, affichait fin 2002 un taux de couverture de 93,8%. Afin de rétablir l'équilibre financier, le Conseil de fondation de comPlan a décidé de prélever sur les salaires assurés une cotisation d'assainissement de 3% à partir d'août 2003, dont 1,8% à la charge de l'employeur et 1,2% à la charge des assurés actifs de comPlan. Le taux d'intérêt rémunérant l'avoir de vieillesse dans le régime de la primauté mixte est passé de 4 à 3,25%. Pour les affiliés assujettis au système de la primauté des prestations, la rente vieillesse sera réduite en proportion de la baisse appliquée au régime de la primauté mixte. Les rentes actuelles ne seront pas adaptées au renchérissement aussi longtemps que la cotisation d'assainissement sera perçue. A fin 2003, d'après les comptes provisoires, le taux de couverture de comPlan s'élevait à 97%.

«Je l'assurai que le bateau avait été fait par des
créatures semblables à moi qui, dans tous les pays
Où j'avais voyagé, ainsi que dans le mien,
étaient les seuls animaux rationnels et détenteurs du pouvoir,
aussi avais-je été stupéfait à mon arrivée chez lui
de voir les Houyhnhnms agir en êtres rationnels.»

Son dernier voyage emmène Gulliver sur l'île des sages et vertueux chevaux. Swisscom s'emploie elle aussi à agir avec sagesse. Sa politique d'investissement prudente a permis à notre entreprise de conserver ces dernières années un profil de risques raisonnable et de prendre régulièrement de la valeur.

L'action Swisscom, une valeur sûre

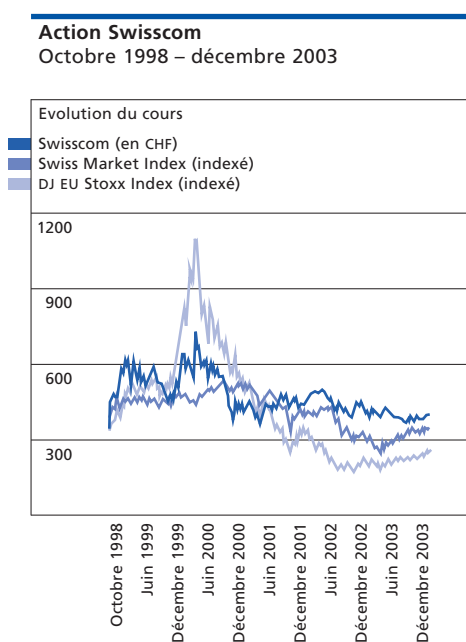
Faisant profiter ses actionnaires des bons résultats de 2002, Swisscom leur a versé au cours de l'exercice sous revue un montant global de CHF 1,3 milliard, dont CHF 794 millions de dividende et CHF 530 millions sous la forme d'une réduction de la valeur nominale de l'action. Son bilan toujours aussi solide et les bons résultats obtenus en 2003 permettront à l'entreprise de verser cette année un dividende total de CHF 861 millions et de procéder à un nouveau rachat d'actions pour une valeur qui pourra atteindre CHF 2 milliards.

Durant le premier semestre 2003, l'évolution du cours de l'action Swisscom a reflété – comme d'autres titres du SMI – la baisse persistante des marchés boursiers. Toutefois, grâce à la reprise qui s'est amorcée au second semestre, le titre s'échangeait à CHF 408 à la fin de l'année, en hausse de 1,9% par rapport à fin 2002. Si l'on considère que durant cette même période, le SMI et le DJ EU Stoxx Telecom Index ont gagné respectivement 18,5% et 18,9%, l'action Swisscom est loin d'avoir flambé par rapport à l'évolution des marchés en 2003. Mais si l'on effectue la comparaison en se basant sur une période de deux ans, on constatera qu'elle a réalisé une performance supérieure respectivement de 3,2 % et de 15,9% aux deux indices précités. Compte tenu de la hausse de 1,9% du cours et des versements opérés en 2003 (dividende de CHF 12 et remboursement sur la valeur nominale de CHF 8 par action), le rendement du titre a atteint 6,9%.

En 2003, Swisscom est passée d'une politique de dividende à une politique de distribution des revenus. Les actionnaires profitent ainsi chaque année de l'intégralité des moyens librement disponibles (Equity Free Cash Flow, EFCF). L'EFCF résulte des liquidités nettes provenant de l'exploitation ainsi que des produits et charges de la vente et de l'acquisition de participations, sous déduction des investissements nets en immobilisations corporelles et autres immobilisations incorporelles, des remboursements de dettes financières (sans les dettes de leasing) et des versements de bénéfices aux actionnaires minoritaires. La distribution a lieu sous la forme d'un dividende – s'élevant à environ la moitié du bénéfice net corrigé du produit des transactions uniques – et d'un éventuel rachat d'actions. Cette année, le montant à distribuer est supérieur au bénéfice net parce que, d'une part, pour des raisons historiques, les amortissements sont supérieurs aux investissements durables en immobilisations corporelles et autres immobilisations incorporelles et, d'autre part, des réserves d'un montant de CHF 5 milliards étaient à disposition fin 2003.

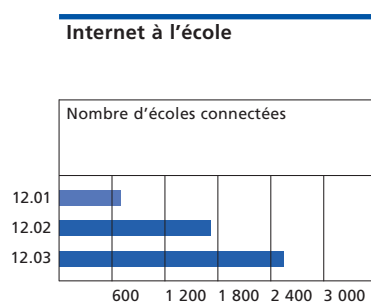
Bien qu'elle opère sur un marché très compétitif, Swisscom est parvenue ces dernières années à maintenir ses moyens disponibles à un niveau élevé, ce qui est d'autant plus remarquable que depuis son entrée en Bourse en 1998, elle a déjà versé CHF 10,2 milliards à ses actionnaires, soit pas moins de 38% de sa capitalisation boursière à fin 2003. L'EFCE de l'exercice 2003 s'élève à CHF 2913 millions. Sur la base du bénéfice net de CHF 1569 millions, Swisscom prévoit de verser le 30 avril 2004 un dividende de CHF 13 par action, soit CHF 861 millions au total. La distribution de ce dividende s'accompagnera d'une campagne de rachat d'actions pour un montant qui pourra atteindre CHF 2 milliards. En fin de compte, Swisscom paiera donc à ses actionnaires la somme totale de CHF 2,9 milliards.

Fin 2003, Swisscom comptait 73 282 actionnaires inscrits. Se profilant comme une entreprise pragmatique opérant sur un mode plutôt défensif – du point de vue du marché des capitaux –, Swisscom intéresse essentiellement des investisseurs axés sur la valeur.



Prestations en faveur de la société et de l'économie

Une entreprise aussi fortement ancrée dans la société helvétique que Swisscom a des obligations vis-à-vis de cette société. Ses responsables en sont pleinement conscients. Cela se traduit par des engagements et des prestations aussi divers que le service universel ou l'initiative Internet à l'école. S'y ajoutent des activités de sponsoring et de soutien dans les domaines du sport, de la culture, de l'environnement ou de l'économie. Swisscom joue en outre un rôle non négligeable en tant qu'employeur et pourvoyeur de mandats à l'échelle nationale.



Service universel – les mêmes prestations aux mêmes conditions

Swisscom Fixnet assure le service universel en Suisse jusqu'en 2007. Swisscom dessert donc l'ensemble de la population, lui fournissant, à un coût raisonnable, des services de télécommunication de base de qualité. En cela, elle apporte une contribution importante au service public. L'offre de base comprend la téléphonie analogique ou numérique, la transmission de données, les appels d'urgence, l'accès aux annuaires, le réseau de publiphones et les services pour malentendants et malvoyants. Swisscom va d'ailleurs plus loin que ce que la loi prescrit en matière de service universel et s'efforce de mettre à disposition, sur tout le territoire, de nouveaux services tels que l'accès internet à haut débit.

Internet à l'école – l'initiative de formation de Swisscom

En 2001, Swisscom lançait son initiative «Internet à l'école», qui a pour but de raccorder gratuitement à l'internet les 5000 écoles primaires, secondaires et professionnelles du pays au moyen d'un accès à haut débit. A fin 2003, quelque 2600 établissements, accueillant plus d'un demi-million d'élèves, bénéficiaient déjà de cette offre. La moitié du chemin qui mène à l'objectif est ainsi parcourue. Les 2400 écoles restantes devraient être raccordées d'ici fin 2006.

Si le raccordement gratuit et l'utilisation illimitée de l'internet sont au cœur de cette initiative, Swisscom s'engage non pas uniquement pour l'infrastructure mais également en ce qui concerne les contenus et, d'une manière générale, l'information sur la Toile. Ainsi, deux fois par année, paraît la brochure «SchoolNetGuide», qui donne de précieux conseils pour l'utilisation de l'internet. L'édition consacrée à «Famille et Internet» a suscité un grand intérêt auprès des parents: 500 000 exemplaires ont été écoulés en peu de temps.

Survol 2003
Swisscom Fixnet
Swisscom Mobile
Enterprise Solutions
debitel
Autres activités
Clients
Environnement
Collaborateurs
Actionnaires
Société

Sponsoring et «Corporate Giving» – l’engagement social de Swisscom

A travers un sponsoring ciblé et des activités de soutien, Swisscom apporte une valeur ajoutée à ses collaborateurs, clients et partenaires, de même qu’à la société en général.

En matière de sponsoring, Swisscom met l’accent sur le sport, la culture, l’économie et l’écologie. Le sport occupant une place importante dans la société, Swisscom accorde à ce domaine une attention particulière. Nous nous engageons principalement en faveur du ski alpin et du ski nordique, du football et du tennis et encourageons spécialement la relève.

Au plan culturel, les productions Good News et les grands festivals en plein air profitent largement du sponsoring de Swisscom, de même que la musique classique et le cinéma.

Au chapitre du sponsoring économique, le Swiss Economic Forum de Thoune, lieu de rencontre des PME et des jeunes entrepreneurs, occupe une place centrale.

Par ailleurs, diverses activités de sponsoring écologique traduisent l’intérêt de Swisscom pour la gestion environnementale: le WWF, le Parc national suisse et le projet GLOBE, qui associe la formation et la recherche en matière d’écologie, en bénéficient.

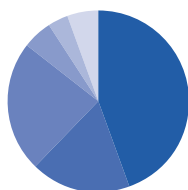
Enfin, au titre du «Corporate Giving», Swisscom s’engage en faveur de fondations et de projets sociaux, éducatifs et environnementaux.

C’est ainsi que l’entreprise parraine depuis plusieurs années la Chaîne du Bonheur, mettant à sa disposition, outre le numéro d’appel gratuit, toute l’infrastructure de télécommunication et internet nécessaire aux journées de collecte nationale. La Main tendue (tél. 143), service d’écoute pour personnes en détresse, reçoit elle aussi l’aide de Swisscom. En 2003, l’engagement en faveur des aveugles et malvoyants a lui aussi occupé le devant de la scène, avec le soutien apporté à «Accès pour tous – Fondation suisse pour une technologie adaptée aux handicapés» (www.access-for-all.ch).

Répartition de la valeur ajoutée en 2003

En pour-cent

44,6	Collaborateurs
17,9	Charges fiscales
23,2	Actionnaires (distribution du bénéfice)
5,4	Actionnaires minoritaires de filiales
3,6	Baillleurs de fonds de tiers
5,4	Entreprise (bénéfice non distribué)



Prestations d'entreprise en faveur de l'économie

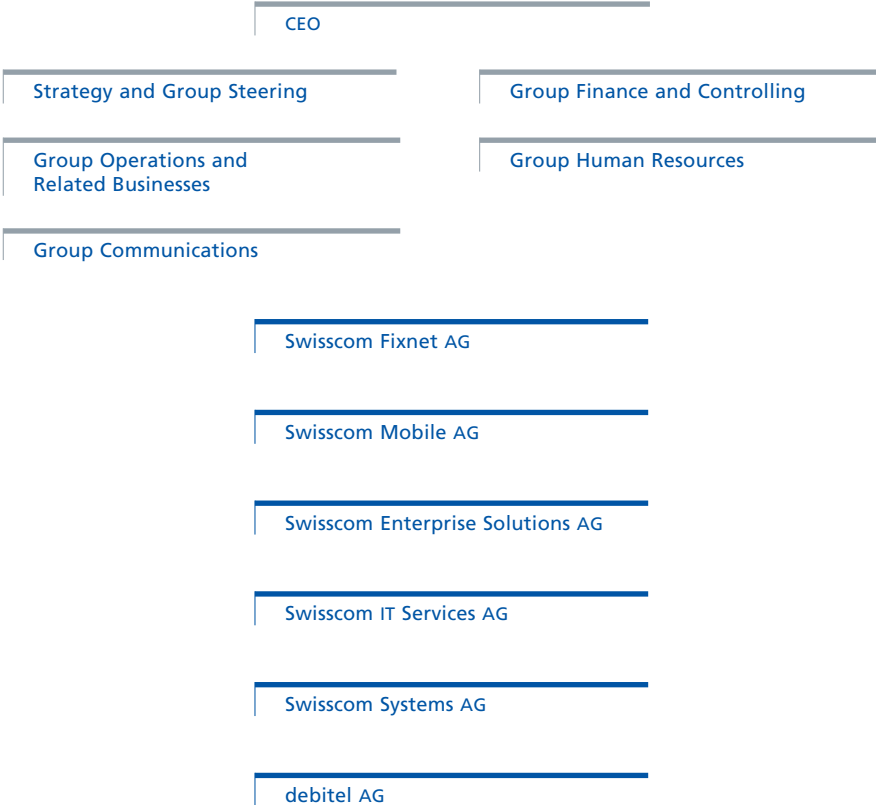
A côté de ses nombreux engagements de nature sociale et civile, Swisscom occupe, à plus d'un titre, une place de premier plan dans l'économie suisse: en tant que huitième employeur du pays offrant plus de 16 000 emplois à plein temps en Suisse ainsi que 877 places d'apprentissage, par le volume des mandats, se chiffrant en milliards de francs, qu'elle confie à l'économie ou encore comme contribuable.

En 2003, Swisscom a créé de la valeur ajoutée pour un montant net de CHF 5,1 milliards, dont 44,6% ont été reversés directement ou indirectement à ses collaborateurs (salaires, cotisations sociales, prévoyance et autres dépenses en faveur du personnel).

Swisscom a en outre versé la somme totale de CHF 73 millions aux pouvoirs publics (Confédération, cantons, communes et Etats étrangers) en impôts directs et près de CHF 500 millions au titre de la taxe sur la valeur ajoutée.

Enfin, la distribution du bénéfice et le remboursement sur la valeur nominale de l'action ont permis à la Confédération, en tant qu'actionnaire principal, d'encaisser CHF 830,6 millions en 2003.

Organigramme du groupe Swisscom



Conseil d'administration Swisscom

Alfred Bissegger
Secrétaire

Michel Gobet
Représentant
du personnel

Torsten G. Kreindl

**Jacqueline Françoise
Demierre**
Représentante
du personnel

Felix Rosenberg
Représentant de la
Confédération



Markus Rauh
Président

Helmut Woelki

André Richoz
Vice-président

Richard Roy

Peter Küpfer



**Ont quitté le conseil
d'administration
en 2003:**
Franco Ambrosetti
(le 6 mai 2003)
Ernst Hofmann
(le 6 mai 2003)
Rose Gerrit Huy
(le 6 mai 2003)

Direction du groupe Swisscom

Jürg Rötheli
Responsable de
Group Operations &
Related Businesses

Hans-Peter Quadri
CEO de
Swisscom Enterprise
Solutions AG

René Fischer
CEO de
Swisscom Systems AG

Carsten Schloter
CEO de
Swisscom Mobile AG

Jens Alder
CEO de
Swisscom AG



Ueli Dietiker
CFO (Chief Financial Officer)
et suppléant du CEO
de Swisscom AG
Responsable a. i. de Group
Human Ressources

Adrian Bult
CEO de
Swisscom Fixnet AG

Michael Shipton
CSO (Chief Strategy
Officer) de Swisscom AG

Stefan Nünlist
Responsable de
Group Communications

Urs Stahlberger
CEO de
Swisscom IT Services AG



Manque sur la photo:
Peter Wagner,
Président du directoire
de debitel AG

**Ont quitté la direction
du groupe en 2003:**
Mauro Santona
(le 31 janvier 2003)
Esther Häberling
(le 30 juin 2003)

Agenda 2004

24 mars	Conférence de presse sur les résultats de l'exercice 2003, à Zurich
1 ^{er} -2 avril	Capital Market Days, à Interlaken
27 avril	Assemblée générale, à Lucerne
30 avril	Paiement du dividende
12 mai	Rapport intermédiaire sur le 1 ^{er} trimestre 2004
13 août	Rapport semestriel 2004
10 novembre	Rapport intermédiaire sur le 3 ^e trimestre 2004

Impressum

Editeur:
Swisscom AG,
Group Communications, Berne

Réalisation:
Swisscom AG,
Group Communications, Berne

Conception:
Gottschalk+Ash Int'l

Traduction:
CLS Corporate Language
Services AG, Bâle

Photos:
Markus Senn
Erhard Hofer (page 7)

Extraits:
Jonathan Swift,
Les voyages de Gulliver,
Flammarion, Paris, 1997

Prepress et impression:
Neidhart+Schön AG

Imprimé sur papier blanchi
sans chlore

©Swisscom AG, Berne

Le rapport annuel 2003 de
Swisscom AG est disponible
en allemand, en anglais et
en français.

Le rapport financier (annexe)
n'est publié qu'en allemand et
en anglais.

Commande d'exemplaires
supplémentaires:

Swisscom AG
Group Communications
CH-3050 Berne
T+41 31 342 36 78
F+41 31 342 27 79
E annual.report@swisscom.com

Informations financières:
Swisscom AG
Investor Relations
CH-3050 Berne
T+41 31 342 25 38
F+41 31 342 64 11
E investor.relations@swisscom.com
www.swisscom.com/ir

Informations générales:
Swisscom AG
Siège principal
CH-3050 Berne
T+41 31 342 11 11
F+41 31 342 25 49
E swisscom@swisscom.com

Informations sociales et
environnementales:
Swisscom AG
Group Communications
Group Relations
CH-3050 Berne
E albert.kuhn@swisscom.com
E pascal.salina@swisscom.com
www.swisscom.com/corporate-responsibility

Des informations actualisées
en permanence sont également
disponibles sur notre site internet
www.swisscom.com

Une version abrégée du
rapport annuel de Swisscom AG
est publiée en ligne.

Allemand:
www.swisscom.com/bericht2003

Français:
www.swisscom.com/rapport2003

Anglais:
www.swisscom.com/report2003

Italien:
www.swisscom.com/rapporto2003