

# 2011

S'engager pour la Suisse



L'exercice

# 2011

en bref

Mesdames, Messieurs,

L'année écoulée, avec son lot de succès et de revers, aura été une année riche en événements pour Swisscom. A l'instar de l'exercice précédent, les services de données mobiles et les activités liées à la télévision – qui enregistre une croissance à deux chiffres – ont joué le rôle de moteurs. Ces deux secteurs ne sont toutefois pas parvenus à compenser entièrement l'érosion des prix qui frappe l'activité principale en Suisse.

L'année 2011 aura également été marquée par les investissements massifs consentis dans les réseaux de dernière génération. En Italie, la crise économique et la hausse des taux d'intérêt se sont traduites par des perspectives de croissance moroses et une augmentation des coûts du capital. La valeur de notre participation Fastweb a été corrigée en conséquence, ce qui a fait chuter le bénéfice net de Swisscom de CHF 1,2 milliard.



### Léger recul du résultat opérationnel

Le chiffre d'affaires du groupe, qui s'inscrit à CHF 11,5 milliards, s'est tassé de CHF 0,5 milliard par rapport à l'exercice précédent. Le bénéfice net a reculé de 61,2% à CHF 0,7 milliard. Le chiffre d'affaires net s'est contracté de 4,3% à CHF 11 467 millions et le résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA) de 0,3% à CHF 4 584 millions. L'augmentation des investissements en Suisse s'est traduite par une diminution du free cash flow opérationnel de CHF 444 millions à CHF 2 068 millions. La croissance de la clientèle et du volume de quelque CHF 400 millions n'a pas permis de compenser l'érosion des prix dans l'activité principale en Suisse d'environ CHF 500 millions. Dans ce pays, les investissements ont augmenté de CHF 226 millions à CHF 1,54 milliard et le nombre des postes de travail s'est accru de 3,5%. En Italie, la guerre des prix a entraîné une baisse du chiffre d'affaires net de la filiale Fastweb de 7,1% en monnaie locale, à EUR 1 746 millions. La situation économique difficile dans la Péninsule et la hausse des taux d'intérêt se sont traduites par des perspectives de croissance moroses et une augmentation des coûts du capital. A la lumière de ces prévisions, le plan d'affaires de Fastweb a été adapté et la valeur de la participation corrigée. D'où une chute du bénéfice net de Swisscom de CHF 1,2 milliard à 0,7 milliard pour

l'exercice sous revue. Le cash flow et le dividende versé aux actionnaires ne sont toutefois pas affectés par cette correction de valeur. Cette dernière n'a pas d'incidence non plus sur les investissements élevés et le niveau des prix en Suisse.

### Evolution de l'action Swisscom en 2011

L'action Swisscom a perdu 13,4% durant l'année alors que le SMI, qui regroupe les vingt plus grandes entreprises suisses cotées, cédait 7,8% et que l'indice européen des valeurs télécoms reculait de 8,6% en francs suisses. Poursuivant la politique appliquée ces dernières années, le Conseil d'administration proposera à l'Assemblée générale le versement d'un dividende ordinaire de CHF 22 par action (exercice précédent: CHF 21), ce qui correspond à une somme globale de CHF 1 140 millions.

### Marche des affaires à l'aune des trois piliers de la stratégie de l'entreprise: Maximiser, Elargir et Développer

#### Pilier «Maximiser»

Swisscom entend renforcer durablement sa position dans l'activité principale en Suisse. La croissance de la clientèle dans la téléphonie mobile et le haut débit, de même que la hausse des volumes dans le trafic de données n'ont pas permis de compenser l'érosion des prix de quelque CHF 500 millions, induite par la forte concurrence et la réglementation. Par rapport à l'exercice précédent, le nombre

de clients de téléphonie mobile a progressé de 221 000 ou 3,8% pour atteindre 6 millions. Swisscom a vendu 1,5 million de terminaux mobiles (+5,7%), dont 60% de type smartphones. La forte progression des ventes de ces appareils a entraîné une augmentation de leur subventionnement, mais aussi un doublement du trafic de données mobiles en l'espace d'un an. L'engouement pour les offres combinées comme Vivo Casa, qui comprend un raccordement fixe associant téléphonie, Internet et télévision, ne s'est pas démenti en 2011. Début août, Swisscom a lancé Vivo Tutto, la première offre combinée en Suisse englobant également un raccordement mobile. Fin 2011, 613 000 clients au total profitait d'offres combinées. En un an, le nombre des raccordements à haut débit des clients finaux a augmenté de 77 000 ou 4,9% à 1,66 million. En légère hausse, les raccordements de Swisscom utilisés par des opérateurs tiers sont passés à 487 000 en 2011.

#### **Pilier «Elargir»**

Ce pilier met l'accent sur l'élargissement de l'activité principale d'un bout à l'autre de la chaîne de création de valeur. Alors que les revenus résultant de la transmission des services voix et données ne cessent de reculer depuis des années, l'évolution technologique permet à Swisscom de se lancer dans de nouvelles activités. Cinq ans après le lancement de son premier produit dans le domaine de la télévision numérique, Swisscom s'est imposée comme le numéro un de ce marché en Suisse. Le nombre des clients Swisscom TV a crû de 44,4% à 608 000 en l'espace d'un an, le quatrième trimestre 2011 comptabilisant à lui seul 52 000 nouveaux clients. Les fonctions et l'offre de programmes de Swisscom TV ont été étoffées: désormais, grâce à des applications spéciales, les clients ont la possibilité d'accéder directement aux services basés sur Internet et de regarder des émissions diffusées jusqu'à 24 heures plus tôt. La filiale Swisscom IT Services, qui a connu une forte croissance ces dernières années, offre un large éventail de prestations dans le domaine de l'informatique. Dans les activités d'externalisation, Swisscom IT Services figure désormais parmi les principaux acteurs du marché suisse. Afin de consolider sa position sur le marché des prestations SAP, Swisscom IT Services a repris Cirrus Group et EFP Group.

#### **Pilier «Développer»**

Du fait de sa position d'ancien opérateur historique en Suisse, Swisscom voit ses activités dans ce pays soumises à un risque de régulation élevé. Aussi a-t-elle opté pour d'autres modèles commerciaux à l'étranger qui, contrairement aux activités en Suisse, peuvent tirer avantage du cadre réglementaire. S'agissant des activités à l'étranger, l'accent est mis sur Fastweb. La situation économique difficile en Italie et la hausse des taux d'intérêt laissent entrevoir

des perspectives de croissance moroses et une augmentation des coûts du capital. A la lumière de ces prévisions, le plan d'affaires de la filiale italienne a dû être adapté et la valeur de la participation corrigée, ce qui s'est traduit par un repli du bénéfice net de Swisscom de CHF 1,2 milliard à CHF 0,7 milliard à la clôture de l'exercice 2011. A long terme, le cash flow et le dividende versé aux actionnaires ne sont pas affectés par cette correction de valeur. Le nouveau plan d'affaires prévoit d'élargir encore les canaux de distribution, d'intensifier le partenariat avec Sky, le prestataire de télévision à péage, et d'étoffer l'offre de téléphonie mobile. Ces nouvelles mesures, engagées fin 2010, ont permis à l'entreprise, dotée d'une nouvelle équipe de Direction, d'accroître sensiblement en 2011 sa part de marché en termes de clientèle. Le lancement de plusieurs initiatives visant à réduire les coûts contribuera à optimiser l'efficacité de l'entreprise. Les mesures destinées à abaisser le taux de défaillance des créances ont également porté leurs fruits. Ainsi, la part des nouveaux clients connaissant des difficultés de paiement a pu être réduite de moitié en l'espace d'un an. Au total, les mesures visant à réduire les coûts et le taux de défaillance des créances devraient, au cours des deux prochaines années, apporter une contribution positive au résultat de l'entreprise de l'ordre d'EUR 120 millions par an. Fastweb est le seul opérateur tiers en Italie à disposer d'un large réseau à fibre optique. Même si les perspectives de croissance ont été revues en raison de la situation économique, nous sommes convaincus que les besoins en réseaux toujours plus performants ne cessent de croître en Italie également. Evolution dont Fastweb profitera fortement.

#### **Investissements dans l'infrastructure et le service à la clientèle en Suisse**

Les attentes toujours plus élevées de notre clientèle – concernant aussi bien la sécurité et la performance de l'infrastructure que la qualité du conseil et des services – nécessitent un relèvement des investissements. En 2011, ces derniers ont augmenté de CHF 226 millions par rapport à l'exercice précédent. Au total, CHF 1,54 milliard a été consenti pour améliorer la performance et la sécurité de l'infrastructure suisse, notamment dans le développement du réseau à fibre optique. Statistiquement parlant, un nouveau raccordement à fibre optique est installé toutes les deux minutes. Fin 2011, Swisscom avait raccordé au réseau à fibre optique quelque 364 000 habitations et locaux commerciaux. D'ici fin 2015, environ un million de logements et d'entreprises, soit près d'un tiers des ménages suisses, devraient pouvoir en disposer. Ces raccordements sont en partie réalisés en coopération avec les entreprises d'électricité ou les câblo-opérateurs. Suite à une intervention de la Commission de la concurrence, certains contrats de coopération ont dû être renégociés et adaptés. Swisscom s'emploie à nouer d'autres partenariats avec les entreprises d'électricité disposées à investir dans ce domaine. Par ailleurs, l'entreprise teste diverses technologies basées sur la fibre optique pour pouvoir offrir encore plus rapidement à la population des débits et une performance plus élevés – également en dehors des grands centres. L'Internet nomade connaît un formidable essor, le trafic mobile de données doublant tous les douze mois. La revue spécialisée «connect» et l'émission alémanique «Kassensturz» ont confirmé que Swisscom possédait le meilleur réseau de Suisse en 2011.

Soucieuse de préserver cet avantage, Swisscom investit en permanence dans les technologies de téléphonie mobile. Les investissements consentis dans l'infrastructure suisse connaîtront d'ailleurs une nouvelle hausse en 2012 et devraient atteindre CHF 1,7 milliard. En réalisant ces investissements, Swisscom contribue fortement à faire en sorte que la société de l'information et du savoir en Suisse dispose de l'une des meilleures infrastructures de télécommunication du monde à l'avenir également. Ces prochaines années, Swisscom continuera à investir massivement afin de consolider sa position de numéro un du marché pour la qualité de ses services et de son infrastructure.



### Développement durable du point de vue de Swisscom

Economie durable et responsabilité à long terme sont deux notions solidement ancrées dans la culture d'entreprise de Swisscom. L'entreprise assume sa responsabilité envers la société et l'environnement, aujourd'hui comme demain. Fidèle à ce principe, Swisscom utilise par exemple 100% d'énergies renouvelables pour sa consommation de courant. Nous sommes persuadés qu'à l'avenir, nos clients se préoccuperont davantage de savoir si Swisscom agit dans le sens du développement durable, tant sur les plans économique et écologique que social. Les objectifs de la stratégie en matière de responsabilité d'entreprise s'articulent autour de quatre thèmes: «Mode de vie et mode de travail durables», «Utilisation durable des ressources et responsabilité dans la chaîne d'approvisionnement», «Communication pour tous» et «Employeur responsable». Vous trouverez des informations détaillées sur la réalisation des objectifs au chapitre «Responsabilité d'entreprise» du rapport de gestion.

### Perspectives financières pour 2012

Avec un cours moyen de CHF 1,23 pour un euro, Swisscom table, pour l'exercice 2012, sur un chiffre d'affaires net de 11,4 milliards et sur un EBITDA de CHF 4,4 milliards. En Suisse, les clients sont très attachés à la qualité. Numéro un du marché pour la qualité de ses services et de ses réseaux, Swisscom va consolider sa position en réalisant des investissements élevés qui, en 2012, seront de l'ordre de CHF 2,2 milliards. Sur cette somme, un montant de CHF 1,7 milliard sera investi dans les activités suisses, ce qui représente une augmentation de CHF 100 millions. Précisons que les dépenses liées à l'acquisition des fréquences de communication mobile ne sont pas comprises dans ce montant. Pour les exercices suivants, le niveau des investissements devrait rester tout aussi élevé. Si les objectifs sont atteints en 2012,

Swisscom proposera à l'Assemblée générale 2013 de verser à nouveau un dividende de CHF 22 par action, en dépit des dépenses supplémentaires liées à l'acquisition des fréquences de communication mobile.

### Remerciements

Dans l'ensemble, l'année écoulée s'est révélée intense et jalonnée de beaux succès. Ce que nous avons accompli en 2011, c'est à la confiance de nos clients, à la loyauté de nos actionnaires et à l'engagement indéfectible de nos collaboratrices et collaborateurs que nous le devons. Nous leur exprimons toute notre gratitude. Veuillez agréer, Mesdames, Messieurs, chers Actionnaires, l'expression de notre parfaite considération.

### Nos prestations pour la Suisse

Dans les pages qui suivent, les lectrices et les lecteurs découvriront les prestations multiples fournies par Swisscom à la Suisse. Les photos retenues pour illustrer les différents chapitres représentent principalement nos collaborateurs. Car ce sont eux qui, jour après jour, s'engagent sans compter pour nos clients et le pays dans son ensemble. Cet engagement est d'ailleurs perceptible au travers des spots publicitaires tournés en 2011. Là aussi, les collaborateurs y tiennent les premiers rôles: ils portent par exemple à travers toute la Suisse un cœur qui symbolise un message d'amour, afin de le remettre à son destinataire.

Nous vous souhaitons une agréable lecture.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Hansueli Loosli".

Hansueli Loosli  
Président du Conseil d'administration  
de Swisscom SA

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Carsten Schloter".

Carsten Schloter  
CEO de Swisscom SA

# Bienvenue dans le monde numérique

Les technologies modernes de la communication s'imposent dans un nombre croissant de domaines, tant dans la vie professionnelle que dans la sphère privée. Un utilisateur navigue ainsi en moyenne plus de deux heures par jour sur Internet et, au total, plus d'une demi-journée par mois sur Facebook. Quant aux entreprises, elles ont désormais pris l'habitude, pour des raisons de coûts, d'externaliser une partie de leur infrastructure informatique dans le Cloud. Et ces différents phénomènes sont appelés à prendre encore de l'ampleur. Les individus ne sont toutefois pas les seuls à communiquer entre eux: les machines également échangent de plus en plus d'informations via Internet. Les réseaux de communication d'un pays lui tiennent lieu d'épine dorsale: sans eux, la vie s'arrête.





Tournage d'un spot publicitaire Swisscom pour la télé:  
Le message qui vient du cœur, porté par les collaborateurs  
de Swisscom, parcourt toute la Suisse.

A l'heure où tout s'accélère et se complexifie, le monde s'engage résolument dans l'ère du numérique. Concernés au quotidien par cette évolution, les individus repensent leur manière d'échanger, d'apprendre, de travailler, d'habiter, de jouer et de se divertir. Swisscom est pleinement consciente que l'infrastructure de communication fait désormais partie intégrante de la vie de ses clients. Les exigences croissantes en termes de disponibilité, de performance, de qualité et de sécurité sont d'ailleurs là pour le lui rappeler. Celui qui externalise des données, qu'il s'agisse de données d'entreprise ou de photos de famille, veut avoir l'assurance que ses informations sont en de bonnes mains et qu'il peut y accéder à tout moment, indépendamment du lieu où il se trouve. De même, la personne qui consulte le menu de Swisscom TV à l'aide de son iPad s'attend à ce que tout fonctionne sans accrocs.

### Croissance fulgurante des besoins en largeur de bande mobile

Le trafic des données mobiles a doublé en l'espace d'un an. Le trafic a été multiplié par 68. Cette évolution s'explique notamment par l'engouement des consommateurs pour les smartphones et par la facilité d'accès à Internet, même en déplacement. Quelque 60% des terminaux mobiles vendus par Swisscom en 2011 étaient des smartphones.

### Investir dans la société de l'information et du savoir en Suisse

L'infrastructure de communication d'un pays représente aujourd'hui un avantage concurrentiel important. L'entreprise qui investit dans cette infrastructure de base investit donc dans le pays. En 2011, Swisscom a augmenté ses investissements de CHF 226 millions à CHF 1,54 milliard par rapport à l'année précédente et portera même ce chiffre à CHF 1,7 milliard en 2012. En réalisant ces investissements, l'entreprise contribue dans une large mesure à ce que la société de l'information et du savoir en Suisse dispose, à l'avenir également, de l'une des meilleures infrastructures de télécommunication au monde. Ces prochaines années, Swisscom continuera d'investir massivement afin de consolider sa position de numéro un du marché pour la qualité de ses services et de ses réseaux.

### Le meilleur réseau mobile de Suisse

La revue spécialisée «connect» et l'émission alémanique «Kassensturz» ont confirmé que Swisscom possédait le meilleur réseau mobile de Suisse en 2011. Ce résultat n'est pas le fruit du hasard. Compte tenu de l'augmentation fulgurante de la performance et de la largeur de bande, disposer du meilleur réseau mobile de Suisse implique de développer sans relâche ce dernier et d'innover en permanence. Afin d'anticiper la demande en largeur de bande, Swisscom prévoit, d'ici mi-2014, d'équiper la totalité des 6000 stations de téléphonie mobile avec du nouveau matériel et de nouveaux logiciels, et de les connecter au réseau à fibre optique ultrarapide. Une fois ces aménagements réalisés, le débit maximal sur le réseau HSPA atteindra 84 Mbit/s sur l'ensemble du territoire, soit le double de la valeur actuelle. Pour la seule année 2011, Swisscom a installé ou transformé quelque 300 stations de téléphonie mobile et connecté plus de 1000 stations de base au réseau à fibre optique. Le marché de la téléphonie mobile n'en continue pas moins de se développer à un rythme soutenu. Fin 2011, l'entreprise a démarré, dans sept régions touristiques, un essai-pilote portant sur le réseau mobile de quatrième génération Long Term Evolution (LTE).

La Suisse applique les normes les plus strictes au monde concernant le déploiement du réseau mobile, avec notamment des valeurs limites de rayonnement dix fois plus sévères que dans la plupart des pays européens et des procédures d'autorisation complexes. En dépit de ce cadre contraignant et de l'importance des investissements, les prix de la téléphonie mobile se situent dans la moyenne au niveau international, comme le révèle une comparaison réalisée par l'OCDE. Par rapport aux autres opérateurs en Suisse, Swisscom propose par ailleurs les tarifs les plus avantageux pour surfer et téléphoner avec des partenaires d'itinérance à l'étranger.

### Comment un message parvient-il à son destinataire?

Quelques instants seulement après l'envoi d'un SMS, le destinataire peut déjà en prendre connaissance. Mais comment un message parvient-il à son destinataire? Le principe est tout simple: dès que l'expéditeur a envoyé son SMS, l'information est transmise jusqu'à la prochaine antenne de téléphonie mobile grâce aux ondes électromagnétiques. Ensuite, le message est relayé depuis cette antenne, également appelée station de base, jusqu'au central local concerné, via des lignes de cuivre ou le réseau à fibre optique. Il s'agit alors de déterminer quelle antenne se trouve à proximité du destinataire. Pour finir, le message est acheminé par le réseau jusqu'à l'antenne correspondante avant d'être affiché sur le téléphone portable du destinataire. Au total, l'opération ne dure que quelques fractions de seconde.



## **De nombreuses possibilités pour augmenter la largeur de bande**

Même si la transmission mobile de données affiche des taux de croissance impressionnantes, le trafic Internet transite pour l'essentiel via le réseau fixe. Et là aussi, l'évolution est sidérante. Depuis 2006, les besoins en largeur de bande ont été multipliés par huit. Au plan international, la Suisse pointe dans le haut du classement: une comparaison réalisée par l'OCDE montre que notre pays connaît la plus importante progression en termes d'utilisation du haut débit. Avec le déploiement de la fibre optique, Swisscom investit dans le réseau du futur. Les travaux ont débuté il y a de nombreuses années déjà: dans un premier temps, Swisscom a posé la fibre optique entre les centraux, puis jusque dans les quartiers. En 2011, Swisscom a raccordé au réseau à fibre optique 900 quartiers, soit quelque 250 000 habitations et locaux commerciaux.

Depuis l'automne 2008, Swisscom amène la fibre optique également jusqu'aux habitations et aux commerces (Fibre to the Home). Statistiquement parlant, un nouveau raccordement à fibre optique est mis en service toutes les deux minutes. Fin 2011, Swisscom avait raccordé au réseau à fibre optique quelque 364 000 habitations et locaux commerciaux. D'ici fin 2015, un million d'entreprises et de particuliers, soit un tiers des ménages suisses, devraient pouvoir en disposer. Ces raccordements sont en partie réalisés en coopération avec les entreprises d'électricité ou les câblo-opérateurs. Avec le

déploiement de la fibre optique jusqu'aux quartiers et aux logements, 88% des habitants du pays peuvent profiter aujourd'hui de la télévision numérique et d'un accès rapide à Internet, et quelque 80% bénéficient de la télévision en haute définition et d'une connexion Internet très rapide. Swisscom teste diverses technologies basées sur la fibre optique pour pouvoir offrir encore plus rapidement des débits et une performance plus élevés à la population.

## **Du cheveu d'ange à la transmission rapide de données**

Sans le savoir-faire développé au XVIII<sup>e</sup> siècle par les souffleurs de verre de la forêt de Thuringe, la transmission rapide de données via le réseau à fibre optique ne serait aujourd'hui qu'une utopie. Ces habiles artisans étaient capables de produire des fils de verre très fins, appelés cheveux d'ange ou cheveux de fée. Considérés dans un premier temps comme purement décoratifs, ces filaments se révèlèrent un moyen idéal, à compter du XX<sup>e</sup> siècle, pour transmettre des signaux de données. Le principe de base est très simple: des informations codées sous la forme de signaux électriques sont converties en impulsions lumineuses, puis acheminées sur le réseau à la vitesse de la lumière. A l'autre bout de la ligne, les signaux lumineux sont reconvertis en signaux électriques, et l'information parvient ainsi au destinataire.



## Un service universel unique au monde

Swisscom entretient des liens étroits avec la Suisse. Concessionnaire du service universel sur mandat de la Confédération, elle est fière de garantir la mise à disposition de l'infrastructure de télécommunication. Le service universel suisse inclut un accès à haut débit sur l'ensemble du territoire, c'est-à-dire tant dans les grandes agglomérations que dans les vallées de montagne isolées. Dans les régions qui ne peuvent pas être raccordées au réseau DSL, Swisscom propose des solutions mobiles qui permettent de connecter un ordinateur au réseau mobile au moyen d'une carte SIM. Des liaisons haut débit par satellite sont également possibles. Dans tous les cas, Swisscom met à disposition l'équipement nécessaire. Le 1<sup>er</sup> mars 2012, la largeur de bande minimale du service universel a été relevée de 66% pour atteindre 1000 kbit/s.

## Quelle est la position de la Suisse en comparaison internationale?

- > 7<sup>e</sup> rang sur 159 pays pour le développement des TIC (source: ITU, février 2010)
- > La Suisse dispose de la couverture haut débit la plus dense en Europe (plus de 20 Mbit/s) (source: IDATE FTTX Watch Service, mai 2010)
- > La Suisse occupe le 4<sup>e</sup> rang en matière d'investissements par habitant dans l'infrastructure de télécommunication (OECD Communications Outlook, juillet 2011)

## Besoins accrus en largeur de bande notamment sous l'effet de l'«Internet des objets»

Les individus ne sont pas les seuls à communiquer entre eux grâce aux réseaux à haut débit: les machines peuvent également échanger des informations via Internet. On parle alors de communication entre machines (Machine-to-Machine, M2M). Il est ainsi possible pour les services industriels de relever les compteurs d'électricité de manière automatique, via le réseau mobile, au lieu d'envoyer des collaborateurs chez les clients. Autre exemple concret: les systèmes de navigation reçoivent des informations actualisées sur les bouchons, calculées à partir des données de mouvement anonymes des utilisateurs de téléphonie mobile. L'avantage de ces applications? Elles permettent de simplifier les processus, de réduire les coûts et de gérer durablement les ressources limitées. Le nombre de machines communiquant entre elles devrait bientôt dépasser celui des clients de la téléphonie mobile. Swisscom estime qu'à long terme, dans le pays, plus de 100 millions de machines seront reliées entre elles par le biais du réseau de téléphonie mobile.



**Ramona Rubera**

en sa qualité de Customer Care Agent auprès de la hotline, elle assure le suivi des clients privés de Swisscom.

*«Pour moi, le cœur symbolise aussi l'enthousiasme avec lequel nous conseillons nos clients.»*

Mes collègues de travail ont tellement insisté que je me suis finalement présentée au casting du nouveau spot publicitaire. Ils étaient persuadés que je ferai bonne figure devant la caméra. Aujourd'hui, je suis très contente d'avoir suivi leur conseil. C'était génial! Si c'était à refaire, je n'hésiterais pas une seconde. J'ai trouvé fascinant d'assister à la réalisation de ce spot publicitaire... et de pouvoir y participer! Le résultat m'a vraiment emballée. De cette expérience, je retiens qu'il existe de nombreuses manières de transmettre un message à quelqu'un.

Pour moi, le cœur utilisé dans ce spot symbolise aussi l'enthousiasme avec lequel nous conseillons les clients qui contactent le centre d'appels et l'engagement dont nous faisons preuve pour résoudre leur problème. Nous sommes perçus comme des gens chaleureux: les nombreux échanges positifs avec la clientèle le montrent au quotidien. Ce que je préfère? Convaincre un client de faire à nouveau confiance à Swisscom alors qu'il était déçu de nos services quand il nous a contactés. Le spot met aussi en évidence qu'il faut des moyens techniques importants pour qu'un message soit transmis dans des régions reculées. Je crois que tous les clients n'en ont pas toujours conscience. Pour eux, l'essentiel, c'est que ça marche. Le cœur, c'est-à-dire le message, doit arriver à destination.

# Renforcer la compétitivité

Au sein de votre entreprise, les bits et les octets se substituent de plus en plus aux biens et aux valeurs matérielles. Employer habilement les technologies de l'information et de la communication permet donc de gagner en efficacité et en compétitivité. A l'inverse, vos activités sombreraient dans l'inertie si l'infrastructure de communication devait tomber en panne. Swisscom propose aux entreprises de toutes tailles des solutions adaptées aussi bien à leurs processus commerciaux qu'à leur infrastructure. Le cas échéant, ces solutions peuvent être personnalisées en fonction de vos besoins individuels. Car c'est votre satisfaction, en qualité de client, qui détermine notre action. En s'alignant les services d'un partenaire solide, vous pouvez vous concentrer pleinement sur votre activité principale, optimiser votre efficacité et prospérer encore plus.



Tournage d'un spot publicitaire Swisscom pour la télé:  
Les collaborateurs de Swisscom apportent un couteau suisse aux clients commerciaux. Il symbolise la diversité, la fiabilité et la qualité suisse des prestations proposées par Swisscom.



Qu'il s'agisse d'une menuiserie située dans une région isolée ou d'un groupe opérant à l'international, la liste des clients de Swisscom englobe des entreprises de toutes tailles. Mais aussi divers soient-ils, tous les clients ont un point commun: leurs exigences en matière de qualité, de fiabilité et de sécurité ne cessent de croître. De plus, ils aspirent en permanence à renforcer leur efficacité et à réduire leurs coûts. Swisscom étant à même de répondre aux besoins les plus divers de ses clients commerciaux, son partenariat est très prisé. Preuve en est le titre de meilleur prestataire de services TIC que lui ont décerné les entreprises suisses en 2011 (étude «Swiss IT 2011» réalisée par l'entreprise spécialisée dans les études de marché International Data Corporation et Computerworld).

#### **Les PME, l'épine dorsale de l'économie suisse**

En Suisse, on recense quelque 311 000 petites et moyennes entreprises (PME) actives dans plus de 44 secteurs différents. Les PME représentent les deux tiers des places de travail dans notre pays, alors que 87% d'entre elles emploient moins de 10 collaborateurs. Swisscom leur propose un éventail d'offres ayant trait à la téléphonie, à l'informatique, à Internet, au bureau mobile et aux activités en ligne. Sur l'ensemble du territoire, près de 4500 points de vente et de contact se tiennent à la disposition des clients PME, et quelque 500 agents du service à la clientèle traitent les demandes émanant de ces entreprises. Swisscom s'engage également fortement auprès des fondateurs d'entreprise en leur proposant des offres spéciales ou en soutenant les centres de créateurs et les plateformes des jeunes pousses. Par ailleurs, elle travaille en étroite collaboration avec des institutions qui encouragent et aident les nouveaux entrepreneurs.

#### **Offres sur mesure sollicitées**

Ces derniers mois, Swisscom a lancé sur le marché un large portefeuille de services gérés (Managed Services) destiné aux grands clients. D'une part, l'éventail des offres regroupe des solutions de communication qui intègrent sur une plateforme toutes les formes de collaboration au quotidien et optimisent l'utilisation des appareils mobiles. D'autre part, la gamme Managed Services englobe des solutions relatives à l'exploitation de l'infrastructure réseau et IT, à l'entretien et au fonctionnement de l'architecture de sécurité. Concrètement, le client choisit dans ce vaste éventail d'offres les prestations qu'il souhaite se procurer auprès de Swisscom moyennant un forfait mensuel. Les coûts des TIC peuvent être ainsi facilement calculés et adaptés en fonction de la

situation économique du client. Qui plus est, le client peut se concentrer pleinement sur son activité principale, Swisscom assurant l'exploitation des solutions. Cette offre est unique en Suisse. En 2011, Cisco a décerné le «Solution Innovation Partner Award» aux services gérés de Swisscom, et Microsoft a élu Swisscom «Partner of the Year 2011» dans le domaine «Unified Communications».

---

#### **La téléphonie appartient au passé. L'heure est désormais aux services Managed Communications & Collaboration**

Les services Managed Communications & Collaboration regroupent toutes les possibilités de communication – c'est-à-dire la téléphonie, les messageries électronique et instantanée, les conférences audio, les téléconférences, le statut de présence, le partage d'application (application sharing) et la gestion électronique de documents (document management) sur une plateforme intégrée. Les collaborateurs présents sur différents sites peuvent dialoguer lors de séances en ligne et traiter ensemble des documents. Cette forme de travail entièrement en ligne rend la collaboration plus efficace et diminue les coûts.

---

#### **Des solutions individuelles pour répondre aux besoins en matière de sécurité**

Bien souvent, les entreprises qui utilisent le cyberspace de manière intensive ont tendance à ne plus enregistrer leurs données sur leur propre infrastructure. Les clients commerciaux se tournent toujours plus vers les services infonuagiques – ou Cloud Services. Mais à l'instar de la réalité, l'univers numérique comporte lui aussi des risques. Les clients qui renoncent à stocker leurs données sur leurs propres serveurs devraient les confier à un partenaire fiable. Et étant donné que le monde virtuel recèle encore d'autres risques, ils peuvent s'adresser à Swisscom pour obtenir des conseils en matière de sécurité. Selon le besoin, Swisscom offre une solution individuelle, proposée sous un label de qualité suisse, testée à l'échelon international, simple d'utilisation et en permanence à la pointe de la technique. Swisscom est certifiée ISO 27001, la norme internationale relative à la sécurité de l'information.



Brunneggstr.

## **Les données évoluent dans les nuages**

Les Cloud Services permettent d'utiliser de manière dynamique, par le biais d'un réseau, des capacités informatiques, de l'espace mémoire pour le stockage de données ainsi que des capacités de réseau. L'utilisateur n'exploite donc plus lui-même une partie du matériel informatique employé, mais le loue auprès d'un prestataire. Les Cloud Services sont ainsi nommés car les services fournis ne se trouvent plus dans les locaux du client mais auprès d'un prestataire externe. Comme ces services ne sont pas visibles, on peut s'imaginer qu'ils évoluent dans un nuage (cloud). Comme toujours, Swisscom garantit une disponibilité et une sécurité élevées aux clients qui optent pour ces services. De fait, les données sont stockées en Suisse. Une telle solution représente un avantage de taille pour les clients: elle permet de réduire les coûts d'investissement et de mobiliser leurs ressources de manière flexible, en fonction de leurs besoins.



## **SuisseID, véritable preuve d'identité électronique**

Dans quelle mesure un utilisateur connaît-il vraiment son interlocuteur dans l'univers numérique? En réponse à cette question, Swisscom a créé la SuisseID de concert avec le Secrétariat d'Etat à l'économie, l'Office fédéral de l'informatique et de la télécommunication et d'autres partenaires. La SuisseID est à la fois une preuve d'identité électronique sécurisée et une signature électronique permettant de signer, de façon juridiquement valable, des documents et des contrats dans le cadre des transactions d'affaires et des relations avec l'administration. Grâce à elle, des transactions peuvent être conclues directement en ligne entre particuliers et entreprises, entre entreprises ou encore entre citoyens et administration.

## **Mettre en réseau des clients dans le monde entier**

Pour les entreprises suisses opérant à l'international, il est primordial de travailler avec un partenaire de télécommunications disposant d'un bon réseau à l'échelle mondiale. Swisscom, qui a noué une collaboration avec l'opérateur de télécommunications américain Verizon, peut compter sur les services d'un partenaire international solide. En outre, NTT Europe lui a permis en 2011 d'élargir ses services WAN internationaux et de renforcer sa présence en Asie. Les réseaux WAN sont des réseaux d'ordinateurs qui s'étendent sur une zone géographique importante. Aussi les clients de Swisscom bénéficient-ils d'une mise en réseau IP locale sensiblement meilleure et d'une couverture réseau plus élevée dans de nombreux pays asiatiques.

## **Travailler plus efficacement grâce au Collaborative Whiteboard**

Le Collaborative Whiteboard est un nouveau produit que Swisscom développe avec Hitachi Solutions. Cette version évoluée du conventionnel tableau blanc numérique rend la collaboration plus efficace, plus flexible et plus créatrice non seulement au sein de l'entreprise elle-même mais également entre les entreprises. Proposé à titre de service géré, le Collaborative Whiteboard ouvre les portes d'une nouvelle forme de collaboration. Il permet en effet de tenir des réunions virtuelles entre plusieurs sites. Les participants peuvent ainsi discuter et annoter ensemble des documents sur le tableau blanc numérique et les sauvegarder sur leur propre réseau.

## **De nombreuses transactions bancaires passent par Swisscom**

Swisscom propose une large gamme de prestations relatives à l'exploitation d'infrastructures informatiques complexes. Ce faisant, l'entreprise privilégie ses domaines de compétence que sont Outsourcing, Workplace, SAP et Finance. Outre son rôle de conseillère, Swisscom met en œuvre des solutions informatiques destinées au secteur bancaire. Les personnes effectuant leurs paiements à domicile via l'e-banking ne savent pas toujours que ces derniers passent peut-être par un serveur de Swisscom. Swisscom exploite des systèmes standards spécifiques au secteur ainsi que des solutions individuelles pour le compte de quelque 190 établissements bancaires et compagnies d'assurances.

## **Voyager avec les CFF, c'est aussi voyager avec Swisscom**

Partenaire des CFF depuis 2006, Swisscom IT Services assume notamment l'entièr responsabilité de l'exploitation des quelque mille serveurs. Ils hébergent près de trois cents applications qui fournissent aux clients des informations à jour sur les horaires et garantissent la consultation en temps utile d'avis de sécurité. Swisscom IT Services gère également près de 17 000 postes de travail informatiques aux guichets et dans les bureaux répartis dans toute la Suisse.



**Markus Brütsch**

travaille en qualité d'Information Security Officer pour le segment des clients commerciaux.

*«Nous disposons des outils nécessaires pour résoudre les problèmes de nos clients.»*

Je ne me suis pas présenté au casting dans l'idée de faire carrière à Hollywood! Ma motivation principale était de donner une image fidèle du secteur Grandes Entreprises au travers de ce spot. En effet, le message est destiné aux clients commerciaux qui recourent à nos services. J'ai été impressionné par les ressources qu'il a fallu mettre en œuvre pour réaliser un spot d'une durée de 45 secondes seulement. L'ambiance sur le tournage était très agréable et très professionnelle. Tous avaient à cœur d'arriver à un bon résultat. Nous avons dû fournir un effort physique assez important puisque le couteau que nous portions pesait quelque 120 kilos. Lors des innombrables répétitions de chaque scène, nous devions nous concentrer pleinement pour suivre les instructions du réalisateur à la lettre.

Concernant le contenu, je dirais qu'il s'agit d'un spot plutôt «cérébral». Pour comprendre le message, il faut suivre attentivement tout le spot. Les images sont très artistiques, et le résultat final est loin d'être ordinaire. Je suis séduit par l'ensemble. Le message passe également très bien: nous disposons des outils nécessaires pour résoudre les problèmes de nos clients. Nous sommes en mesure d'assister tant une grande entreprise, par exemple une banque, qu'un petit patron sans collaborateur, comme un horloger. Le spot met en évidence une vision moderne de la communication avec le client. Nous disposons d'une gamme de produits très étendue – je le constate tous les jours dans mon secteur d'activité. Nous pouvons proposer un réseau normal ou un réseau crypté et y intégrer différents certificats. Cette approche personnalisée est l'une de nos grandes forces. Les banques savent par exemple que Swisscom est le partenaire idéal pour mettre en place entre leurs filiales un réseau qui réponde aux exigences de la FINMA et des sociétés d'audit.

# Des engagements multiples

En sa qualité de grande entreprise suisse, Swisscom porte une responsabilité particulière, d'ordre entrepreneurial, social et écologique. Economie durable et responsabilité à long terme sont deux notions solidement ancrées dans sa culture d'entreprise. Swisscom a d'ailleurs adopté un principe directeur clair: assumer sa responsabilité envers l'environnement et la société, aujourd'hui comme demain. Et son engagement ne date pas d'hier puisqu'elle est la première entreprise de télécommunication au monde à avoir mis en œuvre un système de gestion de l'environnement certifié ISO 14001. Quant à l'initiative Internet à l'école, elle a été lancée en 2003 déjà. Aujourd'hui, différents classements attestent que Swisscom est l'une des entreprises de télécommunication les mieux notées en Europe dans le domaine du développement durable.





Tournage d'un spot publicitaire Swisscom pour la télé:  
Les collaborateurs de Swisscom portent un soleil, symbole  
des énergies renouvelables, à travers la Suisse.



## Privilégier un mode de vie et un mode de travail durables

Swisscom et l'ensemble du secteur de l'informatique et des télécommunications disposent des moyens nécessaires pour encourager les clients à adopter un mode de travail et un mode de vie durables. Tant dans le segment de la clientèle commerciale que dans celui de la clientèle privée, Swisscom s'emploie à réduire l'impact environnemental de ses offres et à inclure, dans son portefeuille, des services qui permettent aux clients de réaliser des économies d'électricité et de CO<sub>2</sub>.

### Vaste portefeuille Green ICT pour la clientèle commerciale

Swisscom propose aux entreprises un large éventail de services Green ICT qui contribuent aux économies d'énergie et de CO<sub>2</sub>. L'organisation à but non lucratif myclimate est chargée de contrôler la plus-value écologique de ces services et de les certifier sur la base de critères clairement définis. Le portefeuille Green ICT comporte non seulement des solutions de visioconférence d'excellente qualité et des centres de calcul peu énergivores, mais aussi des systèmes éprouvés de gestion de la flotte. Exploités par Swisscom avec 100% d'énergies renouvelables, les services Green ICT permettent de réduire la consommation d'énergie et les émissions de CO<sub>2</sub> chez le client. Le succès grandissant rencontré par ces services s'explique notamment par les économies de coûts qu'ils

induisent. En 2011, les quelque 40 entreprises titulaires d'un certificat Green ICT de Swisscom ont économisé au total 10 000 tonnes de CO<sub>2</sub> et 4,5 millions de kWh de courant grâce à la réduction du nombre des déplacements. Cette même année, Swisscom a réalisé un chiffre d'affaires d'environ CHF 164 millions avec les services Green ICT, ce qui représente une hausse de 10% par rapport à l'exercice précédent. Le portefeuille de services peut être consulté en ligne à l'adresse [www.swisscom.com/myclimate](http://www.swisscom.com/myclimate).

### Réduction des émissions de CO<sub>2</sub> grâce aux technologies de communication modernes

Les technologies modernes contribuent dans une large mesure à diminuer les émissions de CO<sub>2</sub>. Selon une étude réalisée par l'organisation Global eSustainability Initiative, les technologies de l'information et de la communication (TIC) permettent de réduire d'environ 15% les émissions mondiales de CO<sub>2</sub>. Grâce aux TIC, la gestion des systèmes de transport, des réseaux électriques et des bâtiments gagne en efficacité. Par ailleurs, la mobilité virtuelle peut, dans certains cas, se substituer aux déplacements. Pour les utilisateurs de TIC, le potentiel d'économies de CO<sub>2</sub> est cinq fois supérieur aux émissions générées par ces mêmes TIC.

### Gérer soi-même son empreinte écologique

Les clients de Swisscom qui souhaitent adopter un comportement plus responsable n'ont que l'embarras du choix. Ils peuvent par exemple opter pour le système de facturation en ligne ou encore faire recycler leurs appareils dans un Swisscom Shop. L'entre-

prise reprend en effet tous les appareils électroniques issus de son assortiment. Les clients désireux de soutenir une bonne cause sont invités à déposer dans un Swisscom Shop les téléphones portables en état de marche qui ne sont plus utilisés. Dans le cadre du programme «Swisscom Mobile Aid», une entreprise tierce mandatée par Swisscom se charge de vendre les terminaux mobiles qui fonctionnent encore à des pays demandeurs de téléphones d'occasion avantageux. Le produit de la vente est reversé en intégralité à «Terre des Hommes Suisse» et à «Réalise». Depuis 2011, les clients des Swisscom Shops peuvent se faire une idée de l'écocompatibilité des terminaux mobiles proposés à la vente. Quelle est la consommation électrique des différents appareils commercialisés? Quelle quantité d'énergie la fabrication a-t-elle nécessité? Jusqu'à présent, il était difficile pour les clients de se procurer des informations de ce type. En devenant le premier opérateur de Suisse à instaurer des points environnement, Swisscom souligne son engagement en faveur d'une transparence accrue. Désormais, tous les appareils de sa gamme font l'objet d'une évaluation et sont comparés entre eux. Swisscom a confié ce mandat à la fondation indépendante myclimate. D'autres mesures favorables à l'environnement sont attendues en 2012, notamment la réduction de la consommation électrique des décodeurs et des routeurs en mode veille.

## Ménager des ressources limitées

Swisscom, qui compte parmi les dix plus grands consommateurs d'électricité du pays, vise les normes les plus élevées dès qu'il est question de l'utilisation des ressources. En raison des sollicitations croissantes auxquelles est soumis notre réseau, la consommation électrique augmenterait de 30% si Swisscom ne mettait pas en œuvre des mesures d'efficacité énergétique. Swisscom accorde la priorité à l'exploitation d'infrastructures peu énergivores (bâtiments, IT, réseaux, flotte) et à l'utilisation d'énergies renouvelables. A titre d'exemple, les émissions de CO<sub>2</sub> de l'entreprise ont diminué de moitié depuis 1990 et l'efficacité énergétique a progressé de 16% depuis 2004. Et Swisscom ne compte pas s'arrêter en si bon chemin: d'ici 2015, elle table sur une hausse de 20% de son efficacité énergétique par rapport à 2010 et sur une réduction de 12% de ses émissions de CO<sub>2</sub>. Pour y parvenir, elle a notamment entrepris de construire un nouveau Businesspark à Ittigen, qui sera l'un des plus grands bâtiments MINERGIE-P-ECO de Suisse et exploitera de nouvelles technologies dans les domaines du chauffage, de la ventilation et de la climatisation.

Swisscom, qui couvre l'intégralité de ses besoins en électricité avec de l'énergie renouvelable domestique, est l'une des plus grandes consommatrices d'électricité issue de l'énergie éolienne ou solaire en Suisse. Le WWF contrôle et confirme chaque année que le mix énergétique est issu à 100% d'énergies renouvelables. Swisscom contribue ainsi à promouvoir les nouvelles énergies renouvelables.

Dans le domaine de la mobilité également, l'entreprise mise sur des solutions durables. Un service à la clientèle de premier ordre suppose une mobilité totale des collaborateurs. Une stratégie de substitution novatrice doit permettre de ramener les émissions moyennes de CO<sub>2</sub> par véhicule à 130 g/km d'ici 2013 et à 110 g/km d'ici 2015. Il est en outre prévu que 25% de la flotte utilise des modes de propulsion alternatifs d'ici 2015.

## Mistral – quand efficacité énergétique rime avec innovation technologique

Afin d'accroître encore son efficacité énergétique, Swisscom met en œuvre ses propres solutions novatrices. Lorsque le projet d'économies d'énergie «Mistral» aura abouti, l'entreprise pourra réaliser des économies d'énergie correspondant à la consommation de 9 000 ménages. Mistral désigne une méthode de refroidissement qui utilise exclusivement l'air extérieur tout au long de l'année. Ce procédé remplace les anciens systèmes de refroidissement à compresseurs, très gourmands en énergie. De plus, Mistral permet d'éviter l'utilisation de réfrigérants nocifs pour l'environnement. La solution novatrice de Swisscom est exploitée dans les centraux téléphoniques et les stations de base de téléphonie mobile. Un projet pilote a été lancé pour déterminer si cette technologie conviendrait également au refroidissement des centres de calcul.

## Solar Impulse

En 2014, Bertrand Piccard et André Borschberg ambitionnent d'accomplir le tour de la Terre à bord d'un avion propulsé uniquement à l'énergie solaire. Cet avion aura l'envergure d'un Airbus, mais sa performance énergétique sera comparable à celle d'une Vespa. Il s'agit là d'une aventure inédite et d'une première dans le monde de l'aviation. Le projet revêt également une grande portée symbolique, alors même que le monde cherche des solutions de remplacement aux énergies fossiles. Swisscom est le partenaire de Solar Impulse. Car elle partage cette vision d'un monde qui mise sur les énergies renouvelables. En développant une solution de communication taillée sur mesure, l'entreprise contribue à cette prouesse technologique unique en son genre. Sa solution reliera l'avion à la Terre, afin de permettre au monde entier de suivre de près cet exploit.

## **Responsabilité dans la chaîne d'approvisionnement**

Swisscom exige de ses fournisseurs qu'ils respectent des normes écologiques et sociales élevées. La politique d'achat de Swisscom sert de fondement aux services des achats de l'entreprise.

En signant la Corporate Responsibility à la conclusion d'un contrat, les fournisseurs acceptent les exigences inhérentes à la politique d'achat. Les médias dénoncent régulièrement les mauvaises conditions de travail qui sévissent chez certains sous-traitants d'opérateurs mondialement connus. Afin d'accroître son influence, Swisscom a adhéré en 2011 à la Joint Audit Cooperation, une initiative lancée par sept opérateurs de télécommunication en Europe désireuses d'améliorer les normes écologiques et sociales auprès de leurs fournisseurs.

de Swisscom TV. Par ailleurs, Swisscom met à la disposition des parents des filtres d'accès à Internet.

Swisscom met en œuvre différentes mesures pour sensibiliser les jeunes, les parents et les enseignants aux dangers et risques liés aux nouveaux médias, tels que les contenus inappropriés ou l'utilisation abusive des données privées. Elle publie notamment la brochure «enter» qui, complétée par un site Internet, présente des informations utiles concernant l'utilisation des nouveaux médias. Dans le cadre de son programme Swisscom Academy, l'entreprise propose même des cours du soir à l'intention des parents ou des formations continues destinées aux enseignants. Par ailleurs, elle offre désormais aussi des cours aux élèves du degré secondaire. Les enseignants peuvent choisir entre différents modules, que des collaborateurs de Swisscom se chargent ensuite de présenter.

## Rendre possible la communication pour tous

La place économique suisse, le paysage éducatif et la population dans son ensemble bénéficient d'un environnement TIC précurseur et progressiste. Toutefois, les développements technologiques ne constituent une plus-value pour la société que si tous les individus peuvent en profiter. C'est la raison pour laquelle Swisscom s'emploie à promouvoir auprès des jeunes une utilisation critique et responsable des nouveaux médias et propose des cours aux personnes peu à l'aise avec les nouvelles technologies. Par ailleurs, il lui tient à cœur de garantir l'accès à ses services aux personnes souffrant d'un handicap.

### **Se protéger grâce aux compétences médias**

Si Internet et la téléphonie mobile ouvrent de nombreuses perspectives, leur utilisation n'est toutefois pas dépourvue de dangers pour les enfants. Désireuse de développer les compétences médias de la population, Swisscom propose aux enfants, aux jeunes, aux parents et aux enseignants des informations, des produits et du matériel didactique sous les formes les plus diverses. L'entreprise applique de manière rigoureuse les dispositions de l'ordonnance sur les services de télécommunication, qui décrivent les possibilités de blocage des services à valeur ajoutée. Ainsi, depuis 2009 déjà, elle ne propose plus de contenus érotiques sur le portail d'information [www.bluewin.ch](http://www.bluewin.ch) ou dans l'offre Video on Demand

### **Cours pour s'initier au monde numérique**

La majorité de la population suisse n'a pas grandi avec Internet ou la téléphonie mobile. Ces technologies qui font aujourd'hui partie intégrante de notre quotidien sont, de fait, encore très récentes. Les personnes peu à l'aise avec ces outils modernes sont, de nos jours, souvent pénalisées. Voilà pourquoi Swisscom propose des cours aux néophytes désireux de se familiariser avec le monde numérique. Depuis 2005, l'entreprise forme les utilisateurs à l'emploi du téléphone portable et d'Internet dans ses différents Help Points. A ce jour, 181 000 personnes se sont initiées à l'utilisation des moyens de communication modernes. Swisscom contribue ainsi dans une large mesure à combler le fossé numérique entre les générations.

### **Plus de 6 000 écoles raccordées à Internet**

Depuis 2001, Swisscom connecte gratuitement à Internet toutes les écoles primaires et secondaires du pays. Fin 2011, pratiquement tous les établissements scolaires étaient raccordés aux réseaux de formation cantonaux. En 2009, Swisscom a étendu son initiative «Internet à l'école» aux écoles enfantines, répondant à un besoin exprimé par les directions cantonales de l'instruction publique. Grâce à cette action, plus de 1,4 million d'élèves bénéficient d'un accès gratuit à Internet.



## **Accès facilité pour les personnes handicapées**

Swisscom optimise en permanence l'accessibilité à ses services pour les personnes handicapées. Outre les formations dispensées aux collaborateurs des Swisscom Shops et la garantie pour les personnes à mobilité réduite de pouvoir accéder aux bâtiments de Swisscom, l'accent a été mis en 2011 sur différents travaux visant à améliorer l'accès sans barrière au site Internet de Swisscom. La page web de l'entreprise sera remaniée en 2012 afin de répondre aux exigences des Web Content Accessibility Guidelines.

## **La diversité comme atout**

Swisscom emploie des femmes et des hommes de près de 90 nations, aux profils très différents en termes de culture, d'âge, de religion et d'orientation sexuelle.

Cette diversité stimule la créativité et la force d'innovation. Swisscom souhaite faire preuve d'ouverture et accueille volontiers la diversité, la différence et les modes de pensée novateurs. Elle entend doubler la part des femmes au sein du management en la faisant passer de 12% actuellement à quelque 20% à moyen terme.

## **Se comporter en employeur responsable**

En sa qualité d'employeur moderne et attrayant, Swisscom propose des conditions d'engagement équitables, un partenariat social actif et un engagement marqué en faveur de la formation professionnelle. Les collaborateurs ont par ailleurs la possibilité de s'engager sur le plan social.

### **Des offres intéressantes dans le domaine de la formation professionnelle**

Au plan national, Swisscom prépare 886 apprentis à exercer les métiers de médiamaticien, informaticien, employé de commerce, gestionnaire du commerce de détail et télématicien. Depuis 2011, en Suisse alémanique, l'entreprise propose en outre la nouvelle filière professionnelle d'agent relation client avec certificat fédéral de capacité. L'objectif de l'entreprise? Permettre aux jeunes en formation d'affirmer leur personnalité. Pour ce faire, elle s'appuie sur un modèle de formation qui fait la part belle à l'autonomie et à la responsabilité individuelle. Les apprentis participent ainsi activement à l'organisation de leur plan de formation. Ils se portent candidats à différents stages pratiques au sein de l'entreprise, apprennent au contact de collaborateurs expérimentés et conçoivent leur plan de formation individuel, conformément à leurs priorités.

### **Des collaborateurs plus âgés au service des clients plus âgés**

Swisscom anticipe l'évolution démographique et explore de nouvelles voies pour employer des collaborateurs plus âgés au sein de l'entreprise. Elle a notamment mis sur les rails les projets «BestAge», qui permettent de répondre aux besoins des collaborateurs et des clients plus âgés dans les centres d'appels, les Swisscom Shops et les services à domicile. Cette catégorie de clients est désormais suivie et conseillée avec succès par des membres du personnel plus âgés. Une autre initiative porte sur le conseil en interne (Inhouse Consulting): des cadres plus âgés sont appelés à conseiller, coacher et mettre à profit leur expérience à la faveur de projets internes.

### **Corporate Volunteering**

Les collaborateurs qui participent au programme Corporate Volunteering de Swisscom aident par exemple à débroussailler des réserves naturelles ou accompagnent des personnes handicapées à l'occasion d'activités sportives. Le terme «Corporate Volunteering» désigne l'engagement des collaborateurs qui, sur la base du volontariat, s'impliquent dans des projets d'intérêt commun. Swisscom encourage cette démarche en proposant divers projets d'ordre environnemental et social. En 2011, les collaborateurs de l'entreprise ont travaillé bénévolement pendant quelque 300 jours. Swisscom entend développer le programme Corporate Volunteering ces prochaines années au travers de projets encore plus variés, en particulier dans le domaine social. Elle s'est fixé comme objectif de doubler en 2012 le nombre de jours de bénévolat effectués par le personnel.

## Créer des liens entre les collaborateurs

Suivre un cours de cuisine, apprendre à danser la salsa ou s'initier au yoga? Move! est un programme qui encourage différentes activités dans les domaines de la santé, du sport et de la culture. Les collaborateurs peuvent soit proposer une activité en tant que Move! Coach, soit participer à l'une des offres du programme. Les activités se déroulent pendant les heures de loisir. Grâce à son programme Move!, Swisscom réunit des collègues travaillant dans des secteurs différents et leur fait découvrir de nouvelles expériences enrichissantes. Autre événement rassembleur, les Swisscom Games sont organisés tous les deux ans à l'intention du personnel. Lors de cette manifestation, les collaborateurs ont la possibilité de participer à une activité en équipe ou à une activité individuelle dans les domaines, sportif, culturel ou social. Cristallisant des moments riches en émotions, les Swisscom Games font depuis longtemps partie intégrante de la culture d'entreprise.

## Distinctions

- Selon le classement international établi par Verdantix, Swisscom compte au nombre des cinq entreprises de télé-communication les mieux notées en Europe dans le domaine du développement durable.
- Dans l'Ökorating 2011 publié par le magazine Bilan, Swisscom occupe la première place parmi les entreprises du SMI.
- Swisscom s'est vu remettre le Prix Suisse de l'Ethique 2011 pour son engagement global en faveur de la promotion des compétences médias.
- Swisscom a été récompensée par le Gigaton Award 2011 à Durban pour sa contribution dans le domaine de la protection du climat / Green ICT (catégorie TIC).



**Christoph Graf**

est spécialisé dans la suppression des dérangements au sein de la division «Réseau et Informatique».

*«Dans ce domaine également, nous avons une longueur d'avance et jouons un rôle de pionnier.»*

Voilà seize ans que je travaille pour Swisscom, qui s'appelait encore Télécom PTT lorsque j'ai commencé mon apprentissage. A l'époque déjà, j'étais fan de l'entreprise: j'avais bricolé moi-même mon vélo Télécom PTT. Quand je l'enfourchais, je ne passais pas inaperçu dans mon entourage! J'ai travaillé dans différents services, un peu partout en Suisse, et mes expériences se sont toujours révélées positives. Je soutiens donc Swisscom à tout point de vue. Voilà d'ailleurs pourquoi je n'ai pas hésité à me présenter au casting. De plus, je fais du théâtre depuis onze ans et je monte souvent sur les planches. Je fais partie de quatre associations de théâtre, notamment les SchlossSpiele de Thoune et l'Oberländer Märchenbühne. J'ai déjà joué dans toutes sortes de pièces, que ce soit des œuvres de Dürrenmatt, des compositions en dialecte de Hans Stalder ou encore des créations anglo-saxonnes. Ce que je préfère, c'est incarner des personnages malfaisants: les rôles de méchant me vont comme un gant. Participer à la réalisation de ce spot a été l'une des meilleures expériences que j'ai jamais vécues.

J'ai adoré le spot lorsque je l'ai vu pour la première fois. Les images sont très fortes, les paysages grandioses. Et avec cette musique qui domine le tout... c'est très émouvant. Avant le tournage, je ne savais pas que Swisscom utilisait 100% d'énergies renouvelables pour couvrir ses propres besoins en énergie. Dans ce domaine également, nous avons une longueur d'avance et jouons un rôle de pionnier. Les clients n'ont pas toujours conscience de tout ce que Swisscom accomplit en faveur de l'environnement. Pour moi, l'environnement est quelque chose d'important: je n'ai par exemple pas de voiture. Je suis en outre membre de Greenpeace – mais je ne milite pas. J'apprécie notamment l'engagement de cette organisation contre la pêche à la baleine.

# Engagement Sport de neige

Les montagnes, la neige et l'attachement au pays. Pour de nombreux Suisses, il s'agit là de trois notions indissociables. Rien d'étonnant donc à ce que les sports de neige occupent la première place dans leur cœur. Notre clientèle, pour sa part, apprécie dans Swisscom toutes les qualités que véhiculent les sports de neige et leurs champions: tradition et attachement au pays, mais aussi dynamisme, esprit d'innovation et plaisir à relever de nouveaux défis. Autant de caractéristiques qui font de Swisscom le partenaire idéal de Swiss-Ski. Pour Swisscom, il va de soi de s'engager pour le pays. Dans le cadre des sports de neige, l'entreprise concentre son action sur la promotion des athlètes de haut niveau, de la relève et des sportifs amateurs.





Tournage d'un spot publicitaire Swisscom pour la télé:  
Swisscom soutient les sportifs suisses, petits et grands,  
pour leur permettre d'améliorer leurs performances sur la  
neige. Les collaborateurs de Swisscom apportent la cloche,  
symbole de l'engouement pour les sports de neige,  
jusqu'à l'hôtel où se trouvent les athlètes.

A photograph of a woman smiling while riding a sled at night. She is wearing a dark coat, a light-colored knit hat, and a thick, textured scarf. Her hair is blonde and slightly messy. In the background, another person's face is partially visible, looking towards the camera. The scene is set outdoors in the snow, with falling snowflakes visible against a dark sky. A red sign with white snowflake borders and the words "ALLEZ SUIVRE" is visible above them.

ALLEZ SUIVRE

Pays de la neige et du ski par excellence, la Suisse compte plus de trois millions d'adeptes de sports d'hiver. Les sports de neige ont un impact majeur sur l'économie du pays et suscitent un intérêt considérable au sein de la population. Lors des épreuves de Coupe du monde de ski alpin d'Adelboden et de Wengen, un million de téléspectateurs en Suisse se passionnent pour chacun des deux événements. Forte de son statut d'entreprise suisse, Swisscom contribue au développement des sports de neige et soutient l'association Swiss-Ski depuis 2002 en qualité de sponsor principal.

#### De la Norvège jusqu'en Suisse

Des peintures rupestres qui mettent en scène un skieur préhistorique ont été découvertes sur l'île norvégienne de Rödöy, attestant que la pratique du ski est vieille de 4500 ans. Les ancêtres des sports de neige étaient donc Norvégiens. En ce temps-là, les lattes servaient essentiellement à se déplacer plus rapidement. Il a fallu attendre les temps modernes pour que le ski devienne un loisir et un sport de compétition. La Suisse a joué un rôle de premier plan dans l'évolution de ce sport, en particulier dans l'avènement du ski de compétition. La Fédération suisse de ski a vu le jour en 1904 à Olten. Et c'est en 1931, à Mürren, que se sont déroulés les premiers championnats du monde de ski alpin.

#### Promouvoir le sport aux niveaux professionnel et amateur

Swisscom parraine les équipes nationales et les cadres de Swiss-Ski dans les disciplines du snowboard, du freestyle, du télémark, du ski alpin et du ski nordique. Elle entend promouvoir les sports de neige en Suisse sous leurs formes les plus diverses, en encourageant tant les professionnels que la relève et les amateurs. Swisscom soutient par exemple l'association «Loipe Schweiz», qui s'occupe de l'entretien d'un réseau de pistes de fond de 5 500 kilomètres. Pour leur part, les Swisscom Nordic Days permettent de s'initier au ski de fond sur quinze sites en Suisse. Partenaire du Swiss Paralympic Committee, Swisscom soutient également les athlètes handicapés qui pratiquent un sport de neige. De plus, l'entreprise est le partenaire de télécommunication des épreuves de Coupe du monde d'Adelboden et de Wengen. A ce titre, elle veille au bon fonctionnement des services de téléphonie, de la transmission de données et des échanges de SMS et de MMS.



**Monika Lorenzen**

travaille dans le domaine de la formation professionnelle chez Swisscom.

*«Les images chargées d'émotions du spot symbolisent aussi la Suisse et notre attachement au pays.»*

Lorsque nous sommes arrivés, tout était encore vert et les vaches paissaient dans les pâturages. Juste au moment où le tournage débutait, les premiers flocons ont commencé à tomber, et il a neigé sans interruption jusqu'au lendemain. Le cadre était très romantique: la neige, les lumières, le sapin de Noël sur la place du village... Le tournage nous a pourtant mis à rude épreuve. Nous nous sommes retrouvés le mercredi après-midi à 14 heures et n'avons terminé le spot que le jeudi matin à 6 heures. Avec neuf autres collègues, nous avons transporté l'énorme cloche, ce qui n'était pas une mince affaire. Mais nous nous en sommes très bien sortis.

Le spot souligne bien sûr l'engagement de Swisscom en faveur des sports de neige. Mais il intègre aussi un certain nombre d'aspects qui font partie des valeurs fondamentales de l'entreprise: gagner les coeurs, surprendre les clients, faire preuve d'engagement. Notre action en faveur de la société s'affirme également dans d'autres domaines. Nous employons par exemple plus de 800 apprentis et disposons d'un système de formation professionnelle unique en Suisse. Les images chargées d'émotions du spot symbolisent aussi la Suisse et notre attachement au pays. Entre 20 et 25 ans, j'ai passé beaucoup de temps à l'étranger et je pourrais très bien m'imaginer vivre à nouveau loin de la Suisse pendant quelques années. Mais pour l'instant, je m'y sens bien et j'apprécie notre pays pour ce qu'il est: un mélange de langues et de cultures qui cohabitent en harmonie. La Suisse peut être fière de son service universel, garanti même dans les régions les plus reculées. Les excellentes filières de formation et la fiabilité du système constituent également de précieux atouts à mes yeux.

# L'essentiel en bref

En millions CHF ou selon indication

		2011	2010	Variation
<b>Chiffre d'affaires et résultats</b>				
Chiffre d'affaires net		11 467	11 988	-4,3%
Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)		4 584	4 599	-0,3%
EBITDA en % du chiffre d'affaires net	%	40,0	38,4	
Résultat d'exploitation (EBIT) avant dépréciation du goodwill		2 681	2 627	2,1%
Résultat d'exploitation (EBIT)		1 126	2 627	-57,1%
Bénéfice net		694	1 788	-61,2%
Bénéfice net attribuable aux actionnaires de Swisscom SA		683	1 813	-62,3%
Bénéfice par action	CHF	13,19	35,00	-62,3%
<b>Etat de la situation financière et flux de trésorerie</b>				
Capitaux propres à la clôture de l'exercice		4 296	5 350	-19,7%
Quote-part des capitaux propres à la clôture de l'exercice	%	22,1	25,4	
Operating free cash flow		2 068	2 512	-17,7%
Investissements en immobilisations corporelles et autres immobilisations incorporelles		2 095	1 903	10,1%
Dettes nettes à la clôture de l'exercice		8 309	8 848	-6,1%
<b>Collaborateurs</b>				
Effectif à la clôture de l'exercice en équivalents plein-temps	Nombre	20 061	19 547	2,6%
Effectif moyen en équivalents plein-temps	Nombre	19 832	19 464	1,9%
<b>Données opérationnelles</b>				
Raccordements téléphoniques PSTN/ISDN en Suisse	En milliers	3 120	3 233	-3,5%
Raccordements d'abonnés dégroupés en Suisse	En milliers	306	255	20,0%
Raccordements téléphoniques PSTN/ISDN et raccordements d'abonnés dégroupés	En milliers	3 426	3 488	-1,8%
Raccordements à haut débit Retail en Suisse	En milliers	1 661	1 584	4,9%
Raccordements mobiles en Suisse	En milliers	6 049	5 828	3,8%
Raccordements Swisscom TV en Suisse	En milliers	608	421	44,4%
Raccordements à haut débit en Italie	En milliers	1 595 <sup>1</sup>	1 724	-7,5%
<b>Action Swisscom</b>				
Valeur nominale par action à la clôture de l'exercice	CHF	1,00	1,00	-
Nombre d'actions émises à la clôture de l'exercice	Millions d'unités	51,802	51,802	-
Cours de l'action à la clôture de l'exercice	CHF	355,90	411,10	-13,4%
Capitalisation boursière à la clôture de l'exercice		18 436	21 296	-13,4%
Dividende par action	CHF	22,00 <sup>2</sup>	21,00	4,8%
Ratio distribution/bénéfice par action	%	166,85	60,00	
<b>Indicateurs environnementaux</b>				
Consommation d'énergie	GWh	507	510	-0,6%
Dioxyde de carbone CO <sub>2</sub>	Tonnes	23 242	25 422	-8,6%
Emissions de CO <sub>2</sub> en moyen du parc de véhicules	Gramme par kilomètre	140,0	150,0	-6,7%
Taux de retour recyclage de portables	%	8,9	6,0	

<sup>1</sup> Suite d'un règlement de litiges la base clientèle de Fastweb a été réduite de 197 000 au 3<sup>e</sup> trimestre.

<sup>2</sup> Selon proposition du Conseil d'administration à l'Assemblée générale.

# Dates importantes

15 février  
2012

Conférence de presse  
de l'exercice 2011, Zurich

4 avril  
2012

Assemblée générale  
au Hallenstadion, Zurich

10 avril  
2012

Date ex-dividende

13 avril  
2012

Versement du dividende

2 mai  
2012

Rapport intermédiaire,  
1<sup>er</sup> trimestre 2012

8 août  
2012

Rapport semestriel 2012

8 novembre  
2012

Rapport intermédiaire,  
3<sup>e</sup> trimestre 2012

Février  
2013

Conférence de presse  
de l'exercice 2012, Zurich



 myclimate  
neutral  
Imprime

No. 01-12-369931 – [www.myclimate.org](http://www.myclimate.org)  
© myclimate – The Climate Protection Partnership

400001754