

2012

De nouvelles possibilités
dans un monde interconnecté



swisscom

swisscom

«Ce qui me fascine jour après jour dans notre secteur, et donc dans mon travail: à l’instar des fabricants de terminaux et des développeurs d’applications, les fournisseurs d’infrastructures tels que Swisscom sont les principaux moteurs qui apportent les changements les plus importants dans notre branche, et non seulement dans les produits et services. Nombre de nos développements changent aussi profondément la vie de nos clients et contribuent à modifier radicalement les modèles d’affaires dans de nombreux autres secteurs, comme le montre l’exemple de l’industrie de la musique ou du cinéma. Ce que nous faisons – et la manière dont nous le faisons – peut permettre de changer la société et la vie de nos clients. Ce sont ces possibilités, propres à notre secteur, qui me fascinent sans cesse.»

Carsten Schlöter
CEO de Swisscom SA

Penser au surlendemain

Il y a dix ans de cela, qui aurait cru qu'un smartphone rythmerait aujourd'hui nos journées? Qu'il nous permettrait de rédiger et de lire nos courriers électroniques, de surfer sur Internet, de regarder et de tourner des vidéos, d'envoyer des SMS et de téléphoner tout en voyant notre interlocuteur? En bref, qui aurait pensé que smartphones et tablettes se mueraient en un véritable centre de commande de notre quotidien?

En notre qualité de fournisseur de services de télécommunication, il est de notre responsabilité de déceler ce que l'avenir nous réserve sur un marché de l'informatique et des télécommunications extrêmement dynamique. Nous utilisons de plus en plus de terminaux au cours d'une journée. Dans un futur proche, chacun d'entre eux nous permettra d'accéder en temps réel à nos données privées et professionnelles. Nous ne devons plus nous soucier de la synchronisation ni chercher à savoir où ces données sont enregistrées: grâce aux réseaux à haut débit et aux services Cloud les plus modernes, elles sont toujours à portée de main.

Cette vision, aussi simple et séduisante puisse-t-elle être, pose des exigences élevées à notre infrastructure. Or, il est de notre devoir de préparer cet avenir. Aussi investissons-nous 1,8 milliard de francs en 2013 dans la performance et la sécurité de notre infrastructure en Suisse.

Un modèle commercial en pleine mutation du fait de la concurrence internationale

Notre secteur dynamique, qui ne cesse d'offrir de nouvelles possibilités, permet à Swisscom de générer un chiffre d'affaires de quelque 6 milliards de francs grâce à des prestations qui n'existaient pas il y a dix ans. Autrefois, la quasi-totalité du chiffre d'affaires de Swisscom était générée par les services de téléphonie. Aujourd'hui, leur part s'élève à seulement un tiers du chiffre d'affaires. Un jour, les recettes seront pratiquement nulles. Le marché national s'est transformé en un marché international: les prestataires en ligne, tels Google, Apple et Microsoft, proposent l'ensemble de leurs services sur nos réseaux grâce au protocole Internet. Ces fournisseurs, qui sont présents sur nos réseaux mais ne sont pas tenus d'y investir, proposent gratuitement bon nombre de leurs services. Ce qui oblige Swisscom à repenser son modèle commercial et à développer de nouvelles activités. Le modèle commercial évolue dans ce sens, à savoir que nous nous contentons



de proposer un accès au réseau avec diverses caractéristiques et que tous les services peuvent être utilisés de manière illimitée avec ce même accès. C'est d'ailleurs ce que proposent les nouveaux abonnements infinity dans le domaine de la communication mobile. Ce processus de mutation de notre modèle commercial a déjà bien avancé et nous regardons vers l'avenir, très confiants. Un modèle commercial dans lequel nous proposons à nos clients un accès au réseau avec des possibilités illimitées constitue une activité en pleine expansion: la population augmente, le nombre de terminaux et d'accès au réseau par habitant ne cesse de croître et les besoins en matière de sécurité et de performance pour l'accès au réseau se renforcent. Dans le même temps, ce modèle commercial est par définition soumis à une concurrence locale et nationale.

Ces dernières années, Swisscom est parvenue à s'imposer dans bon nombre de nouvelles activités: elle est par exemple numéro un en matière de télévision numérique et sur le marché des solutions globales dans le domaine des

TIC. Elle exploite des centres de calcul ultramodernes afin que les valeurs et identités numériques qui lui sont confiées demeurent en Suisse. Ce sont justement des clients très exigeants, à l'instar de 190 établissements financiers, qui lui confient leurs données. Swisscom exploite actuellement de nouveaux domaines d'activité, tels que le marché de la santé et de l'énergie. Que tout cela soit entrepris dans une optique de développement durable – tant sur le plan écologique qu'économique et social – coule de source pour Swisscom. L'entreprise a entre-temps rejoint le top 5 des entreprises de télécommunication les mieux notées en Europe dans le domaine du développement durable. En 2012, Swisscom a fait son entrée dans le Dow Jones Sustainability Index Europe. Selon les experts de la finance et du développement durable, la famille des indices Dow Jones Sustainability est l'une des plus prestigieuses au monde.

Fastweb sur la bonne voie

Swisscom a également réussi à relever les défis du marché italien du haut débit: Fastweb a été le seul opérateur à voir sa clientèle croître en 2012, réalisant dans l'ensemble un très bon exercice. Au cours de l'année écoulée, l'entreprise a poursuivi l'extension de ses canaux de distribution, intensifié son partenariat avec Sky, le prestataire de télévision à péage, et étoffé son offre de téléphonie mobile. En dépit d'une conjoncture difficile, Fastweb est parvenue à gagner des parts de marché et à conquérir de nouveaux clients en 2012.

Prix et performance

La concurrence internationale provoque une baisse des prix. Or, la presse, la politique et les clients dénoncent régulièrement les tarifs de téléphonie mobile et les frais d'itinérance en Suisse. C'est parce que Swisscom mise sur la place Suisse qu'un service de premier ordre peut être fourni dans notre pays, de l'extension du réseau au suivi de la clientèle, à un prix raisonnable par rapport au niveau de salaire et aux coûts helvétiques. A titre de comparaison: dans un restaurant, vous payez un café et un croissant 6 francs environ. Chez Swisscom, vous pouvez profiter de la téléphonie mobile illimitée, d'un accès Internet et de la télévision numérique à votre domicile à partir de 4 francs par jour.

Nouveau concept pour les Shops

Chaque année, Swisscom recense 5 millions de visites dans ses Shops, 120 millions d'appels et plus de 4 millions d'e-mails et de lettres. Chaque jour, 5 500 conseillers à la clientèle servent l'équivalent d'une petite ville dans plus de 100 Swisscom Shops et dans nos nombreux Service Centers à travers toute la Suisse. Les techniques modernes de communication occupent une place toujours plus importante dans le quotidien de nos clients. En même temps, les exigences qu'ils posent à la présentation des produits et à notre conseil ont tendance à s'intensifier. Nous y répondons en développant un nouveau concept pour nos Shops, baptisé Campus, basé sur un conseil personnalisé et la possibilité de découvrir, sur place et en direct, les produits. L'ensemble de nos boutiques seront aménagées selon ce nouveau concept d'ici 2014.

Réseau ultrarapide

Donner des téléconférences en déplacement, regarder la TV mobile et des vidéos en voiture ainsi qu'écouter de la musique en streaming sont autant d'applications que le nouveau réseau mobile 4G nous permet d'utiliser. D'ici fin 2013, nous permettrons à 70% de la population d'y avoir accès. Nous mettrons tout en œuvre pour justifier le qualificatif de «meilleur réseau». La Suisse dispose des réseaux fixes à couverture nationale les plus performants au monde. Et Internet sur le réseau fixe devient encore plus rapide: chaque année, nous lançons 200 000 projets de construction afin de raccorder toujours plus de foyers à la fibre optique. La Suisse fait partie des cinq pays au monde à investir le plus dans l'infrastructure de télécommunication par habitant. Ramenés à chaque habitant du pays, les investissements de Swisscom sont près de trois fois plus élevés que ceux qui sont consentis par des entreprises comparables en Europe.

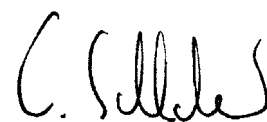
Swisscom est une entreprise qui conçoit activement l'avenir, qui veille à offrir le meilleur à ses clients et à se réjouir de l'avenir. Swisscom relie 18 000 collaborateurs qui rendent tout cela possible – aujourd'hui comme demain et après-demain.

Nous vous souhaitons une agréable lecture.

Avec nos meilleures salutations,



Hansueli Loosli
Président du Conseil d'administration
Swisscom SA



Carsten Schlöter
CEO de Swisscom SA



De nouvelles possibilités dans un monde interconnecté

Le marché des télécommunications se trouve en pleine mutation: depuis longtemps déjà, les fournisseurs internationaux tels Apple, Google ou What's up sont parvenus à empiéter sur les activités classiques de la télécommunication. Toujours plus de données sont transmises et un nombre croissant de communications téléphoniques ont lieu via le protocole Internet (IP). Cette évolution technologique vers l'IP a permis à un marché local de se muer rapidement en un marché international. Mais dans quelle direction le secteur continuera-t-il d'évoluer et où ce voyage conduira Swisscom? La branche des TIC bâtit une nouvelle vision. Elle imagine un point d'accès pour toutes les données privées et professionnelles. Il s'agirait d'un monde dans lequel les clients pourraient accéder de manière centralisée à l'ensemble de leurs données, qu'elles soient privées ou professionnelles, en tout temps et en tout lieu. Et ce peu importe l'appareil utilisé: smartphone, téléviseur, ordinateur ou encore console de jeux. Dans ce monde-là, toutes les données sont enregistrées dans un Cloud, sur des espaces mémoire externes auxquels les utilisateurs ont accès via Internet. Chaque morceau de musique écouté, chaque vidéo regardée ou chaque fichier consulté sont transmis directement en flux continu par ce Cloud. Plus aucune donnée ne se trouve sur nos propres appareils. Il est évident qu'une telle vision ne peut devenir réalité que si nous disposons d'une infrastructure performante, largement disponible et sécurisée. Et il est clair que l'on ne confie ses précieuses données

qu'à un prestataire digne de confiance, susceptible de garantir un degré de sécurité suffisant. La vision d'un monde davantage interconnecté peut être encore plus large: à l'avenir, un nombre croissant de machines communiqueront entre elles via Internet. Cet Internet des choses représente un marché porteur de croissance. D'ici quelques années en effet, plus de 100 millions d'appareils seront reliés entre eux via le web. Ces évolutions entraîneront un accroissement substantiel des besoins en termes de largeur de bande. Afin que cette vision devienne réalité, Swisscom a déjà dépassé le stade des premiers pas faits en ce sens. Ces 12 derniers mois en effet, l'entreprise a investi pas moins de 1,7 milliard de francs pour étendre l'infrastructure TIC suisse afin qu'elle puisse répondre à la demande croissante en bande passante. Lancés l'année dernière, les abonnements de téléphonie mobile Natel infinity qui permettent aux clients de téléphoner, d'envoyer des SMS et de surfer sur Internet en illimité connaissent un franc succès. Dans un monde où chaque action entraîne une transmission de données depuis et vers le Cloud, il ne fait plus aucun sens de facturer chaque volume de données séparément. Ces prochaines années seront passionnantes et dynamiques pour les fournisseurs de services de télécommunication. Pour les entreprises sachant bien préparer le terrain en temps voulu, les activités TIC pourront constituer de nouveau des activités porteuses de croissance.

La base pour un monde interconnecté

Dans le sillage des nouvelles possibilités technologiques et des besoins des clients, en perpétuelle évolution, le modèle commercial de Swisscom a fortement évolué ces dernières années. Dans le monde interconnecté d'aujourd'hui et de demain, quatre choses sont capitales pour nos clients. Swisscom a fixé ses priorités en conséquence.



Une infrastructure TIC stable et fiable

Swisscom investit dans son infrastructure et donc dans l'épine dorsale de la société de l'information de la Suisse. Swisscom teste par exemple à Grandfontaine (JU) la nouvelle technologie à fibre optique appelée Fibre to the Street (FTTS). Les habitants de la commune bénéficient ainsi de largeurs de bande allant jusqu'à 100 Mbit/s. Le FTTS permet à des localités éloignées des grandes agglomérations de profiter de connexions ultrarapides.

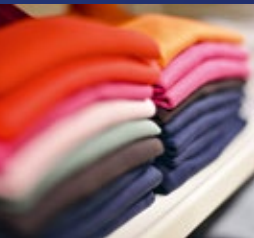
Dès la page 11



Un accès sécurisé aux données numériques et aux identités virtuelles

Plus le monde est interconnecté, plus la protection des identités et données numériques gagne en importance. Plus de 190 établissements financiers confient leurs données à Swisscom. L'entreprise assure par exemple l'ensemble du trafic des paiements et des opérations sur titres pour le compte de la Banque Coop.

Dès la page 19



Des produits et des prestations sur mesure

Swisscom organise les entretiens avec ses clients de manière personnalisée et en veillant à proposer une valeur ajoutée. Priorité est donnée au client et à ses besoins individuels. C'est d'ailleurs l'expérience que font les propriétaires de la boutique de mode Toku Store à Berne. Elles sont suivies par un interlocuteur personnel de Swisscom et utilisent les applis de Business World PME afin d'attirer encore plus de clients et de fidéliser la clientèle existante.

Dès la page 25



Assumer ses responsabilités envers l'environnement et la société

Swisscom, qui compte parmi les entreprises les mieux notées en Suisse sur le plan du développement durable, permet à ses clients de travailler de la même manière. C'est l'avantage dont jouit le groupe technologique Reichle & De-Massari, présent dans 30 pays. Depuis que ce dernier utilise la solution de conférence de Swisscom, le nombre des déplacements et des vols a considérablement diminué. Les émissions de CO₂ sont également réduites et l'entreprise économise des coûts.

Dès la page 31



Commune Grandfontaine
Swisscom teste la technologie
Fibre to the Street

«Avec l'Internet
ultrarapide,
Grandfontaine
attirera encore
plus de
résidents.»

Roland Hermann
Maire de Grandfontaine



Très haut débit pour Grandfontaine



Une école, un restaurant, deux boucheries, quelques petits commerces et beaucoup de chevaux. C'est ainsi que le village jurassien de Grandfontaine apparaît aux yeux des visiteurs de passage. Rien ne laisse deviner que ses 380 habitants seront bientôt raccordés à l'Internet ultrarapide. Swisscom a choisi ce hameau tranquille pour tester, dans le cadre d'un projet pilote, la nouvelle

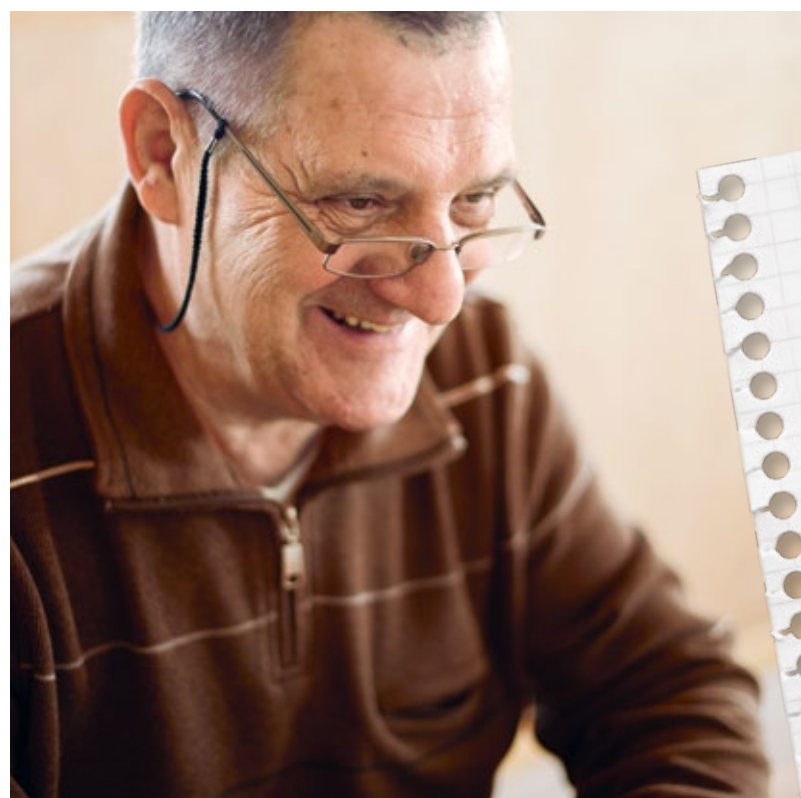
Le maire Roland Hermann reçoit les visiteurs dans son bureau aménagé dans le bâtiment de l'école. Il est bien sûr enchanté que son village compte parmi les premières communes de Suisse à expérimenter la technologie Fibre to the Street. Pour lui, il ne fait aucun doute que Grandfontaine attirera encore plus de résidents à l'avenir. «Certains habitants travaillent à Bâle et, compte tenu

«Grâce à l'Internet ultrarapide, de nombreux habitants qui doivent effectuer un long trajet pour se rendre à leur travail pourront désormais aussi travailler depuis la maison.»

technologie hybride Fibre to the Street (FTTS). Cette solution des plus performantes permet de tirer la fibre optique au plus près des foyers et de mieux exploiter la ligne de cuivre existante. Il est ainsi possible d'assurer des vitesses de transmission allant jusqu'à 100 Mbit/s. A l'avenir, le débit maximal devrait même s'élever à 400 Mbit/s. Des essais pilotes similaires sont réalisés à Charrat (VS) et à Flerden (GR).

des distances, ne reviennent au village que le week-end. Grâce à l'Internet ultrarapide, ils pourront désormais aussi travailler depuis la maison. Il s'agit là d'un avantage lié au site.» Une grande partie des habitants se réjouit en outre d'avoir désormais accès à Swisscom TV. Jusqu'alors, les programmes télévisés étaient principalement diffusés par antenne – l'accès à la télévision numérique n'était pas possible. En sa qualité





Un chiffre qui souligne le potentiel élevé de la technologie Fibre to the Street. Dans un premier temps, le débit maximal atteindra 100 Mbit/s, ce qui est amplement suffisant pour l'instant.

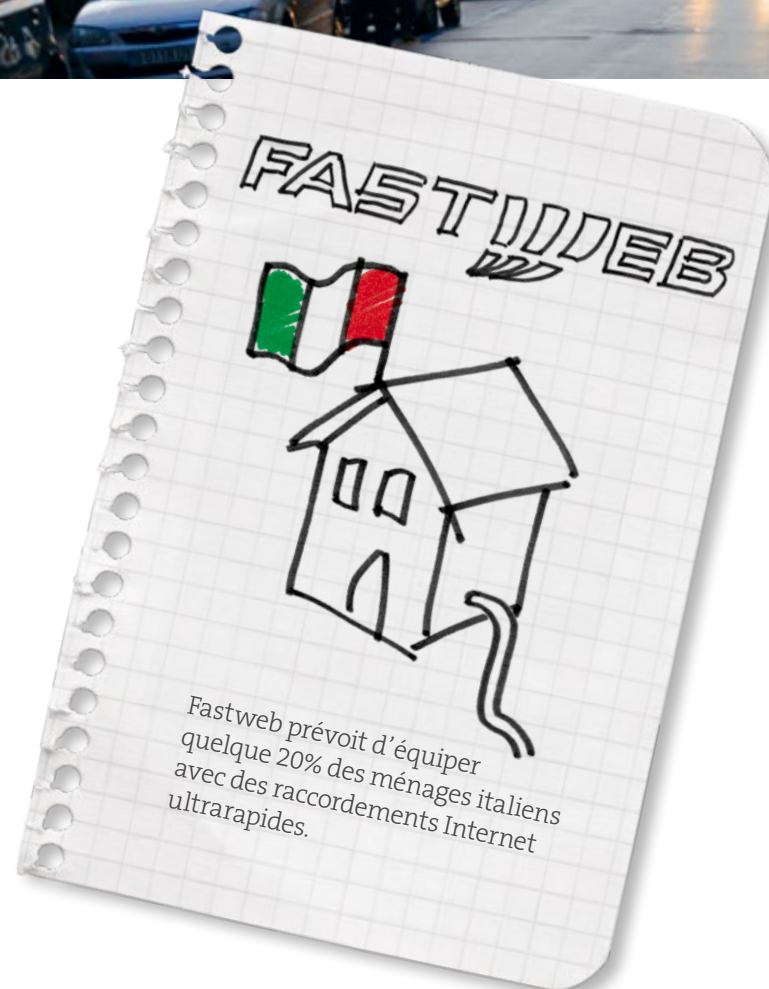
d'horloger exploitant son propre atelier, Roland Hermann souhaite, au même titre que les autres commerçants de Grandfontaine, pouvoir disposer d'un accès plus rapide à Internet également pour des raisons commerciales – afin de gagner en efficacité et d'être mieux relié au monde.

«De nombreux habitants se réjouissent d'avoir accès à la télévision numérique.»

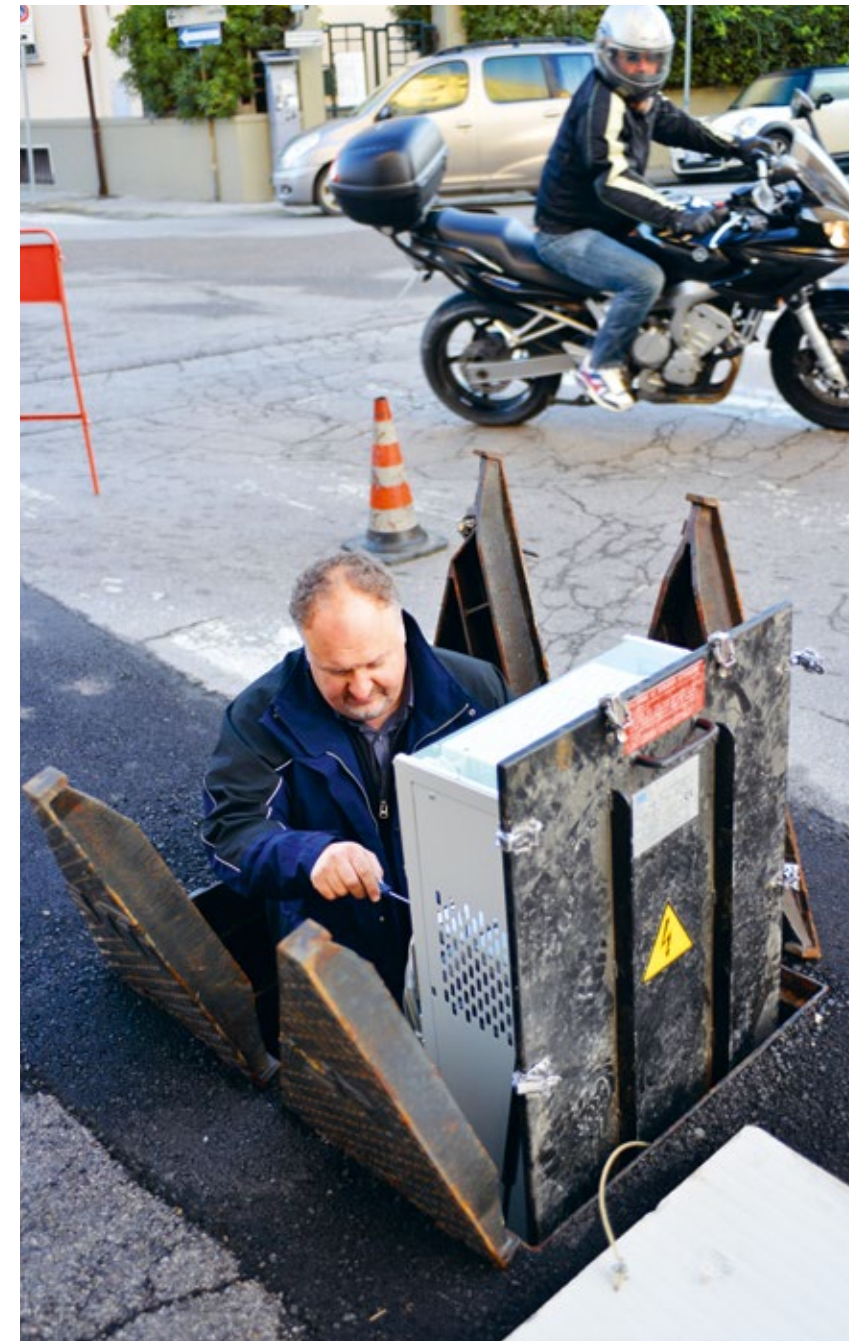
De son côté, Swisscom estime que la technologie Fibre to the Street représente la solution idéale pour raccorder encore plus rapidement la Suisse au très haut débit. A l'heure où Internet joue un rôle toujours plus important dans nos vies, l'accès à un réseau sûr, fiable et performant constitue un avantage de taille pour un pays et sa population. Swisscom s'est fixé comme objectif de proposer, d'ici 2020 au plus tard, un

accès Internet avec un débit supérieur à 100 Mbit/s à 80% de la population suisse. Pour y parvenir, des investissements élevés sont nécessaires: en 2012, Swisscom a ainsi dépensé 1,7 milliard afin d'accroître la performance et la sécurité de l'infrastructure suisse. En 2013, les investissements devraient même atteindre le niveau record de 1,75 milliard. Les efforts déployés portent leurs fruits puisque la Suisse fait très bonne figure en comparaison internationale: selon une étude de l'OCDE, notre pays occupe le premier rang mondial en termes de pénétration du haut débit (OECD Broadband Portal, juillet 2012). Si l'on considère les investissements consentis par habitant, Swisscom engage des montants trois fois plus élevés que d'autres entreprises comparables en Europe.





Au cours des prochaines années, Fastweb continuera, elle aussi, d'investir dans le déploiement de la fibre optique en Italie, en vue de développer sa propre infrastructure et de renforcer sa compétitivité. A cet égard, la filiale italienne de Swisscom mise également sur la technologie FTTS. Seul fournisseur de la péninsule à proposer des raccordements Internet ultrarapides via le réseau fixe, Fastweb équipe aujourd'hui déjà quelque deux millions de ménages dans les pôles urbains du pays. S'agissant de l'extension de l'infrastructure de réseau, l'entreprise italienne table principalement sur le développement des réseaux à fibre optique jusqu'au point de distribution, c'est-à-dire sur la technologie Fibre to the Street (FTTS). D'ici 2016, Fastweb prévoit d'équiper quelque 20% des ménages italiens avec des raccordements Internet ultrarapides. L'Internet à très haut débit est désormais incontournable – tant à Pise qu'à Grandfontaine.

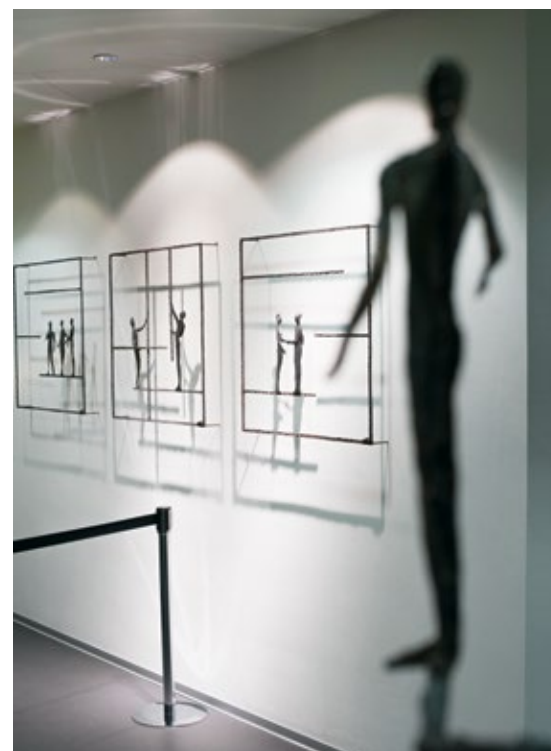
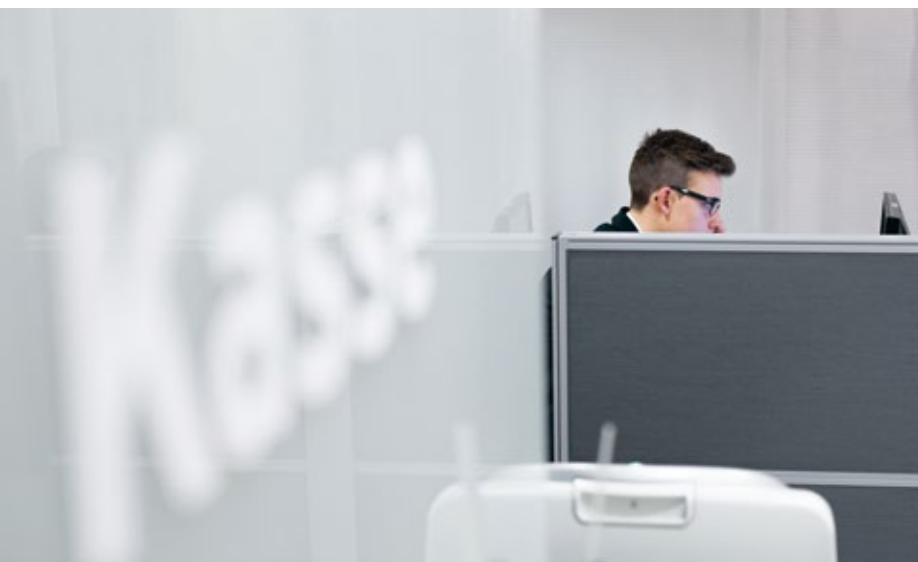




Banque Coop:
Swisscom exploite le système de back-office

«Les données
clients sensibles
sont entre de
bonnes mains.»

Sandra Lienhart-Cozzio
Directeur adjoint à la direction de la Banque Coop



Banque Coop: Swisscom exploite le système de back-office

Sandra Lienhart sourit: «Je suis une cliente de Swisscom. C'est elle qui effectue tous les ordres de paiement que je déclenche.» Sandra Lienhart évoque une facette encore peu connue de Swisscom. L'entreprise assure en effet l'ensemble du trafic des paiements et des opérations sur titres pour le compte de la Banque Coop, qui figure parmi les premiers établissements bancaires en Suisse à avoir externalisé leur back-office. Une démarche qui s'inscrit dans la logique d'une banque de distribution. «Nos compétences-clés portent sur le suivi et le conseil clientèle. Aussi avons-nous décidé d'externaliser les activités de back-office – à la condition toutefois que la qualité et le prix soient corrects.» Ce qui semble être le cas pour Swisscom. Qualifiée de pionnière il y a quelques an-

nées avec la Banque Coop, cette expérience est désormais largement répandue dans le secteur. Swisscom exploite l'infrastructure informatique et les logiciels bancaires pour le compte de plus de 80 établissements financiers, dont certains lui ont également confié les tâches de back-office. Swisscom est ainsi le numéro un des solutions bancaires. Plusieurs raisons à cela: tout d'abord, l'assurance que les données sensibles sont en de bonnes mains. En externalisant son système de back-office, la Banque Coop peut se concentrer sur son cœur de métier. Ce qu'elle fait d'ailleurs à merveille. Elle s'est établie comme étant un établissement sympathique par rapport aux grandes banques. Sandra Lienhart apprécie la culture d'entreprise orientée

sur les collaborateurs et le fait que les valeurs de la banque soient véritablement incarnées. La Banque Coop attire les clients qui accordent une importance particulière au «fair banking», une promesse qui met en avant un bon rapport qualité-prix des produits et qui prouve que l'entreprise, en plus d'être

Pour la Banque Coop, il est important que ses partenaires partagent sa philosophie. Chez Swisscom également, le développement durable est ancré depuis fort longtemps dans la culture de l'entreprise. Swisscom compte parmi les entreprises suisses les plus engagées en faveur du développement durable et les

«La Banque Coop figure parmi les premiers établissements bancaires en Suisse à avoir externalisé leur back-office.»

un employeur appliquant une politique familiale, s'engage d'un point de vue écologique et social. A ce propos, la Banque Coop œuvre en tant que partenaire financier de la Ligue contre le cancer et a investi dans les Cancer Charity Support Funds. Le développement écologique durable revêt également une importance toute particulière. A l'instar de Swisscom, la Banque Coop consomme de l'électricité issue à 100% des sources d'énergie renouvelables.

cinq opérateurs de télécommunications les plus «durables» en Europe. Il y a cinq ans, la Banque Coop a conclu un contrat d'externalisation avec Sourcag, une entreprise spécialisée dans les processus bancaires et qui, entre-temps, a été reprise par Swisscom. Les modalités d'externalisation n'ont cessé de se transformer au fil des ans, durant lesquels les deux partenaires ont évolué de concert. «Nous avons beaucoup appris. Au début, notre personnel portait un re-



gard différent sur l'externalisation des processus bancaires, alors qu'aujourd'hui, cela va de soi», nous confie Sandra Lienhart. Depuis, la relation de confiance nouée entre Swisscom et la Banque Coop s'est intensifiée.

«En tant que partenaire contractuel de la Banque Coop, Swisscom est soumise aux directives strictes de l'Autorité de surveillance des marchés financiers.»

En tant qu'établissement financier, la Banque Coop dispose d'informations sensibles sur les clients et est tenue, légalement parlant, de respecter le secret bancaire. Les clients veulent avoir l'assurance que leurs données sont en de bonnes mains. «C'est pourquoi Swisscom a dû et doit nous persuader qu'elle utilise la technologie adéquate et s'efforce de faire tout ce qui est en son pouvoir pour garantir la sécurité des

données.» Partenaire contractuel de la Banque Coop, Swisscom est soumise aux directives strictes de l'Autorité de surveillance des marchés financiers (FINMA). Etant donné qu'elle effectue le trafic des paiements et les opérations sur titres, Swisscom est également soumise au secret bancaire. La Banque Coop vérifie régulièrement si les accords contractuels sont bien respectés au moyen d'audits ciblés. Outre la sécurité des données, d'autres facteurs entrent en ligne de compte pour que la collaboration soit parfaitement réussie: «Pour nous, il est très important que Swisscom soit un partenaire en phase avec les évolutions technologiques et capable d'effectuer les investissements nécessaires. Sur ce marché, il faut avoir une certaine taille pour pouvoir proposer des prix concurrentiels.»

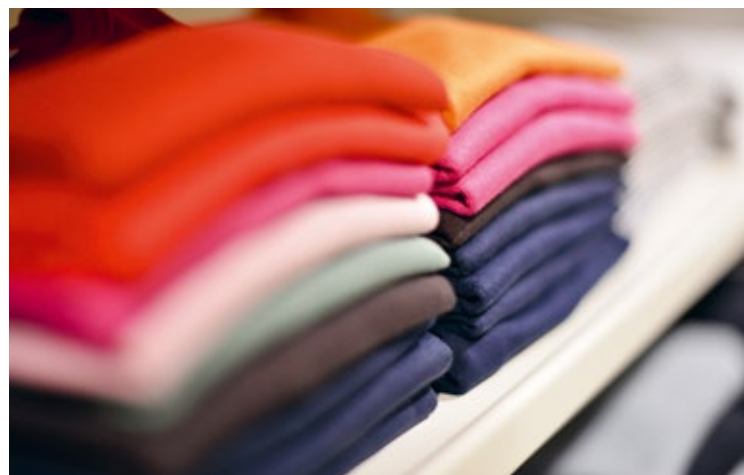




Toku swiss labels
Mieux s'imposer sur le marché
avec Swisscom

«Nous invitons
nos clients par
Mobile App à
nos vernissages.»

Mariann Liechti et Zimi Kesselring
Gérantes de la boutique Toku Store



Expérimenter quelque chose de nouveau, simplement et à moindres coûts

«Les clients bernois sont pragmatiques; ils veulent pouvoir enfourcher leur vélo sans changer de tenue vestimentaire. Contrairement à Zurich, les défilés de mode ne suscitent que peu d'intérêt à Berne», affirme Zimi Kesselring. Sa boutique, qu'elle tient avec Mariann Liechti, présente toutefois des créations qui ne sont pas uniquement fonctionnelles. La clientèle de Toku – qui signifie «particulier» en japonais – recherche une certaine originalité en termes de style, de qualité et de production durable. Autre particularité de Toku: elle propose uniquement des vêtements de marques suisses qui misent sur le développement durable et qui n'utilisent que des matières naturelles de première qualité. Mariann Liechti ajoute: «Nos clients savent faire la différence entre une laine de grande qualité et un tissu à base d'un mélange de polyester.» Les deux gérantes considèrent qu'elles doivent s'engager en faveur de la Suisse et ressuscitent un pan de l'histoire quasiment oublié. A une certaine époque en effet, l'industrie textile de la Suisse, florissante, exportait ses produits de qualité dans le monde entier.

Couturières de formation, elles font preuve d'esprit d'innovation. Car en plus de gérer avec succès leur boutique depuis trois ans, elles comptent parmi les premières entrepreneuses à s'être inscrites au Business World PME. Cette plateforme en ligne, unique en son genre, a été spécialement conçue par Swisscom pour les petites et moyennes entreprises. Les utilisateurs y trouvent chaque jour de nouveaux articles spécialisés, des listes de contrôle et des formations sur le marketing, les ressources humaines et les finances – des sujets intéressants pour tous les entrepreneurs au quotidien. Outre ces contenus infor-

«Le cloud computing pour PME constitue la pièce maîtresse de la plateforme.»

matifs, la plateforme regroupe une communauté PME qui ne cesse de s'agrandir et dans laquelle les utilisateurs peuvent non seulement créer leur profil personnalisé et des cartes de visites pour leur entreprise mais aussi se mettre en réseau avec d'autres sociétés. La plateforme propose également un domaine dédié au travail basé sur les applications web. Swisscom y explique comment utiliser ces Business Apps au quotidien, présente les avantages qu'elles procurent et ce à quoi il faut tenir compte lors de leur utilisation.



Ces applications couvrent aujourd'hui des domaines extrêmement variés. Tandis que certaines sont dédiées aux tâches de comptabilité et à la gestion du personnel, d'autres peuvent être utilisées comme outils de marketing. Les gérantes de Toku ont été parmi les premières à utiliser ces applications. Zimi Kesselring: «Nous nous servons des Business Apps pour nos activités de marketing. Un exemple: aujourd'hui, nous envoyons également les invitations pour nos vernissages par Mobile App. Nous créons aussi des bons et avons ouvert une boutique en ligne sur Facebook.» Tout cela alors que la start-up doit composer avec un budget informatique plutôt restreint et qu'elle entend employer avec mesure ses ressources. Contrairement aux logiciels, il n'est pas nécessaire d'acheter les applications basées sur le web. L'entreprise teste gratuitement les applis et a la possibilité de les activer sur Business World PME. Si elle souhaite utiliser une autre appli, elle peut en changer et n'est pas tributaire d'un logiciel qui aurait été acheté. Expérimenter des choses nouvelles et innover, tel est le credo de ces deux Bernoises qui rêvaient de créer leur propre marque. Elles se sont lancées dans la conception et la fabrication de leurs propres chaussures dans le cadre d'un projet artistique visant à moderniser les traditionnels sabots en bois. La première paire a suscité un tel engouement qu'elles ont décidé d'en démarrer la fabrication en série. La marque Tokushuu

était née. «Tout le monde crée des vêtements. Avec les chaussures, nous pouvions développer notre propre marque», déclare Mariann Liechti. Les semelles en hêtre, un bois dur, sont minces et élégantes. La finition des chaussures est effectuée dans une institution sociale où les deux créatrices ont fondé un petit atelier de production. Elles font donc partie des quelques fabricants de chaussures suisses à connaître le succès. Les vêtements, dont les premiers modèles sont déjà prêts dans l'atelier, devraient venir compléter la collection l'année prochaine.

Business World PME a permis aux deux fondatrices de découvrir Swisscom sous un nouvel angle. «Avant, pour nous, Swisscom était simplement un grand groupe. Or, c'est très intéressant de voir comment Swisscom a évolué en termes d'innovation. Nous avons découvert qu'elle était une entreprise suisse qui s'intéresse aux petites sociétés comme la nôtre et qui nous épaula en nous proposant des solutions personnalisées.» Une autre nouveauté attend les deux créatrices. A l'avenir, elles ne disposeront que d'un seul interlocuteur chez Swisscom. Une seule personne qui connaît leurs activités et leurs besoins et qui est en mesure de les accompagner sur la voie du succès. Car une chose est certaine: les deux Bernoises ont encore beaucoup de projets.





Reichle & De-Massari
Réduire les émissions de CO₂ avec Swisscom

«Webex nous
permet de
réduire notre
empreinte
carbone.»

Markus Steinmann
Membre de la direction de Reichle & De-Massari Schweiz



Le développement durable à tout point de vue Green ICT à Wetzikon

«Aucune goutte de combustible fossile ne coule dans ce bâtiment», déclare Markus Steinmann. Cet immeuble moderne situé à Wetzikon est en effet l'un des plus grands bâtiments commerciaux Minergie de Suisse. En été, la chaleur est évacuée du bâtiment afin de rafraîchir les pièces. Des sondes géothermiques, situées à 250 mètres de profondeur pour certaines, emmagasinent dans le sous-sol la chaleur, tout comme celle dégagée par les machines et les appareils. Des systèmes de pompes la restituent dans le bâtiment lorsque les journées sont froides. Le bâtiment et le sous-sol «vivent» ainsi en symbiose. Dans l'ensemble, les émissions de CO₂ de ce «Cube» sont inférieures de 90% à celles d'un bâtiment traditionnel. Les fondateurs de Reichle & De-Massari ac-

cordent une grande importance au développement durable, qu'il soit social, économique ou écologique. Markus Steinmann raconte une anecdote sur l'un des fondateurs de l'entreprise auquel on avait demandé pourquoi il avait fait mettre un parquet en chêne de grande qualité dans la cafétéria au lieu de poser du linoléum bon marché. Hans Reichle répondit qu'il ne construisait que tous les 50 ans et que le parquet en chêne constituerait donc une opération très lucrative sur cette période – en bref, il faut prévoir à long terme. En la matière, Swisscom et Reichle & De-Massari se ressemblent: le développement durable est bien ancré dans la culture d'entreprise de chacune d'entre elles. Outre la Suisse, Reichle & De-Massari est présente dans plus de 30 pays. Alors

que les déplacements effectués entre les sites étaient considérables autrefois, leur nombre a sensiblement baissé depuis une année. Et ce grâce à la solution de téléconférence Webex installée par Swisscom chez R&M. Elle permet de communiquer simplement et au-delà des frontières par le biais de conférences pouvant rassembler jusqu'à 20 participants. Autre avantage de taille: cette solution a un impact positif sur l'empreinte carbone de l'entreprise. Swisscom et myClimate ont décerné un certificat à Reichle & De-Massari qui atteste que l'entreprise économise

«Il faut 125 arbres pour fixer 125 tonnes de CO₂.»

125 tonnes de CO₂ grâce au produit de l'opérateur. Il faut 125 arbres pour fixer 125 tonnes de CO₂. Webex présente d'autres atouts: il s'agit d'une solution qui ne nécessite aucune infrastructure supplémentaire et donc peu d'investissements. Car pour bon nombre de produits respectueux de l'environnement, développement durable et économie de

coûts vont de pair. Pour R&M, l'utilisation de Webex a même débouché sur un concours interne. L'entreprise tient en effet un classement des utilisateurs les plus assidus.

Entreprise œuvrant sur le marché des TIC, R&M contribue également au développement durable sous une autre forme. Une étude de l'initiative mondiale de développement durable (Global e-Sustainability Initiative) a révélé que le recours aux solutions TIC modernes permet de réduire de 15% le bilan carbone au niveau international. Elles permettraient de gérer plus efficacement les systèmes de transport, les réseaux électriques et les bâtiments. Numéro un en Suisse en matière de solutions TIC respectueuses de l'environnement, Swisscom a besoin de partenaires tels que Reichle & De-Massari pour exploiter toutes ces possibilités. L'ensemble du secteur des TIC dispose du potentiel requis pour économiser cinq fois plus de CO₂ qu'il n'en émet.

Créée dans les années 60, Reichle & De-Massari appartient aujourd'hui à Reichle, la famille fondatrice. «Nous construisons, pour ainsi dire, des routes pour les télécommunications afin de garantir une communication fiable», dit Markus Steinmann à propos de l'objectif de l'entreprise. «Une route doit être en bon état pour que tous les véhicules puissent transporter leur chargement et les passagers.» Les clients de Reichle & De-Massari recherchent la sécurité et la qualité. Tout comme Swisscom, qui est l'un des plus gros clients de R&M en Suisse. Dans un monde interconnecté, toute panne provenant sur un tronçon de l'infrastructure TIC entraîne immédiatement d'importantes conséquences. Un centre de données défilant peut par exemple occasionner rapidement un préjudice de plusieurs millions de francs par jour. Bien souvent, les personnes qui travaillent avec des données virtuelles ne remarquent pas que les câbles à fibre optique doivent affronter des épreuves très terrestres. Ils sont enfouis dans des tranchées et doivent supporter pas mal de choses. Un câble à



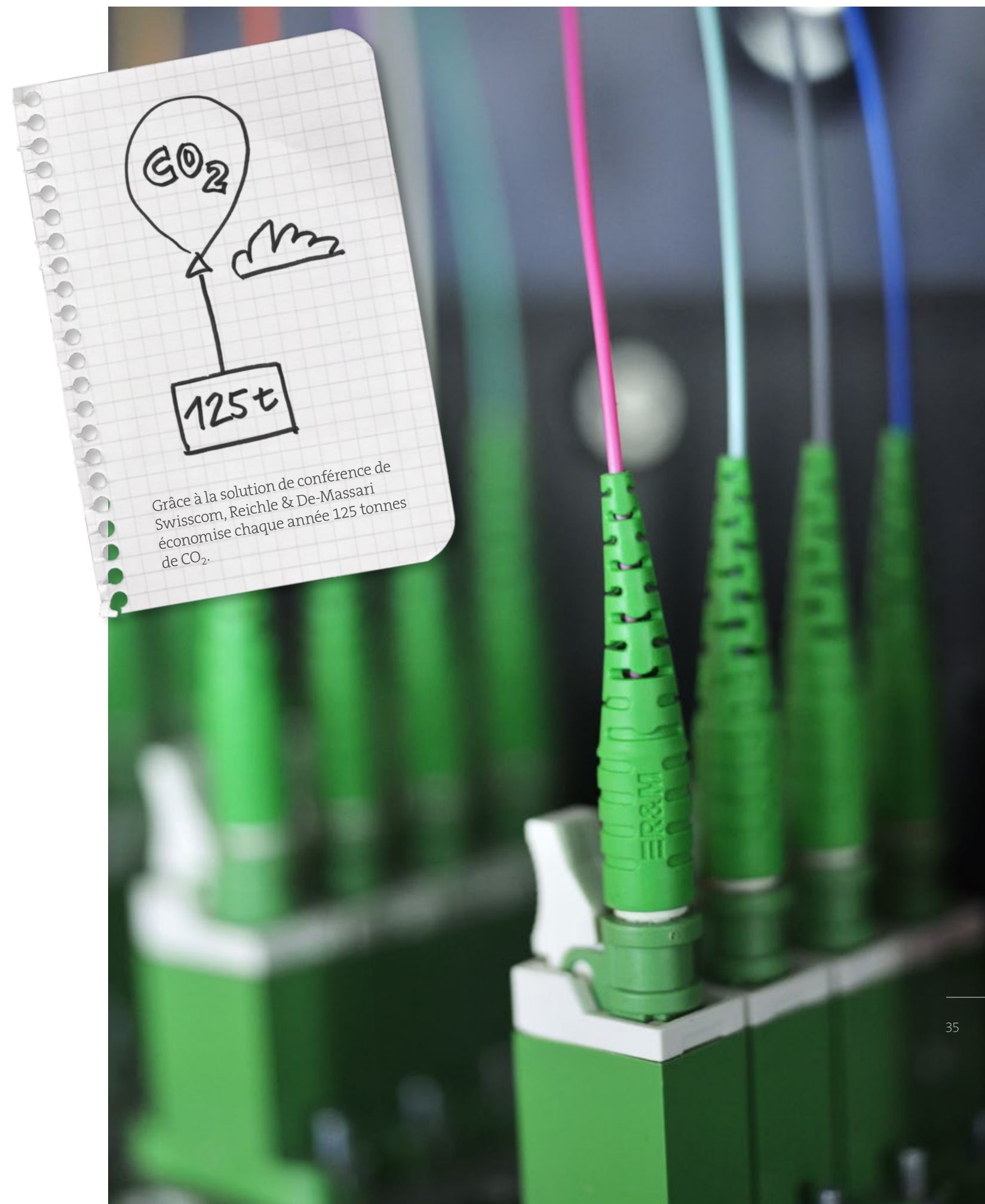
fibres optiques de qualité IP68 doit par exemple pouvoir transmettre parfaitement les données, même s'il est situé sous une colonne d'eau d'un mètre.

duites en Suisse selon des procédés durables. Comme Markus Steinmann le dit si bien: «La collaboration que nous entretenons avec Swisscom est fruc-

«Le recours aux solutions TIC permet de réduire de 15% les émissions de CO₂ au niveau mondial.»

Bien que R&M fournisse des câbles et des produits standardisés, l'entreprise attache une importance particulière à l'innovation. Car lors de la transition entre le câble et la prise, il est toujours possible de maximiser la performance. L'optimisation porte également sur d'autres produits, tels les répartiteurs de quartier, notamment dans le cadre d'une collaboration avec des partenaires. «Cette armoire renferme beaucoup d'idées de Swisscom», continue Markus Steinmann en montrant un coffret de raccordement. Les composants technologiques nécessaires à l'essai pilote FTTS (Fibre to the Street, voir page 11) ont été conçus de concert avec Swisscom. Et pour Swisscom, il est important que les solutions soient pro-

tueuse, car nous partageons les mêmes valeurs. Travailler de manière durable est au cœur des réflexions et de l'action des deux entreprises. C'est ce qui fait notre force.»



L'essentiel en bref

Le tableau ci-après présente l'évolution de quelques chiffres-clés importants de Swisscom entre 2011 et 2012. Une brève explication est fournie pour faciliter la compréhension des indicateurs financiers.

En 2012, le chiffre d'affaires net de Swisscom, qui s'établit à 11 384 mio CHF, a fléchi de 83 mio CHF ou 0,7%. Le résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA) a reculé de 203 mio CHF ou 4,4% à 4 381 mio CHF. Sur une base comparable et à taux de change constant, le chiffre d'affaires progresse de 0,3% tandis que l'EBITDA se replie de 0,6%. Le bénéfice net, qui s'élève à 1 762 mio CHF, a plus que doublé par rapport à 2011. Sur une base comparable, il est resté stable. La différence entre les chiffres affichés et ceux après correction est principalement due au effets exceptionnels suivants: effets de change, dépenses plus élevées pour la restructuration et la prévoyance du personnel ainsi que, pour Fastweb, une correction de valeur en 2011, des chiffres d'affaires de hubbing en baisse et un produit unique enregistré en 2011 suite au règlement d'un litige juridique opposant la filiale italienne de Swisscom à un autre opérateur de télécommunication.

En ce qui concerne les activités en Suisse, sur une base comparable, le chiffre d'affaires net est resté stable en 2012, à 9 268 mio CHF (+0,3%) alors que le résultat d'exploitation (EBITDA) s'est légèrement tassé, passant à 3 768 mio CHF (-2,1%). L'érosion des prix de 400 mio CHF dans l'activité principale traditionnelle a pu être compensée par de nouveaux chiffres d'affaires, mais pour la plupart réalisés dans le cadre d'activités générant des marges plus faibles. L'effectif, en baisse de 2,2%, s'élève à 16 269 postes. Sur une base comparable, les charges de personnel, de 2 227 mio CHF, sont restées à un niveau quasiment inchangé. En raison du déploiement des réseaux à haut débit et du montant de 360 mio CHF déboursé pour l'acquisition de fréquences de communication mobile mises aux enchères au premier trimestre 2012, les investissements en Suisse se sont accrus de 457 mio CHF ou 29,7% pour s'établir à 1 994 mio CHF. Sur une base comparable, le chiffre d'affaires net de Fastweb est resté quasiment inchangé à 1 613 mio EUR (+0,5%) et le résultat d'exploitation (EBITDA) a bondi de 11,1% à 500 mio EUR. Ces bons résultats s'expliquent principalement par une diminution des pertes sur créances et par les mesures prises pour réduire les coûts.

En millions CHF ou selon indication

	2012	2011	Variation
--	------	------	-----------

Performance économique

Chiffre d'affaires et résultats

Chiffre d'affaires net	11 384	11 467	−0,7%
Résultat d'exploitation avant amortissements (EBITDA)	4 381	4 584	−4,4%
EBITDA en % du chiffre d'affaires net	% 38,5	40,0	
Résultat d'exploitation (EBIT) avant dépréciation du goodwill	2 431	2 681	−9,3%
Résultat d'exploitation (EBIT)	2 431	1 126	115,9%
Bénéfice net	1 762	694	153,9%
Bénéfice par action	CHF 33,88	13,19	157,0%

Etat de la situation financière et flux de trésorerie

Capitaux propres à la clôture de l'exercice	4 156	4 296	−3,3%
Quote-part des capitaux propres à la clôture de l'exercice	% 20,7	22,1	
Operating free cash-flow	1 882	2 068	−9,0%
Investissements en immobilisations corporelles et autres immobilisations incorporelles	2 529	2 095	20,7%
Dettes nettes à la clôture de l'exercice	8 071	8 309	−2,9%

Informations opérationnelles à la clôture de l'exercice

Raccordements réseau fixe en Suisse	En milliers	3 013	3 120	−3,4%
Raccordements à haut débit Retail en Suisse	En milliers	1 727	1 661	4,0%
Raccordements Swisscom TV en Suisse	En milliers	791	608	30,1%
Raccordements réseau mobile en Suisse	En milliers	6 217	6 049	2,8%
Raccordements d'abonnés dégroupés en Suisse	En milliers	300	306	−2,0%
Raccordements à haut débit Wholesale en Suisse	En milliers	186	181	2,8%
Raccordements à haut débit en Italie	En milliers	1 767	1 595	10,8%

Action Swisscom

Cours de l'action à la clôture de l'exercice	CHF	393,80	355,90	10,7%
Capitalisation boursière à la clôture de l'exercice		20 400	18 436	10,7%
Dividende par action	CHF	22,00 ¹	22,00	–

Performance écologique

Indicateurs environnementaux en Suisse

Consommation d'énergie	GWh	532	507	4,9%
Dioxyde de carbone CO ₂	Tonnes	24 662	23 242	6,1%
Emissions de CO ₂ en moyen du parc de véhicules	Grammes par kilomètre	131,0	140,0	−6,4%
Taux de retour recyclage de portables	%	11,4	8,9	

Performance sociale

Collaborateurs

Effectif à la clôture de l'exercice en équivalents plein-temps	Nombre	19 514	20 061	−2,7%
Effectif en Suisse à la clôture de l'exercice en équivalents plein-temps	Nombre	16 269	16 628	−2,2%
Taux de fluctuation de l'effectif en Suisse	%	10,1	11,9	
Journées d'absences de l'effectif en Suisse	Nombre	117 876	116 210	1,4%

¹ Selon proposition du Conseil d'administration à l'Assemblée générale.

Agenda

7 février 2013

Conférence de presse de l'exercice 2012, Zurich

4 avril 2013

Assemblée générale à Fribourg

8 avril 2013

Date ex-dividende

11 avril 2013

Versement du dividende

2 mai 2013

Rapport intermédiaire, 1^{er} trimestre 2013

7 août 2013

Rapport semestriel 2013

7 novembre 2013

Rapport intermédiaire, 3^e trimestre 2013

Février 2014

Conférence de presse de l'exercice 2013, Zurich



