

2011

Impegno a favore della Svizzera



swisscom



L'esercizio

2011

in sintesi

Stimata lettrice, stimato lettore,

Swisscom ha concluso un esercizio ricco di avvenimenti, con ombre e luci. I settori di crescita sono stati come l'anno precedente quello dei servizi di trasmissione mobile dei dati e quello televisivo che ha registrato addirittura un incremento a due cifre. Ciononostante non è stato possibile controbilanciare integralmente l'erosione dei prezzi nell'attività principale in Svizzera.

Il 2011 è stato contraddistinto in Svizzera anche da investimenti molto elevati nelle reti di ultimissima generazione. In Italia la difficile situazione economica e i tassi d'interesse in aumento hanno ridotto le prospettive di crescita e aumentato i costi del capitale. In seguito alla necessaria rettifica del valore della partecipazione in Fastweb, l'utile netto di Swisscom è sceso di circa 1,2 miliardi di CHF.



Lieve contrazione del risultato d'esercizio

Il fatturato del Gruppo, pari a 11,5 miliardi di CHF, è inferiore di 0,5 miliardi di CHF rispetto a quello dell'anno precedente. In seguito a una contrazione del 61,2%, l'utile netto è sceso a 0,7 miliardi di CHF. Il fatturato netto è diminuito del 4,3% a 11'467 milioni di CHF, mentre il risultato d'esercizio (EBITDA) si è ridotto dello 0,3% attestandosi a 4'584 milioni di CHF. L'operating free cash flow è sceso di 444 milioni di CHF a 2'068 milioni di CHF in seguito ai maggiori investimenti operati in Svizzera. L'incremento del numero di clienti e dei volumi per un ammontare di circa 400 milioni di CHF non è stato in grado di compensare l'erosione dei prezzi dell'ordine di circa 500 milioni di CHF nell'attività principale in Svizzera. Gli investimenti in Svizzera sono cresciuti di 226 milioni di CHF a 1,54 miliardi di CHF. Il numero dei posti di lavoro in Svizzera è aumentato del 3,5%. Il fatturato netto dell'affiliata italiana Fastweb è calato, in valuta locale, del 7,1% a 1'746 milioni di EUR a causa dell'agguerrita concorrenza a livello dei prezzi. In Italia, in seguito alla difficile situazione economica e ai tassi d'interesse in rialzo, le prospettive di crescita sono diminuite mentre i costi del capitale sono aumentati. Si è pertanto adeguato il piano industriale di Fastweb procedendo nel contempo a una rettifica del valore della partecipazione nell'affi-

liata italiana. Nell'anno in rassegna l'utile netto di Swisscom è di conseguenza regredito di 1,2 miliardi di CHF a 0,7 miliardi. La rettifica del valore non incide negativamente né sul cash flow né sulla distribuzione dei dividendi agli azionisti. Tale rettifica non ha ripercussioni nemmeno sugli elevati investimenti e sul livello dei prezzi in Svizzera.

Andamento dell'azione Swisscom nel 2011

Il corso dell'azione Swisscom è sceso del 13,4% su base annua, mentre l'indice delle venti principali società svizzere quotate in borsa (SMI) ha denotato una contrazione del 7,8%. L'indice europeo delle telecomunicazioni ha perso l'8,6% in CHF. All'Assemblea generale sarà proposto il versamento di un dividendo ordinario di CHF 22 per azione (anno precedente: CHF 21) pari a una somma totale di 1'140 milioni di CHF. Il Consiglio di amministrazione prosegue così la politica dei dividendi adottata negli ultimi anni.

Andamento degli affari secondo i tre pilastri della strategia aziendale: ottimizzazione, ampliamento ed espansione

Pilastro «Ottimizzazione»

Swisscom vuole rafforzare e ampliare durevolmente la sua posizione nell'attività principale in Svizzera. L'erosione dei prezzi conseguente a una forte concorrenza e intensa regolamentazione è stata di circa 500 milioni di CHF nel 2011 e non ha potuto essere

compensata con l'incremento della clientela nei settori della comunicazione mobile e della banda larga né con i maggiori volumi nel traffico dati. L'effettivo dei clienti di telefonia mobile in Svizzera ha registrato un aumento di 221'000 unità (+3,8%) rispetto all'anno precedente, attestandosi a quota 6 milioni. Swisscom ha venduto 1,5 milioni di terminali di comunicazione mobile (+5,7%), il 60% dei quali erano smartphone. In seguito alla notevole crescita delle vendite di smartphone è aumentato il sussidiamento degli apparecchi ma è anche raddoppiato il traffico mobile di dati nell'arco di un anno. Nel 2011 vi è stata una forte domanda di offerte combinate come Vivo Casa, che comprende un collegamento di rete fissa con telefonia, internet e TV. All'inizio di agosto Swisscom ha lanciato Vivo Tutto, la prima offerta pacchetto a livello svizzero che include anche un collegamento di telefonia mobile. A fine 2011 erano in totale 613'000 i clienti che fruivano di offerte combinate. Il numero di collegamenti a banda larga per clienti finali è cresciuto in un anno di 77'000 unità (+4,9%) salendo a 1,66 milioni. L'effettivo dei collegamenti di Swisscom utilizzati da operatori terzi è leggermente aumentato nel 2011 attestandosi a 487'000.

Pilastro «Ampliamento»

Tema centrale è l'ampliamento dell'attività principale a tutti i livelli della catena del valore. Se da un lato i ricavi dalla trasmissione di voce e dati sono in costante calo da anni ormai, dall'altro gli sviluppi tecnologici consentono a Swisscom l'ingresso in nuovi settori. Nel 2011, cinque anni dopo il lancio del prodotto, Swisscom risultava essere il principale fornitore di servizi televisivi digitali nel nostro Paese. I clienti titolari di Swisscom TV sono aumentati del 44,4% in un anno raggiungendo quota 608'000. Nell'arco di un solo trimestre, l'ultimo del 2011, hanno scelto l'offerta televisiva di Swisscom ben 52'000 clienti. Le funzioni e l'offerta di programmi di Swisscom TV sono state arricchite di speciali app che permettono ai clienti di accedere direttamente ad applicazioni basate su internet e a trasmissioni televisive risalenti a 24 ore addietro. L'affiliata Swisscom IT Services ha conosciuto una forte crescita negli scorsi anni e propone un'ampia gamma di prestazioni informatiche. Nel settore dell'outsourcing è uno dei maggiori fornitori operanti sul mercato elvetico. Per consolidare la propria posizione nel campo dei servizi SAP, Swisscom IT Services ha rilevato Cirrus Group ed EFP Group.

Pilastro «Espansione»

Per quanto riguarda l'attività in Svizzera, Swisscom è esposta, a causa del suo ruolo storico nella fornitura di servizi di telecomunicazione, a un costante ed elevato rischio di regolamentazione. Per questo motivo

Swisscom è impegnata con modelli aziendali alternativi all'estero dove, contrariamente a quanto avviene nel nostro Paese, può trarre vantaggi da un contesto normativo più favorevole. L'attività all'estero è incentrata sull'Italia, dove opera la sua affiliata Fastweb. Nella vicina penisola, a causa dell'attuale difficile situazione economica e dei tassi d'interesse in rialzo, le prospettive di crescita sono tuttavia diminuite mentre i costi del capitale sono aumentati. Si è pertanto adeguato il piano industriale di Fastweb procedendo nel contempo a una rettifica del valore della partecipazione nell'affiliata italiana. L'utile netto di Swisscom nel bilancio d'esercizio 2011 è di conseguenza diminuito di 1,2 miliardi di CHF. La rettifica del valore non incide negativamente né sul cash flow né sulla distribuzione dei dividendi agli azionisti. Il nuovo piano industriale dell'affiliata italiana prevede un ulteriore potenziamento dei canali di vendita, il rafforzamento della partnership con Sky, fornitore di programmi televisivi a pagamento, come pure l'ampliamento dell'offerta di telefonia mobile. Grazie a questi provvedimenti adottati alla fine del 2010 e a un cambio della guardia ai suoi vertici, Fastweb è riuscita già nel corso del 2011 ad allargare notevolmente la sua quota di mercato in termini di aumento della clientela. Per migliorare ulteriormente l'efficienza sono state avviate diverse iniziative di contenimento dei costi. Anche le misure volte a recuperare i crediti arretrati si sono rivelate nettamente più efficaci rispetto all'anno precedente. La percentuale dei clienti morosi è stata dimezzata nell'arco di un anno. Complessivamente, nel prossimo biennio i risparmi sui costi e il recupero dei crediti arretrati dovrebbero avere un'incidenza positiva dell'ordine di 120 milioni di EUR all'anno sul risultato dell'azienda. Fastweb è l'unico operatore alternativo a vantare un'ampia rete in fibra ottica in Italia. Sebbene le prospettive di crescita abbiano dovuto essere ridimensionate verso il basso a causa dell'attuale difficile situazione economica, è nostra convinzione che anche nella vicina penisola continuerà a crescere la domanda di reti sempre più potenti – evoluzione da cui Fastweb trarrà grandi vantaggi.

Investimenti nell'infrastruttura e nel servizio alla clientela in Svizzera

Reti sempre più sicure e potenti, qualità della consulenza e dei servizi sempre migliore – è quanto si aspettano i clienti da Swisscom, che per poter soddisfare queste esigenze deve compiere maggiori investimenti. Nel 2011 li ha aumentati di 226 milioni di CHF rispetto all'anno precedente. Complessivamente sono stati stanziati 1,54 miliardi di CHF per migliorare le prestazioni e la sicurezza dell'infrastruttura elvetica, soprattutto con il potenziamento della rete in fibra ottica. Secondo le statistiche, ogni due minuti viene creato un nuovo collegamento in fibra ottica. A fine 2011 le abitazioni e i locali commerciali allacciati alla rete in fibra ottica erano circa 364'000. Entro il 2015 questa cifra salirà a oltre un milione, pari a un terzo delle economie domestiche della Svizzera. Una parte di questi allacciamenti viene realizzata nell'ambito di accordi di cooperazione con aziende elettriche o gestori di reti via cavo. In seguito a un intervento della Commissione della concorrenza, alcuni contratti di cooperazione sono stati rinegoziati e adeguati. Swisscom mira ad altri partenariati con aziende elettriche disposte ad investire. Sta inoltre esaminando diverse tecnologie basate

sulla fibra ottica per poter mettere a disposizione della popolazione in tempi ancora più brevi maggiori larghezze di banda e quindi prestazioni ancora più elevate. L'internet senza fili riscuote crescente successo: il traffico mobile di dati raddoppia ogni 12 mesi. Nel 2011 la rete di Swisscom è stata giudicata la migliore della Svizzera dalla rivista specializzata «connect» e dalla trasmissione televisiva «Kassensturz». Per difendere anche in futuro questo primato, Swisscom investe costantemente in nuove tecnologie radiomobili. Per il 2012 sono previsti ancora maggiori investimenti nell'infrastruttura elvetica, per un totale di 1,7 miliardi di CHF. Questi investimenti forniscono un contributo sostanziale affinché la società svizzera dell'informazione e della conoscenza disponga anche in futuro di una delle migliori infrastrutture di telecomunicazione del mondo. Per consolidare la posizione di leadership in relazione alla qualità della rete e del servizio saranno operati ingenti investimenti anche nei prossimi anni.

Sostenibilità nell'ottica di Swisscom

Nella cultura aziendale di Swisscom sono saldamente radicati i principi di una gestione economica sostenibile e di una responsabilità orientata al lungo periodo. Swisscom assume responsabilità verso la società e l'ambiente – oggi e domani. Utilizza ad esempio esclusivamente elettricità proveniente da fonti rinnovabili. Siamo convinti che in futuro ai nostri clienti interesserà ancora di più sapere se Swisscom opera secondo criteri di sostenibilità ambientale, sociale ed economica. Gli obiettivi della strategia di Corporate Responsibility di Swisscom s'incentrano su quattro temi chiave: «Sostenibilità nella vita e nel lavoro», «Sostenibilità nell'impiego di risorse e responsabilità nella catena di fornitura», «Comunicazione per tutti» e «Responsabilità in quanto datore di lavoro». Informazioni più dettagliate sul raggiungimento di tali traguardi sono contenute nel capitolo «Corporate Responsibility» del rapporto di gestione.

Previsione finanziaria per il 2012

Ipotizzando un tasso medio di cambio CHF/EUR di 1,23 per l'esercizio 2012, Swisscom prospetta un fatturato netto di 11,4 miliardi di CHF e un EBITDA di 4,4 miliardi di CHF. La clientela svizzera è molto esigente riguardo alla qualità. Con investimenti elevati, Swisscom intende consolidare la sua leadership nella qualità della rete e dei servizi e la propria posizione sul mercato. Nel 2012 gli investimenti arriveranno fino a 2,2 miliardi di CHF, di cui 1,7 miliardi di CHF saranno destinati all'attività in Svizzera, il che



significa un aumento di 100 milioni di CHF. In questo importo non sono comprese le spese per l'acquisto all'asta di frequenze di comunicazione mobile. Per gli anni a venire si prevede un livello di investimenti altrettanto elevato. In caso di raggiungimento degli obiettivi per il 2012, Swisscom pensa di proporre nuovamente all'Assemblea generale del 2013 un dividendo di CHF 22 per azione nonostante le spese aggiuntive per le frequenze di comunicazione mobile.

Grazie

Nell'insieme il 2011 è stato un anno intenso e ricco di avvenimenti. Tutti i traguardi che siamo riusciti a raggiungere l'anno scorso sono essenzialmente merito della fiducia dei nostri clienti, della fedeltà dei nostri azionisti e dell'instancabile impegno delle nostre collaboratrici e dei nostri collaboratori. A tutti loro esprimiamo i nostri più sentiti e sinceri ringraziamenti.

Le nostre prestazioni per la Svizzera

Le pagine seguenti offrono alle lettrici e ai lettori una panoramica delle svariate prestazioni che Swisscom fornisce alla Svizzera. Sulle foto che corredano i capitoli, i nostri collaboratori hanno il ruolo principale. Sono infatti loro che giorno dopo giorno si impegnano a fondo per i nostri clienti e il nostro Paese. Un impegno messo in evidenza anche dagli spot pubblicitari del 2011, nei quali proprio i collaboratori portano al destinatario, attraverso tutta la Svizzera, simboli come il cuore che sta per un messaggio d'amore. Vi auguriamo una piacevole lettura!

Cordiali saluti

Hansueli Loosli
Presidente del Consiglio di amministrazione
di Swisscom SA

Carsten Schloter
CEO di Swisscom SA

Benvenuti nel mondo digitale

Le moderne tecnologie di comunicazione fanno ormai parte di sempre più ambiti della vita privata e professionale. Basti pensare che un utente informatico medio trascorre oltre due ore al giorno in internet e in totale più di una mezza giornata al mese su Facebook, mentre fra i clienti commerciali è consuetudine già da tempo dislocare nel cloud parti della propria infrastruttura IT per ridurre i costi. E in futuro queste tendenze si rafforzeranno ulteriormente. Tuttavia, non solo le persone comunicano, ma anche gli apparecchi si scambiano sempre più informazioni tramite internet. Le reti di comunicazione sono paragonabili ai nervi vitali di un Paese: senza di esse tutto si ferma.





Riprese per uno degli spot televisivi di Swisscom:
il messaggio d'amore viaggia attraverso la Svizzera
– portato da collaboratori di Swisscom.

Il mondo sta diventando sempre più veloce, complesso e soprattutto digitale. Cambia così il modo in cui le persone interagiscono, imparano, lavorano, abitano, giocano e si divertono. Che l'infrastruttura di comunicazione sia indispensabile per i clienti lo dimostrano anche le crescenti esigenze e aspettative a livello di disponibilità, efficienza, qualità e sicurezza dei servizi. Chi disloca i propri dati – poco importa se si tratta di informazioni aziendali o foto di famiglia – su un server esterno vuole essere sicuro che i suoi beni digitali siano in mani sicure e sempre accessibili da qualsiasi luogo. E coloro che dopo una giornata di lavoro si siedono sul divano e navigano con l'iPad attraverso il menu di Swisscom TV si aspettano a giusta ragione che tutto funzioni senza problemi.

Il fabbisogno di larghezza di banda mobile cresce a grande velocità

Il traffico mobile di dati è raddoppiato in un anno. In soli quattro anni è aumentato di 68 volte. Questa evoluzione è dovuta in gran parte alla rapida diffusione degli smartphone e alla facilità di accesso a internet che questi dispositivi garantiscono anche in viaggio. Circa il 60% degli apparecchi di telefonia mobile venduti da Swisscom nel 2011 erano smartphone.

Investire nella società svizzera dell'informazione e della conoscenza

L'infrastruttura di comunicazione del nostro Paese si è trasformata in un importante vantaggio competitivo. Chi investe in questa infrastruttura di base investe nella Svizzera. Nel 2011 Swisscom vi ha investito 1,54 miliardi di CHF, ossia 226 milioni di CHF in più rispetto al 2010, e nel 2012 l'importo sarà addirittura di 1,7 miliardi di CHF. Questi investimenti forniscono un contributo sostanziale affinché la società svizzera dell'informazione e della conoscenza disponga anche in futuro di una delle migliori infrastrutture di telecomunicazione del mondo. Per consolidare la posizione di leadership in relazione alla qualità della rete e del servizio saranno operati ingenti investimenti anche nei prossimi anni.

La migliore rete mobile della Svizzera

Secondo gli studi condotti nel 2011 dalla rivista specializzata «connect» e dalla trasmissione televisiva «Kassensturz», Swisscom dispone della migliore rete mobile della Svizzera. E non è certo un caso. Considerata la rapidissima crescita delle prestazioni e della larghezza di banda, è possibile far fronte a questa evoluzione solo potenziando costantemente la rete e operando continue innovazioni. Per essere sempre un passo avanti alla domanda di larghezza di banda, entro la metà del 2014 tutte le 6'000 stazioni di telefonia mobile saranno dotate di nuovo hardware e software nonché allacciate a rapide linee in fibra ottica. In tal modo le attuali tecnologie di telefonia mobile (2G e 3G) saranno modernizzate e ad esempio la velocità massima di HSPA+ potrà essere aumentata capillarmente fino a 84 Mbit/s – e in pratica raddoppiata. Soltanto nel 2011 Swisscom ha costruito o ristrutturato circa 300 stazioni di telefonia mobile e collegato alla fibra ottica oltre 1'000 stazioni di base. Ma l'evoluzione della comunicazione mobile prosegue a grande velocità. Alla fine del 2011 Swisscom ha avviato in sette regioni turistiche una prova pilota con Long Term Evolution (LTE), la tecnologia di telefonia mobile di quarta generazione.

In Svizzera le disposizioni che disciplinano il potenziamento della telefonia mobile sono le più severe del mondo; prevedono ad esempio valori limite per le emissioni dieci volte più restrittivi rispetto a molti Paesi europei e procedure di autorizzazione complesse. Malgrado queste rigorose condizioni quadro e gli ingenti investimenti, i prezzi della comunicazione mobile si situano nella media internazionale secondo l'OCSE. E i clienti di Swisscom che all'estero telefonano e navigano avvalendosi di partner di roaming beneficiano delle tariffe più vantaggiose fra quelle applicate dagli altri operatori svizzeri.

Come fa il mio messaggio a giungere al destinatario?

Già pochi attimi dopo l'invio di un SMS il messaggio giunge al destinatario. Ma come fa un SMS a trovare il cellulare del destinatario? È molto semplice: non appena il mittente invia l'SMS, l'informazione raggiunge attraverso onde elettromagnetiche l'antenna di telefonia mobile, anche chiamata stazione di base, più vicina. Da qui il messaggio viene trasmesso alla centrale locale mediante cavi in rame o in fibra ottica. Lì si verifica quale antenna si trova nelle vicinanze del destinatario. Il messaggio viaggia nuovamente via cavo fino all'antenna in questione e da lì raggiunge per via aerea il cellulare del destinatario. Il tutto dura soltanto alcune frazioni di secondo.



Molte vie portano a un incremento della larghezza di banda

Sebbene i tassi di crescita relativi alla trasmissione mobile di dati siano impressionanti, la maggior parte delle navigazioni in internet continua ad avvenire attraverso la rete via cavo. E anche in questo caso la crescita è enorme. Dal 2006 il fabbisogno di larghezze di banda è aumentato di 8 volte. In questo ambito la Svizzera detiene una posizione di punta anche sulla scena internazionale, considerato che secondo un confronto dell'OCSE il nostro Paese occupa il primo posto per quanto riguarda l'incremento dell'utilizzo della banda larga. Con l'ampliamento della rete in fibra ottica, Swisscom investe nella rete del futuro. Le basi in tal senso sono già state gettate molti anni fa. Inizialmente i cavi in fibra ottica sono stati posati tra le centrali e in seguito tirati fino ai quartieri. Nel 2011 Swisscom ha allacciato 900 quartieri, ossia circa 250'000 abitazioni e attività commerciali.

Dall'autunno 2008 Swisscom porta le fibre ottiche fino alle abitazioni e alle attività commerciali – da qui deriva l'espressione «Fibre to the Home». Secondo le statistiche, ogni due minuti viene creato un nuovo collegamento in fibra ottica. A fine 2011 le abitazioni e i locali commerciali allacciati direttamente alla rete in fibra ottica erano circa 364'000. Entro il 2015 questa cifra salirà a un milione, pari a un terzo delle economie domestiche della Svizzera. Una parte di questi allacciamenti viene realizzata

nell'ambito di accordi di cooperazione con aziende elettriche o gestori di reti via cavo. Attraverso il potenziamento della rete in fibra ottica combinato, in parte nei quartieri e in parte nelle abitazioni, già l'88% della popolazione del nostro Paese può usufruire della televisione digitale e dell'internet veloce, mentre circa l'80% può avvalersi addirittura della TV in qualità HD e di un collegamento internet super-veloce. Swisscom sta inoltre esaminando diverse tecnologie basate sulla fibra ottica per poter mettere a disposizione della popolazione in tempi ancora più brevi maggiori larghezze di banda e quindi prestazioni ancora più elevate.

Dal capello d'angelo alla trasmissione rapida di dati

Senza i soffiatori di vetro della Foresta Turingia del XVIII secolo, oggi non ci sarebbero pacchetti di dati che sfrecciano da un continente all'altro attraverso linee in fibra ottica. A quell'epoca questi abili artigiani realizzavano cosiddetti capelli di fata o d'angelo. I sottili filamenti di vetro furono utilizzati dapprima soltanto a fini decorativi. Nel XX secolo le fibre di vetro decorative si rivelarono tuttavia ideali per il trasporto di segnali di dati. Il principio è molto semplice: le informazioni sotto forma di segnali elettrici vengono trasformate in impulsi luminosi che attraversano le linee alla velocità della luce. Giunti a destinazione, i segnali luminosi vengono riconvertiti in segnali elettrici e l'informazione viene così recapitata al destinatario.



Un servizio universale che non ha eguali al mondo

Swisscom ha un forte legame con la Svizzera ed è fiera di garantire il servizio universale con l'infrastruttura di telecomunicazione su mandato della Confederazione. In Svizzera un accesso alla rete a banda larga è compreso nel servizio pubblico. Swisscom garantisce infatti il servizio universale e quindi il collegamento alla rete a banda larga ovunque: in una quietta valle lontana dai grandi centri così come in una capanna del Club Alpino Svizzero. Nelle regioni in cui l'allacciamento alla rete DSL non è possibile vengono offerte soluzioni basate sulla comunicazione mobile; in questi casi il computer viene collegato alla rete mobile mediante una carta SIM. Un'ulteriore possibile opzione è una soluzione a banda larga via satellite, per la quale Swisscom mette a disposizione l'equipaggiamento necessario. Il 1° marzo 2012 la larghezza di banda minima del servizio universale sarà aumentata del 66% e portata a 1'000 kbit/s.

Dove si colloca la Svizzera nel raffronto internazionale?

- › 7° posto nello sviluppo ICT su 159 Paesi confrontati (fonte: ITU, febbraio 2010)
- › La Svizzera vanta la maggiore copertura a banda molto larga d'Europa (oltre 20 Mbit/s) (fonte: IDATE FTTX Watch Service, maggio 2010)
- › Nel raffronto internazionale, la Svizzera occupa il 4° posto in relazione agli investimenti pro capite nell'infrastruttura di telecomunicazione (OECD Communications Outlook, luglio 2011)

Maggiore fabbisogno di larghezze di banda generato anche dall'«internet delle cose»

Non solo le persone comunicano tra di loro attraverso reti a banda larga, anche gli apparecchi possono scambiarsi informazioni mediante internet. Per definire questa realtà si utilizza il termine tecnico Machine-to-Machine (M2M). Già oggi le aziende municipali possono effettuare la lettura dei contatori elettrici in maniera automatizzata tramite la rete di telefonia mobile invece di inviare un collaboratore del servizio esterno presso i clienti. I navigatori ricevono informazioni aggiornate sul traffico stradale calcolate sulla base di dati di spostamento anonimizzati dei clienti di telefonia mobile. Tutte queste innovazioni offrono un valore aggiunto: semplificano i processi, abbassano i costi e permettono di gestire in modo più sostenibile le risorse che scarseggiano. Presto ci saranno più macchine in comunicazione diretta fra di loro che utenti di telefonia mobile. Secondo le previsioni di Swisscom, a lungo termine in Svizzera le macchine collegate fra di loro attraverso la rete di telefonia mobile saranno più di 100 milioni.



Ramona Rubera

assiste alla Hotline i clienti privati di Swisscom in qualità di agente Customer Care.

«Per me il cuore rappresenta anche la passione con cui consigliamo i nostri clienti.»

Le mie colleghe di lavoro mi hanno colta di sorpresa e convinta ad annunciarmi per il casting del nuovo spot pubblicitario. Secondo loro avrei fatto bella figura davanti alla telecamera. Oggi sono contenta di aver partecipato. È stato fantastico, lo rifarei subito. È interessantissimo vedere come nasce uno spot pubblicitario ed è affascinante prendere parte alle riprese. Lo spot è riuscito molto bene. Secondo me mostra che esistono molti modi per dire qualcosa di carino a qualcuno.

Per me il cuore nello spot rappresenta anche la passione con cui noi del Call Center consigliamo i nostri clienti e li aiutiamo a risolvere i loro problemi. I numerosi e piacevoli colloqui che intrattengo ogni giorno mi dimostrano che la gente ha un'immagine positiva di noi. Apprezzo soprattutto quando riesco ad entusiasmare nuovamente per Swisscom un cliente che ci ha contattati perché era deluso per un qualche motivo. Nello spot si vede anche che non è evidente, dal punto di vista tecnico, far giungere i messaggi fin negli angoli più remoti. Credo tuttavia che non tutti i clienti ne siano sempre consapevoli. La cosa più importante per il cliente è che le cose funzionino, che il cuore, cioè il messaggio d'amore, arrivi a destinazione.

Rafforzare la competitività

Nella vostra vita professionale, bit e byte sostituiscono sempre più spesso i beni e i valori materiali. Chi impiega abilmente le tecnologie di informazione e comunicazione guadagna in termini di efficienza e competitività, mentre sovente le vostre attività si fermano quando l'infrastruttura di comunicazione subisce un'interruzione. Swisscom offre alle aziende di ogni dimensione le soluzioni adeguate sia a livello di infrastruttura sia in ambito di processi operativi. Queste soluzioni possono essere adattate alle vostre esigenze individuali. Il motore del nostro agire è la vostra soddisfazione in qualità di clienti. Avendo al vostro fianco Swisscom, un partner forte, potete concentrarvi sulle vostre attività principali, incrementare la vostra efficienza e avere più successo.

Riprese per uno degli spot televisivi di Swisscom: collaboratori di Swisscom portano un coltellino tascabile ai clienti commerciali. Il coltellino rappresenta la versatilità, l'affidabilità e la qualità svizzera dei servizi di Swisscom.





Swisscom annovera fra i propri clienti aziende di ogni dimensione – dalla falegnameria nel remoto hinterland fino alla holding attiva a livello internazionale –, tutte accomunate da un aspetto: l'aumento delle esigenze a livello di qualità, affidabilità e sicurezza. Inoltre le aziende sono costantemente alla ricerca di soluzioni per incrementare l'efficienza e ridurre i costi. Swisscom è un partner in grado di soddisfare le più svariate necessità dei clienti aziendali. E questo viene apprezzato: nel 2011 le imprese svizzere hanno eletto Swisscom miglior fornitore di servizi ICT (studio «Swiss IT 2011» condotto dall'istituto di ricerca di mercato International Data Corporation).

Le PMI – spina dorsale dell'economia svizzera

In Svizzera esistono circa 311'000 piccole e medie imprese (PMI) attive in oltre 44 settori diversi. L'87% di esse impiega meno di 10 collaboratori. Le PMI mettono a disposizione due terzi dei posti di lavoro presenti in Svizzera. Swisscom propone alle PMI una gamma di offerte riguardanti la telefonia, l'informatica, internet, l'ufficio mobile e l'Online Business. Sul territorio svizzero, Swisscom conta quasi 4'500 punti di contatto e di vendita per clienti PMI nonché circa 500 agenti nel servizio clienti che forniscono supporto alle PMI nei diversi ambiti. Swisscom s'impegna notevolmente anche a favore dei neo-imprenditori con offerte speciali, il supporto di centri per l'imprenditoria e piattaforme per start-up. Inoltre Swisscom collabora strettamente con istituzioni che promuovono e sostengono i neoimprenditori.

Richiesta di offerte su misura

Negli scorsi mesi Swisscom ha introdotto un ampio assortimento di Managed Services destinati alle grandi aziende. Il portafoglio di offerte comprende da un lato soluzioni di comunicazione e di collaborazione che integrano tutte le possibilità di collaborazione quotidiana su una piattaforma e che ottimizzano l'impiego di apparecchi mobili. Dall'altro lato, il portafoglio di Managed Services annovera anche soluzioni per la gestione dell'infrastruttura di rete e IT nonché la manutenzione e la gestione dell'architettura di sicurezza. Secondo il principio alla base dell'offerta, il cliente sceglie da questa vasta gamma di offerte i servizi che desidera ottenere da Swisscom, per i quali paga un importo mensile fisso. In tal modo i costi dell'ICT sono facilmente calcolabili e possono essere adeguati a seconda della situazione economica del cliente. Inoltre Swisscom si assume la gestione delle soluzioni e quindi il cliente può con-

centrarsi sulle sue attività principali. Questa offerta è unica nel suo genere in Svizzera. Nel 2011 Cisco ha premiato i Managed Services di Swisscom con il «Solution Innovation Partner Award» e Microsoft ha eletto Swisscom «Partner of the Year 2011» nel settore «Unified Communications».

Ieri si telefonava – oggi si usano i Managed Communications & Collaboration Services

I Managed Communications & Collaboration Services raggruppano su una piattaforma integrata tutte le possibilità di comunicazione, ovvero telefonia, posta elettronica, Instant Messaging, audioconferenze e videoconferenze, stato di presenza, Application Sharing e Document Management. I collaboratori possono darsi appuntamento a riunioni online ed elaborare insieme dei documenti a prescindere da dove si trovano. Ciò garantisce la continuità dei media, aumenta l'efficienza della collaborazione e riduce i costi.

Soluzioni individuali per esigenze di sicurezza

Le aziende fanno largo uso del cyberspazio e sempre più spesso salvano i dati al di fuori della propria infrastruttura. I clienti commerciali apprezzano sempre di più i Cloud Services. Tuttavia, come nella vita reale, anche nel mondo digitale si celano dei pericoli. I clienti che non custodiscono più i loro dati su server propri dovrebbero affidarli a un partner fidato. E poiché nell'universo virtuale vi sono anche altri rischi, i clienti possono farsi consigliare da Swisscom in merito alla sicurezza. Esistono soluzioni individuali commisurate alle varie esigenze in materia di sicurezza: con la qualità svizzera, comprovate a livello internazionale, di facile impiego e sempre all'avanguardia dal profilo tecnico. Swisscom è certificata in base alla norma ISO 27001, lo standard internazionale relativo alla sicurezza informatica.



Brunneggstr.

I dati finiscono nella nuvola

I Cloud Services permettono di ottenere capacità di calcolo, memorie dati e capacità di rete in modo dinamico e all'occorrenza tramite una rete. Ciò significa che l'utente non gestisce più una parte dell'hardware autonomamente, ma la prende a noleggio da un fornitore. Il nome «Cloud Services» deriva dal fatto che il servizio per il cliente non si trova più nel suo ufficio ma presso un fornitore esterno e quindi non è più visibile, quasi come una nuvola (cloud). Anche con i Cloud Services, Swisscom garantisce ai clienti la consueta elevata disponibilità e sicurezza. Inoltre i dati vengono salvati in Svizzera. Una simile soluzione offre al cliente il vantaggio di poter ridurre i costi d'investimento e disporre di risorse in modo flessibile in funzione delle necessità.

SuisseID – la prova elettronica dell'identità

Come può sapere un utente nel mondo virtuale chi è veramente il suo interlocutore? In collaborazione con la Segreteria di Stato dell'economia, l'Ufficio federale dell'informatica e della telecomunicazione e altri partner, Swisscom ha sviluppato la SuisseID. Quest'ultima consente di fornire una prova elettronica sicura dell'identità e al tempo stesso di firmare documenti e contratti in modo giuridicamente vincolante nel traffico elettronico commerciale o con le autorità. È così possibile eseguire online transazioni tra privati e imprese, fra una ditta e l'altra o tra cittadini e amministrazione.

Interconnessione dei clienti a livello mondiale

Per le aziende svizzere che operano in tutto il mondo è importante collaborare con un partner di telecomunicazione che gode di una buona rete di relazioni a livello internazionale. Grazie alla cooperazione con l'operatore di telecomunicazione statunitense Verizon, Swisscom ha al suo fianco un forte partner internazionale. Inoltre, nel 2011 Swisscom ha ulteriormente ampliato i suoi servizi WAN internazionali con NTT Europe, rafforzando in tal modo la sua presenza in Asia. Le reti WAN sono reti di calcolatori che si estendono su un'ampia area geografica. I clienti di Swisscom beneficiano pertanto di un'interconnessione IP locale notevolmente migliore e di una copertura di rete più elevata in molti Paesi in tutto il mondo.

Cooperazione più efficiente con il Collaborative Whiteboard

Swisscom sta sviluppando assieme a Hitachi Solutions un nuovo prodotto, il Collaborative Whiteboard. Questo perfezionamento del tradizionale whiteboard digitale renderà la collaborazione più efficiente, flessibile e creativa – non solo in seno alle aziende ma anche tra di esse. Il Collaborative Whiteboard viene offerto quale Managed Service e permette una nuova modalità di collaborazione. Grazie a questo servizio è infatti possibile svolgere colloqui virtuali tra diverse località. I partecipanti hanno la possibilità di discutere documenti sul whiteboard digitale, apporvi delle note e infine salvarli nella propria rete.



Molti pagamenti bancari avvengono tramite Swisscom

Swisscom offre un'ampia gamma di servizi per la gestione di infrastrutture IT complesse con particolare attenzione agli ambiti di competenza outsourcing, workplace, SAP e finance. Swisscom fornisce consulenza e implementa soluzioni IT soprattutto per il settore finanziario. Non tutti sono consapevoli del fatto che il pagamento effettuato a casa con l'e-banking forse passa attraverso un server di Swisscom. Quest'ultima gestisce infatti sistemi standard specifici al settore e soluzioni individuali per circa 190 istituti bancari e assicurativi; inoltre garantisce per le banche uno svolgimento efficiente, conveniente in termini di costi e tempestivo del traffico dei pagamenti sulle piattaforme informatiche più moderne.

Chi viaggia con le FFS ha sempre accanto anche un po' di Swisscom

Dal 2006 Swisscom IT Services è partner delle FFS per le quali gestisce, nell'ambito di un mandato di responsabilità globale, un migliaio di server su cui si basano quasi 300 applicazioni grazie alle quali i clienti ricevono informazioni aggiornate sugli orari dei treni e avvisi tempestivi relativi a eventuali ritardi o interruzioni. Swisscom IT Services fornisce inoltre la propria assistenza a quasi 17'000 postazioni di lavoro IT agli sportelli e negli uffici sparsi in tutta la Svizzera.



Markus Brütisch

lavora presso la divisione Clienti commerciali
in qualità di Information Security Officer.

«Abbiamo gli strumenti che occorrono ai nostri clienti per risolvere i propri problemi.»

«Non mi sono annunciato per il casting perché vorrei andare a Hollywood, ma perché per me era importante rappresentare degnamente la divisione Grandi Aziende nello spot. In fin dei conti lo spot è destinato ai clienti commerciali, quindi ai clienti che utilizzano i nostri servizi. È impressionante il lavoro che ci vuole per realizzare uno spot pubblicitario di 45 secondi. L'atmosfera sul set era ottima. Si è lavorato in modo professionale con l'obiettivo di ottenere un buon risultato. È stato piuttosto faticoso: il coltello che abbiamo portato pesava attorno ai 120 chili. Abbiamo dovuto concentrarci a fondo e seguire attentamente le indicazioni del regista durante le innumerevoli ripetizioni delle singole scene. E talvolta mi sono persino dimenticato di essere davanti a una telecamera.

Si tratta di uno spot piuttosto intellettuale. Per comprendere il messaggio occorre riflettere. Le immagini sono molto artistiche e il risultato è tutt'altro che banale. Mi piace. Anche il messaggio passa: abbiamo gli strumenti che occorrono ai nostri clienti per risolvere i propri problemi. Siamo in grado di fornire assistenza sia a un'azienda grande, ad esempio una banca, sia a un orologiaio che gestisce da solo la propria attività. Lo spot mostra un approccio moderno nei confronti dei clienti. Non ci rivolgiamo ai clienti con l'atteggiamento «sappiamo già cosa vi occorre», ma discutiamo con loro e impieghiamo gli strumenti in modo commisurato alle loro esigenze. Abbiamo un vastissimo assortimento di prodotti; lo constato nel mio ambito di lavoro. Possiamo offrire una rete normale oppure una rete codificata e integrarvi diversi certificati. Questo approccio individuale è un punto di forza fondamentale. Le banche, ad esempio, sanno che è meglio rivolgersi a Swisscom per la realizzazione di una rete tra le filiali che soddisfi i requisiti della FINMA e delle società di revisione.»

A group of people are participating in a ropes course in a forest. A large, white, circular canopy is suspended above them, supported by ropes. The people are standing on a forest floor covered in green moss and ferns. The background shows tall, thin trees and a dense forest. The lighting is soft and natural, suggesting a sunny day with some shade.

Impegno su vari fronti

In quanto grande azienda svizzera Swisscom si sente responsabile verso il nostro Paese su vari fronti – imprenditoriale, sociale ed ecologico. Gestione economica sostenibile e responsabilità orientata al lungo periodo sono saldamente radicate nella cultura aziendale di Swisscom. Il fil rouge: Swisscom assume responsabilità verso la società e l'ambiente – oggi e domani. Una filosofia che ha già praticato in passato: Swisscom è stata la prima impresa al mondo a introdurre una sistematica gestione ambientale secondo lo standard ISO 14001. Un'altra prova è la sua iniziativa «Scuole in internet» lanciata già nel 2003. In base a vari rating Swisscom è oggi una delle aziende di telecomunicazione più sostenibili a livello europeo.



Riprese per uno degli spot televisivi di Swisscom:
collaboratori di Swisscom portano il sole, simbolo
dell'energia rinnovabile, attraverso la Svizzera.



Promuovere la sostenibilità nella vita e nel lavoro

Swisscom e tutto il settore dell'informatica e delle telecomunicazioni dispongono dei mezzi necessari per aiutare e incoraggiare i clienti a vivere e lavorare secondo principi di sostenibilità. Nei segmenti della clientela commerciale e privata Swisscom è già impegnata a ridurre l'impatto ambientale delle proprie offerte e ad arricchire il suo portafoglio di servizi che permettono di risparmiare elettricità e diminuire le emissioni di CO₂.

Già disponibile un portafoglio di Green ICT per clienti commerciali

Swisscom offre ai clienti commerciali un ricco assortimento di Green ICT, servizi ecologici d'informatica e comunicazione che contribuiscono a contenere il consumo di energia elettrica e le emissioni di CO₂. myclimate, un'organizzazione senza scopo di lucro, verifica il valore aggiunto ecologico di tali offerte e lo certifica secondo criteri ben precisi. Il portafoglio Green ICT comprende ad esempio videoconferenze, centri di calcolo improntati all'efficienza energetica e anche sistemi di gestione del parco veicoli. I servizi Green ICT, oltre a permettere al cliente di consumare meno corrente e diminuire le emissioni di CO₂, sono gestiti nella rete di Swisscom esclusivamente con elettricità proveniente da fonti rinnovabili. Questi servizi ecologici sono sempre più richiesti anche perché consentono risparmi sui costi. Nel 2011 circa

40 ditte hanno ottenuto da Swisscom un certificato Green ICT poiché grazie a questi servizi il numero dei loro viaggi d'affari è calato contribuendo a ridurre complessivamente di 10'000 t le emissioni di CO₂ e di 4,5 milioni di kWh il consumo di energia elettrica. Nell'anno in rassegna Swisscom ha generato con i servizi Green ICT un fatturato di circa 164 milioni di CHF, il 10% in più rispetto all'esercizio precedente. Il portafoglio delle offerte ecologiche è consultabile nel sito www.swisscom.com/myclimate

Riduzione delle emissioni di CO₂ grazie alle tecnologie di comunicazione moderne

Le moderne tecnologie possono contribuire a una notevole contrazione delle emissioni di CO₂. Con servizi innovativi d'informatica e comunicazione (ICT) è possibile ridurle di circa il 15% su scala planetaria, stando a uno studio di Global e-Sustainability Initiative. Inoltre, l'impiego di ICT permette di gestire in modo più efficiente sistemi di trasmissione, reti elettriche o edifici. La mobilità virtuale può sostituire i viaggi. Le tecnologie ICT hanno pertanto il potenziale di far risparmiare il quintuplo del CO₂ che emettono.

Ciascuno può gestire l'impatto ambientale

I clienti di Swisscom hanno innumerevoli opportunità per rispettare di più l'ambiente. Possono ad esempio richiedere la fattura elettronica invece di quella tradizionale o portare in uno Swisscom Shop un vecchio cellulare da riciclare. Swisscom accetta

tutti gli apparecchi elettronici che rientrano nel suo assortimento. Anche cellulari ancora funzionanti possono essere consegnati a uno Swisscom Shop a scopi di beneficenza. I dispositivi di telefonia mobile ancora utilizzabili sono venduti da Swisscom a prezzi convenienti a Paesi bisognosi, mediante una ditta terza nel quadro del programma «Swisscom Mobile Aid». Il ricavato è interamente devoluto alle organizzazioni umanitarie «terre des hommes suisse» e «réalise».

Dal 2011 i visitatori degli Swisscom Shop possono farsi un'idea più chiara di quanto siano ecologici i terminali di rete mobile che intendono acquistare. Quanta corrente consuma un apparecchio? Quanta energia occorre per stabilire un collegamento? Questo genere d'informazioni era finora difficilmente ottenibile dai clienti. Desiderosa di garantire maggiore trasparenza, Swisscom è stata la prima azienda di telecomunicazioni in Svizzera a introdurre gli «ecopunti» che servono a valutare e raffrontare tutti gli apparecchi del suo assortimento. La valutazione è effettuata dalla fondazione indipendente myclimate su incarico di Swisscom. Altri progressi sono previsti nel 2012 con minori consumi energetici da parte dei set-top box in modalità standby e dei router.

Parsimonia nell'uso di risorse limitate

Swisscom mira a criteri molto severi nell'impiego di risorse. È uno dei dieci maggiori acquirenti di elettricità della Svizzera. Considerando che le reti di Swisscom devono soddisfare sempre maggiori esigenze, il suo consumo di corrente aumenterebbe del 30% se non attuasse misure di efficienza energetica. Swisscom attribuisce quindi priorità alla gestione di infrastrutture efficienti dal profilo energetico (edifici, informatica, reti, parco veicoli) e all'impiego di energie da fonti rinnovabili. A titolo d'esempio basti pensare che a livello dell'intera azienda le emissioni di CO₂ sono dimezzate dal 1990 e l'efficienza energetica è salita del 16% dal 2004. E si prosegue decisi su questa strada: entro il 2015 Swisscom intende aumentare l'efficienza energetica di un ulteriore 20% rispetto al 2010 e tagliare del 12% le emissioni di CO₂. Un esempio innovativo è la costruzione del nuovo Business Park a Ittigen che sarà uno dei maggiori edifici certificati Minergie-P-ECO della Svizzera e punterà su tecnologie avanzate di riscaldamento, aerazione e climatizzazione.

Swisscom copre tutto il suo fabbisogno di corrente attingendo a vettori rinnovabili ed è uno dei maggiori acquirenti nel nostro Paese di elettricità di provenienza eolica e solare. Il mix di corrente «ecologico

al 100%» è verificato e certificato ogni anno dal WWF. Swisscom contribuisce così a incentivare le energie rinnovabili.

Anche nell'ambito della mobilità Swisscom privilegia soluzioni sostenibili. Un'assistenza tecnica di prim'ordine garantita alla clientela esige una perfetta mobilità dei collaboratori. Grazie a un'innovativa strategia di ricambio si prevede di ridurre le emissioni per singolo veicolo a una media di 130 g di CO₂ per km entro il 2013 e di 110 g per km entro il 2015. Inoltre la percentuale di motori alternativi verrà aumentata al 25% rispetto all'intero parco veicoli entro il 2015.

Mistral – efficienza energetica grazie all'innovazione tecnologica

In vista di un ulteriore incremento dell'efficienza energetica, Swisscom si affida allo sviluppo di proprie innovazioni. Ad esempio quando avrà portato a termine il progetto «Mistral», Swisscom potrà risparmiare una quantità di elettricità pari a quella consumata da 9'000 economie domestiche. Mistral è un metodo di raffreddamento che utilizza nel corso di tutto l'anno esclusivamente aria proveniente dall'esterno. Sostituisce i sistemi tradizionali basati sui compressori e fortemente energivori, rendendo inoltre superfluo l'impiego di liquidi di raffreddamento nocivi all'ambiente. Mistral è utilizzato nelle centrali telefoniche e nelle stazioni di base di telefonia mobile. Attualmente è in fase di elaborazione un progetto sperimentale volto ad accertare se questa tecnologia di raffreddamento sia adeguata anche per i centri di calcolo.

Solar Impulse

Nel 2014 Bertrand Piccard e André Borschberg vogliono circumnavigare il globo terracqueo in un aereo che sfrutta esclusivamente energia solare. Il velivolo futurista avrà l'apertura alare di un Airbus per il trasporto passeggeri – e la potenza energetica di una Vespa. Non è soltanto un'appassionante avventura e un'impresa pionieristica dell'aeronautica, ma anche un forte simbolo per un mondo che necessita di alternative alle energie fossili.

Swisscom è partner di Solar Impulse, perché condivide la visione di un mondo che punta sulle energie rinnovabili. Con la soluzione di comunicazione da lei appositamente sviluppata per Solar Impulse, Swisscom può contribuire a concretizzare questa performance tecnologica pionieristica. Swisscom garantisce il collegamento fra l'aereo solare e la terra permettendo alla Svizzera e al mondo intero di seguire questa grande avventura.

Responsabilità nella catena di fornitura

Swisscom esige dai suoi fornitori il rispetto di severi criteri ecologici e sociali. La sua direttiva sugli acquisti costituisce la base del codice di condotta delle organizzazioni di rifornimento.

Firmando l'allegato ai contratti che sancisce i principi di Corporate Responsibility i fornitori s'impegnano ad ottemperare ai requisiti previsti dalla direttiva sugli acquisti. I media parlano spesso delle pessime condizioni di lavoro dei fornitori di rinomati global player. Nel 2011 Swisscom ha aderito alla Joint Audit Cooperation (JAC), un'iniziativa di sette operatori di telecomunicazioni europei che si impegnano congiuntamente per il miglioramento degli standard ecologici e sociali presso i loro fornitori.

Comunicazione per tutti

Non solo la piazza economica e il settore formativo della Svizzera, ma anche l'intera popolazione trae vantaggi da un universo ICT esemplare e d'avanguardia. Tuttavia, gli sviluppi tecnologici diventano un valore aggiunto per la società soltanto quando sono fruibili da tutti. Per questo motivo Swisscom insegna ai giovani a usare con senso critico e responsabilità le nuove possibilità del mondo virtuale e offre corsi alle persone di ogni età che hanno timore di avvicinarsi agli strumenti moderni. A Swisscom preme molto garantire l'accesso ai propri servizi anche ai disabili.

Protezione grazie a competenze mediatiche

Per i bambini, internet e la telefonia mobile non rappresentano solo opportunità ma celano anche rischi. Swisscom affianca genitori, bambini, ragazzi e insegnanti offrendo molteplici informazioni, materiali ausiliari e prodotti ad hoc. Swisscom si attiene rigorosamente alle disposizioni dell'ordinanza sui servizi di telecomunicazione, nelle quali sono regolamentate le possibilità di blocco dei servizi a valore aggiunto. Per citare un esempio concreto: dal 2009 Swisscom non propone più contenuti erotici né nel suo portale informativo www.bluewin.ch né nell'offerta Video on Demand di Swisscom TV. Per l'accesso a internet Swisscom mette anche a disposizione un software di filtraggio e quindi protezione. Con tutta una serie di provvedimenti Swisscom sensibilizza giovani, genitori e insegnanti sui possibili pericoli e rischi dei nuovi media, ad esempio i contenuti inadeguati o la divulgazione di dati personali in

internet. L'opuscolo «enter» di Swisscom – disponibile anche in internet – contiene preziose informazioni sul corretto approccio ai nuovi media. Nel quadro di Swisscom Academy, Swisscom propone corsi serali per adulti e di perfezionamento professionale per docenti. Inoltre ora offre formazioni destinate anche ad allievi delle scuole medie. I docenti possono scegliere tra diversi moduli; i corsi sono tenuti da Swisscom.

Corsi per avvicinare esordienti al mondo digitale

Buona parte della popolazione svizzera non è cresciuta con apparecchi di telefonia mobile e internet. Le tecnologie ancora in fase embrionale non molto tempo fa sono ormai onnipresenti nella nostra vita professionale e privata. Non essere aggiornati e non saperle usare può implicare svantaggi nella quotidianità. Per questo motivo Swisscom propone corsi per avvicinare esordienti al mondo digitale. Dal 2005 organizza nei suoi Help Point moduli di formazione su misura che aiutano ad acquistare dimestichezza con il cellulare e internet. A tutt'oggi sono state 181'000 le persone che hanno approfondito le proprie conoscenze sull'uso dei mezzi di comunicazione moderni nell'ambito di questa offerta formativa. Si tratta quindi di un importante contributo di Swisscom per colmare il divario digitale fra le generazioni.

Oltre 6'000 scuole collegate a internet

Dal 2001 Swisscom collega gratuitamente a internet tutte le scuole elementari e medie della Svizzera. Alla fine dell'anno in rassegna quasi tutte le scuole erano connesse alle reti didattiche cantonali. Nel 2009 Swisscom ha reso accessibili anche agli asili la sua iniziativa «Scuole in internet» per andare incontro a un'esigenza formulata dai direttori cantonali della pubblica educazione. In totale circa 1,4 milioni di allievi possono così usufruire gratuitamente di internet grazie a Swisscom.



Accesso semplice per disabili

Swisscom migliora continuamente l'accessibilità dei propri servizi e cerca di eliminare ogni ostacolo per le persone disabili. Oltre ad assicurare un'adeguata preparazione ai collaboratori degli Swisscom Shop e a rendere agibili i suoi edifici agli utenti in sedia a rotelle, nel 2011 si è concentrata anche sui preparativi per rendere privo di potenziali barriere il suo sito web. Nel corso del 2012 il sito sarà rielaborato in modo da rispondere ai requisiti delle Web Content Accessibility Guidelines.

La varietà è un atout

In seno a Swisscom lavorano uomini e donne di quasi 90 nazionalità che hanno retroterra culturali molto diversi e appartengono a differenti gruppi di età, religioni e orientamenti sessuali.

Questa varietà corrobora creatività e spirito innovativo. Swisscom vuole essere un'azienda aperta – aperta alla poliedricità, alla diversità, a filosofie e mentalità nuove e rivolte al futuro. Swisscom vuole anche raddoppiare la quota di donne nella massima dirigenza portandola a medio termine dall'attuale 12% al 20%.

Agire con responsabilità in quanto datore di lavoro

In quanto datore di lavoro con condizioni lavorative moderne e interessanti, Swisscom attribuisce grande importanza anche a requisiti di assunzione equi, a un partenariato sociale dinamico e a un impegno superiore alla media in ambito formativo. Ai suoi collaboratori offre inoltre l'opportunità di impegnarsi socialmente.

Interessanti offerte di formazione

Swisscom forma in tutta la Svizzera in totale 886 apprendisti mediamatici, informatici, venditori, impiegati di commercio al dettaglio e telematici. Nel 2011 ha offerto per la prima volta, nella Svizzera tedesca, posti di tirocinio per operatori per la comunicazione con la clientela, un nuovo profilo di qualificazione che dà diritto all'attestato federale di capacità (AFC). Swisscom pone l'accento sullo sviluppo della personalità degli apprendisti: incoraggiarli a essere indipendenti e ad assumersi responsabilità sono gli obiettivi cui è orientato il suo modello didattico. Gli apprendisti partecipano attivamente alla pianificazione del loro percorso formativo. Si candidano all'interno dell'azienda per vari stage di pratica, imparano da collaboratori con pluriennale esperienza e stabiliscono da soli i temi centrali del loro piano di formazione.

I collaboratori più anziani diventano consulenti dei clienti in età più avanzata

Swisscom si prepara con debito anticipo alle future evoluzioni demografiche e cerca nuove vie per occupare i collaboratori più anziani nell'azienda. In quest'ottica ha lanciato i «Progetti BestAge» che si prefiggono di venire incontro alle esigenze sia dei collaboratori meno giovani, sia dei clienti in età un po' più avanzata – nei Call Center, negli Shop e negli Home Service. A questa clientela forniscono, con successo, assistenza e consulenza collaboratori non più giovani. Un'altra iniziativa è l'Inhouse Consulting nell'ambito del quale i membri meno giovani fungono internamente da consulenti e coach, facendo confluire in progetti il proprio ricco bagaglio di esperienze.

Corporate Volunteering

Quando vediamo collaboratori di Swisscom intenti a ripulire da sterpaglie zone naturali protette o ad assistere disabili in attività sportive, si tratta molto probabilmente di partecipanti all'iniziativa Corporate Volunteering di Swisscom. Grazie a questo programma i collaboratori di Swisscom possono prestare volontariato in lavori e servizi di pubblica utilità. Anche Swisscom è impegnata nel volontariato e offre ai suoi collaboratori la possibilità di partecipare a svariati progetti di carattere ambientale e sociale. Nel 2011 i collaboratori di Swisscom hanno svolto servizi di volontariato per un totale di circa 300 giorni lavorativi. Il programma Corporate Volunteering verrà arricchito nei prossimi anni di una più ampia e varia offerta di progetti, in particolare nella socialità. Per il 2012 ci si prefigge di raddoppiare il numero delle giornate di volontariato.

Mille opportunità per socializzare

Frequentare un corso di cucina, imparare a ballare la salsa o seguire lezioni di yoga? Move! è un programma che incoraggia a svolgere attività in ambito di salute, sport e cultura. I collaboratori possono proporre attività – se hanno scelto il ruolo di Move! Coach – oppure parteciparvi. Le attività si svolgono sempre durante il tempo libero. L'obiettivo di Move! è anche incoraggiare i collaboratori delle varie divisioni operative a conoscersi meglio e a socializzare, per vivere insieme nuove esperienze gratificanti. Ogni due anni vengono organizzati gli Swisscom Games ai quali i collaboratori possono iscriversi per partecipare individualmente o in squadre a un'attività sportiva, culturale o sociale. Si tratta di una serie di eventi colmi di emozioni, ormai parte integrante della cultura aziendale di Swisscom.

Eccellente

- › Stando a Verdantix, il sistema internazionale di valutazione del settore delle telecomunicazioni, Swisscom è una delle cinque aziende di telecomunicazioni più sostenibili d'Europa.
- › Nel rating sul rispetto ambientale 2011, effettuato dalla rivista «Bilanz», Swisscom è la prima in classifica fra le ditte quotate allo SMI.
- › Nel 2011 Swisscom si è aggiudicata il premio svizzero dell'etica per il suo profondo impegno nell'incentivazione delle competenze nell'uso dei media.
- › Swisscom ha ottenuto anche il Gigaton Award 2011 a Durban, un riconoscimento per la tutela del clima e per le Green ICT (categoria ICT).



Christoph Graf

si occupa di eliminazione di guasti presso la divisione «Rete e IT».

«Anche in questo campo siamo all'avanguardia e rivestiamo il ruolo di precursori.»

Lavoro per Swisscom già da 16 anni, ossia dal mio apprendistato che ho iniziato ancora all'epoca di Telecom PTT. Già allora ero un fan dell'azienda, andavo in giro in sella a una bicicletta Telecom PTT assemblata da me e per questo ho sentito le mie da familiari e amici. Ho lavorato in diversi settori e in varie regioni della Svizzera. Ho fatto ovunque esperienze positive e condivido pienamente l'operato di Swisscom. Per questo motivo mi sono anche candidato volentieri per il casting. Inoltre, da undici anni recito e sono quindi spesso sul palco. Sono attivo in quattro associazioni teatrali, fra cui la Schlossspiele Thun e l'Oberländer Märchenbühne. Spazio da Dürrenmatt e opere in dialetto di Hans Stalder a pezzi in irlandese e inglese. Prediligo i ruoli dei «cattivi», mi sono congeniali. La partecipazione allo spot è stata una delle esperienze più belle che ho vissuto finora. Sono abituato alle istruzioni della regia impartite in tono piuttosto duro, ma davanti alla telecamera si deve entrare subito nella parte, mentre in teatro si ha un po' più di tempo a disposizione.

Mi ha fatto enormemente piacere vedere lo spot la prima volta. Le immagini sono parecchio espressive, è la Svizzera allo stato puro, e anche la musica è bella, molto toccante. Prima della realizzazione dello spot non sapevo nemmeno che Swisscom copre l'intero fabbisogno di energia con fonti rinnovabili. Anche in questo campo siamo all'avanguardia e rivestiamo il ruolo di precursori. Neanche i clienti sono sempre consapevoli di tutto ciò che fa Swisscom per l'ambiente. Pure io tengo alla tutela dell'ambiente e, ad esempio, non guido l'auto. Inoltre sono membro di Greenpeace, non un attivista, ma apprezzo la loro battaglia contro la caccia alle balene.

Enthusiasmo

per gli sport sulla neve

Le montagne, la neve e la patria rappresentano per molti svizzeri un tutt'uno. E gli sport sulla neve sono quelli più praticati nel nostro Paese. Di Swisscom i nostri clienti apprezzano proprio le caratteristiche che contraddistinguono gli sport sulla neve e i loro atleti: tradizione e patria, ma anche dinamismo, innovazione e voglia di accettare le sfide. Ciò fa della nostra azienda il partner ideale di Swiss-Ski. Per Swisscom è naturale impegnarsi per la Svizzera e nel settore degli sport sulla neve lo fa promuovendo sia gli atleti d'élite e le giovani leve sia lo sport di massa.





Riprese per uno degli spot televisivi di Swisscom: Swisscom sostiene i grandi e i piccoli atleti svizzeri di sport sulla neve verso il raggiungimento di prestazioni di punta. I collaboratori di Swisscom portano il campaccio, simbolo dell'entusiasmo per gli sport sulla neve, agli atleti in albergo.



La Svizzera è il Paese della neve e dello sci per eccellenza: oltre tre milioni di svizzeri praticano sport invernali; quello sulla neve ha inoltre un importante ruolo economico per la nazione. L'interesse per gli sport sulla neve è enorme: le gare di Coppa del mondo di sci alpino disputate ad Adelboden e Wengen, ad esempio, sono seguite da un milione di telespettatori nel nostro Paese. In quanto azienda svizzera, Swisscom sostiene gli sport sulla neve e dal 2002 è sponsor principale di Swiss-Ski.

Dalla Norvegia alla Svizzera

Risale a circa 4'500 anni fa l'incisione rupestre ritrovata sull'isola norvegese di Rødøy che raffigura uno sciatore preistorico. All'epoca gli sci servivano innanzitutto per spostarsi più velocemente. Gli antenati degli odierni sciatori vivevano quindi in Norvegia. Lo sci si è trasformato in passatempo e sport agonistico soltanto nell'età moderna. La Svizzera ha giocato un ruolo di primo piano nello sviluppo dello sci, in particolare di quello agonistico. Già nel 1904 i pionieri dello sci fondarono la Federazione svizzera di sci a Olten e nel 1931 si svolse il primo campionato del mondo di sci alpino a Mürren.

Sostenere lo sport professionistico e quello di massa

Swisscom si impegna a favore delle squadre nazionali e di tutti i quadri di Swiss-Ski dello snowboard, del freestyle e del telemark, nell'ambito dello sci alpino e di quello nordico. Swisscom vuole promuovere gli sport sulla neve degli svizzeri: non soltanto a livello d'élite, ma anche per quanto riguarda lo sport di massa e le giovani leve. In quest'ottica sostiene l'associazione «Loipe Schweiz» e con essa la manutenzione della rete svizzera di piste di fondo lunga complessivamente 5'500 chilometri. In occasione degli Swisscom Nordic Days, gli esordienti possono cimentarsi nello sci di fondo in 15 diverse località della Svizzera. Attraverso lo Swiss Paralympic Committee, Swisscom promuove anche gli atleti con handicap fisici che praticano sport sulla neve. Swisscom è il partner di telecomunicazione alle gare di Coppa del mondo di Adelboden e Wengen e, durante questi eventi, si adopera per garantire il buon funzionamento dei servizi telefonici nonché la corretta trasmissione di dati, SMS e MMS.



Monika Lorenzen

lavora nel settore della formazione professionale di Swisscom.

«Le suggestive immagini dello spot rappresentano anche la Svizzera e quindi la nostra patria.»

Quando siamo arrivati era ancora tutto verde e le mucche pascolavano sul prato. Poi, puntualmente per l'inizio delle riprese, ha iniziato a nevicare e ha smesso soltanto il mattino seguente. Il paesaggio era veramente romantico: i fiocchi di neve, le luci, l'albero di Natale nella piazza del paese. Le riprese, per contro, sono state impegnative. Ci siamo ritrovati il mercoledì alle 14 e abbiamo terminato il giovedì mattina alle 6. Ho portato il grande campanaccio assieme ad altri nove colleghi. È stato piuttosto faticoso, ma tutto è filato liscio. Eravamo un bel gruppo e ci siamo divertiti parecchio.

Lo spot è naturalmente dedicato al sostegno di Swisscom per gli sport sulla neve. Secondo me lascia trasparire anche aspetti ancorati nelle nostre linee guida: far breccia nei cuori, sorprendere i clienti, mostrare impegno. Ma ci adoperiamo per la società anche in altri ambiti: impieghiamo ad esempio oltre 800 apprendisti e disponiamo di un sistema di formazione professionale unico in Svizzera. Reclutiamo personale altamente qualificato e attiriamo giovani dotati di uno spiccato spirito d'iniziativa. Le suggestive immagini dello spot rappresentano anche la Svizzera e quindi la nostra patria. Tra i 20 e i 25 anni ho trascorso molto tempo all'estero e potrei immaginarmi di ritornarvi in futuro per un altro periodo della mia vita, ma al momento sto bene qui e amo molto la Svizzera con il suo plurilinguismo e la convivenza delle diverse culture. Nel nostro Paese abbiamo un buon servizio universale anche nelle località discoste; inoltre apprezzo le buone possibilità di formazione e l'affidabilità.

L'essenziale in breve

In milioni di CHF o come indicato

	2011	2010	Variazione
Fatturato e risultati			
Fatturato netto	11'467	11'988	-4,3%
Risultato d'esercizio al lordo di ammortamenti (EBITDA)	4'584	4'599	-0,3%
EBITDA in % del fatturato netto	% 40,0	38,4	
Risultato d'esercizio (EBIT) al lordo della rettifica di valore del goodwill	2'681	2'627	2,1%
Risultato d'esercizio (EBIT)	1'126	2'627	-57,1%
Utile netto	694	1'788	-61,2%
Partecipazione degli azionisti di Swisscom SA all'utile netto	683	1'813	-62,3%
Utile per azione	CHF 13,19	35,00	-62,3%

Bilancio e flussi di cassa

Capitale proprio il giorno di chiusura del bilancio	4'296	5'350	-19,7%
Quota di capitale proprio il giorno di chiusura del bilancio	% 22,1	25,4	
Operating Free Cash Flow	2'068	2'512	-17,7%
Investimenti in immobilizzazioni e altre immobilizzazioni immateriali	2'095	1'903	10,1%
Indebitamento netto il giorno di chiusura del bilancio	8'309	8'848	-6,1%

Collaboratori

Organico in posti a tempo pieno il giorno di chiusura del bilancio	unità 20'061	19'547	2,6%
Organico medio in posti a tempo pieno	unità 19'832	19'464	1,9%

Dati operativi

Collegamenti telefonici PSTN/ISDN in Svizzera	in migliaia 3'120	3'233	-3,5%
Collegamenti d'utente liberalizzati in Svizzera	in migliaia 306	255	20,0%
Collegamenti telefonici PSTN/ISDN e collegamenti d'utente liberalizzati in Svizzera	in migliaia 3'426	3'488	-1,8%
Collegamenti a banda larga Retail in Svizzera	in migliaia 1'661	1'584	4,9%
Collegamenti di telefonia mobile in Svizzera	in migliaia 6'049	5'828	3,8%
Collegamenti Swisscom TV in Svizzera	in migliaia 608	421	44,4%
Collegamenti a banda larga in Italia	in migliaia 1'595 ¹	1'724	-7,5%

Azione Swisscom

Valore nominale per azione il giorno di chiusura del bilancio	CHF 1,00	1,00	—
Azioni emesse il giorno di chiusura del bilancio	in milioni di unità 51,802	51,802	—
Corso di borsa il giorno di chiusura del bilancio	CHF 355,90	411,10	-13,4%
Capitalizzazione di borsa il giorno di chiusura del bilancio	18'436	21'296	-13,4%
Dividendo per azione	CHF 22,00 ²	21,00	4,8%
Quota di distribuzione per azione	% 166,85	60,00	

Indicatori ambientali

Consumo energetico	GWh 507	510	-0,6%
Anidride carbonica CO ₂	tonnellate 23'242	25'422	-8,6%
Emissioni medie di CO ₂ della flotta di veicoli	grammi al km 140,0	150,0	-6,7%
Quota di partecipazione al riciclaggio di cellulari	% 8,9	6,0	

¹ In seguito alla composizione di vertenze legali, il numero di clienti di Fastweb è stato ridotto di 197'000 unità nel terzo trimestre del 2011.

² Conformemente alla proposta del Consiglio di amministrazione all'Assemblea generale.

Scadenze importanti

15 febbraio
2012

Conferenza stampa
relativa al risultato d'esercizio 2011
Zurigo

4 aprile
2012

Assemblea generale
Hallenstadion di Zurigo

10 aprile
2012

Ex-dividend date

13 aprile
2012

Versamento dei dividendi

2 maggio
2012

Rapporto intermedio
relativo al 1° trimestre 2012

8 agosto
2012

Rapporto semestrale 2012

8 novembre
2012

Rapporto intermedio
relativo al 3° trimestre 2012

Febbraio
2013

Conferenza stampa
relativa al risultato d'esercizio 2012
Zurigo



myclimate
neutral

Stampato

No. 01-12-369931 - www.myclimate.org
© myclimate - The Climate Protection Partnership