



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Dipartimento federale dell'ambiente,
dei trasporti, dell'energia e delle comunicazioni DATEC

Segreteria generale SG DATEC
Direzione

FFS - POSTA - SWISSCOM

Gli obiettivi strategici del Consiglio federale: grado di raggiungimento nel 2005

Berna, 26 aprile 2006



INDICE

1. Raggiungimento degli obiettivi di:
 - FFS
 - Posta
 - Swisscom
2. Strumenti a disposizione della Confederazione per la verifica dell'operato di FFS, Posta, Swisscom
3. Obiettivi strategici fissati dal Consiglio federale per FFS, Posta, Swisscom



Raggiungimento degli obiettivi da parte della FFS SA nel 2005

Nel 2005, la FFS SA ha parzialmente soddisfatto gli obiettivi strategici fissati dal Consiglio federale. I buoni risultati registrati nel traffico viaggiatori, nell'infrastruttura e nel settore immobiliare contrastano con la difficile situazione di FFS Cargo.

Sulla base del «mandato di prestazioni» per gli anni 2003-2006, il Consiglio federale ha stabilito gli obiettivi strategici per la FFS SA, incaricando il Consiglio d'amministrazione di allineare la strategia aziendale a tali obiettivi e di rendere conto annualmente sul loro grado di raggiungimento. Per quanto riguarda l'anno d'esercizio 2005, il Collegio giunge alle seguenti conclusioni.

Sicurezza

L'obiettivo è stato ampiamente raggiunto per quanto riguarda gli indicatori di sicurezza; per la prima volta è stato applicato lo standard UIC, che tollera meno di 0,6 eventi critici per milione di treno-chilometri.

Traffico viaggiatori

Come nel 2004, anche l'anno scorso tutti gli obiettivi fissati dal Consiglio federale sono stati raggiunti. Rispetto al 2004, le prestazioni di traffico sono aumentate del 12,5%, raggiungendo un nuovo record, ossia 13'830 milioni di persone-chilometro. Il successo di Ferrovia 2000 emerge anche dalla quota ferroviaria nel *modal split*, aumentata del 4% rispetto all'anno precedente. Gli obiettivi di puntualità sono stati raggiunti nel traffico viaggiatori; i valori medi dissimulano tuttavia alcune carenze registrate su singole tratte e in determinate ore del giorno. Il grado di soddisfazione della clientela è aumentato del 4%, attestandosi all'83%. Dai sondaggi emerge comunque una chiara insoddisfazione per quanto riguarda le informazioni rilasciate dalle FFS in caso di panne. Le indennità corrisposte dai poteri pubblici per treno-chilometro nel traffico regionale sono nuovamente diminuite (- 28 centesimi per treno-chilometro). La produttività è migliorata del 9,5%.

Traffico merci

In questo settore gli obiettivi sono raggiunti per quanto riguarda l'aumento della produttività e la puntualità nel traffico interno. Globalmente, il settore è tuttavia caratterizzato da una profonda trasformazione. Nel traffico merci interno, dopo una lunga fase di crescita, le prestazioni di trasporto sono notevolmente diminuite per ragioni congiunturali, per le ristrutturazioni nell'industria del trasporto ma anche per l'effetto, sottovalutato, dell'introduzione del limite di peso delle 40t e quello, sopravvalutato, della TTPCP. Le FFS hanno avviato immediatamente misure di ristrutturazione, sostenute anche dal Consiglio federale e dal Parlamento, volte a garantire un trasporto capillare su tutto il territorio nazionale e in grado di autofinanziarsi. La soddisfazione dei clienti nel traffico merci interno non ha potuto essere migliorata. Nel settore merci transfrontaliero nord-sud il numero di tonnellate-chilometro è aumentato del 20% rispetto al 2004. Questo dato positivo è da valutare come conferma della strategia adottata nel settore, vale a dire l'introduzione di un'unica catena di trasporto. Gli obiettivi di volume e di puntualità, tuttavia, non sono stati raggiunti. Il nuovo sistema di produzione orientato all'esercizio transfrontaliero, la forte concorrenza sull'asse nord-sud attraverso la Svizzera (la quota di mercato di FFS Cargo nel 2005 era pari al 57%) e l'acquisizione di clienti hanno costituito una sfida non indifferente. Il buon



grado di soddisfazione dei clienti internazionali e la maggiore puntualità nella seconda metà del 2005 (ca. 80%) vanno valutati come primi segnali di miglioramento. Per la prima volta è stato misurato il grado di soddisfazione della clientela nel trasporto merci nord-sud. Su una scala da 0 a 10 punti, è stato registrato un buon valore.

Infrastruttura

In questo settore, gli obiettivi sono stati ampiamente raggiunti. Il servizio di assegnazione dei tracciati congiunto di FFS, BLS e RM ha nuovamente concesso l'accesso alla rete senza discriminazioni e il numero di chilometri venduti è aumentato; l'obiettivo quantitativo non ha però potuto essere raggiunto a causa della difficile situazione del traffico merci. I chilometri percorsi da imprese ferroviarie terze sulla rete FFS sono aumentati dal 4,9% al 7,4%. Per quanto riguarda il settore merci, la quota delle imprese terze è salita dall'11% al 16%. Sono pure stati raggiunti gli obiettivi di produttività e di impiego più efficiente delle indennità nel settore infrastrutturale. Ciò significa che il rapporto tra oneri infrastrutturali a carico della Confederazione e numero di chilometri venduti è migliorato nuovamente. Nel 2005, il traffico ferroviario è stato disturbato da numerose e importanti interruzioni di esercizio. Il 7 febbraio 2005, si è verificata una grossa panne nella regione di Zurigo, dovuta a una falsa manipolazione del sistema di telecomando dei treni. Le inondazioni di fine agosto hanno temporaneamente reso del tutto impraticabili tratte importanti quali il San Gottardo. Il blackout nel sistema di alimentazione elettrica del 22 giugno 2005, dovuto a cause interne, ha paralizzato per ore l'intera rete ferroviaria delle FFS.

Obiettivi finanziari

Per la prima volta da quando sono autonome, le FFS presentano un risultato di esercizio negativo. Con perdite pari a ca. 56 milioni di franchi nel settore operativo e accantonamenti di 110 milioni, il disavanzo è imputabile principalmente al settore merci. L'obiettivo di un risultato equilibrato di FFS Cargo a partire dal 2005 non ha dunque potuto essere realizzato; a giudizio della direzione dell'impresa, con i provvedimenti avviati il traguardo potrà essere raggiunto al più presto a partire dal 2007. Aggiungendo a ciò gli accantonamenti (2005: 94 milioni), necessari per la cassa pensioni in base alle regole FER-16, e i danni causati la scorsa estate dal maltempo (50 milioni), nel 2005 risulta per l'impresa un disavanzo totale di 166,3 milioni di franchi. Mentre sono positivi i risultati del traffico viaggiatori (78,6 milioni), nel 2005, come previsto, non è stato possibile compensare i più elevati costi di Ferrovia 2000 con introiti maggiori dai ricavi della vendita di biglietti.

Obiettivi relativi al personale

Gli obiettivi di politica del personale sono stati raggiunti. Il grado di soddisfazione dei collaboratori è migliorato di un punto rispetto al 2004, e rimane buono. Il 1.1.2005 sono entrati in vigore i nuovi contratti collettivi di lavoro di FFS e FFS Cargo, che scadranno alla fine del 2006. Nel 2005, la FFS SA occupava 1'142 apprendisti dell'associazione per la formazione professionale «login», una cifra che corrisponde al 4,3 per cento dei dipendenti. L'azienda ha inoltre formato nuovi collaboratori come macchinisti di locomotive e accompagnatori di treni per la *S-Bahn* (ferrovia regionale celere). Le misure mirate di sviluppo del personale (corsi di gestione, programmi di promozione dei futuri quadri, coaching, corsi di perfezionamento) sono state portate avanti. Nel 2005, 357 collaboratori che hanno perso il proprio impiego presso le FFS si trovavano in una fase di riqualificazione professionale. Altri impiegati con capacità lavorative compromesse hanno trovato una nuova occupazione nel centro di assistenza interno «anyway-solutions». Per risolvere la difficile situazione finanziaria della cassa pensioni sono in corso trattative con la Confederazione.



Collaborazioni e partecipazioni

Nel 2005, le attività di partecipazione e collaborazione hanno contribuito al consolidamento e all'ulteriore sviluppo dell'azienda FFS SA. Rispetto al 2004 non vi sono stati cambiamenti essenziali, eccezion fatta per la ripresa della maggioranza delle azioni di STC AG (Swiss Travel Center) in vista della creazione di un portale internet destinato ai viaggiatori.



FFS: dati salienti

Indicatori finanziari

	2005 in milioni di franchi	2004 in milioni di franchi
Risultato d'esercizio	7'078,8	7'008,6
Costi d'esercizio	7'107,0	6'757,5
Perdite/utili aziendali	- 166,3	+42,6
Rendimento sul fatturato	-2,3 %	+0,6 %
Cashflow	964,6	1'124,2
Totale bilancio	29'441,1	28'636,4
Effettivi del gruppo in unità-persona¹ (senza apprendisti)	25'943	26'54
Traffico viaggiatori		
Puntualità ²	95,6 %	95,5%
Soddisfazione della clientela ³	83 %	79 %
Prestazioni nel traffico viaggiatori a lunga distanza	10'354 milioni di persone-chilometro	9'203 milioni di persone-chilometro
Prestazioni nel traffico viaggiatori regionale	3'464 milioni di persone-chilometro	3'338 milioni di persone-chilometro
Indennità per treno-chilometro (traffico viaggiatori regionale)	7,83 franchi/treno-chilometro	8,11 franchi/treno-chilometro
Modal Split (persone-chilometro a partire da distanze di 3 km)	rotaia: 33,4 % strada: 57,6 % altri: 9,2 %	rotaia: 29,4% strada: 61,6 % altri: 9,0 %

	2005	2004
Traffico merci		
Puntualità ⁴		94,6 %
nazionale	93,6 %	-
internazionale	74,4 %	-
Soddisfazione della clientela ⁵	6,9	7,2
nazionale	7,9	-
internazionale		
Prestazioni di traffico in generale	11'482 milioni di tonnellate-chilometro	10'121 milioni di tonnellate-chilometro

¹ Effettivi di FFS SA e FFS Cargo senza altre società affiliate.

² Arrivo a destinazione con meno di 5 minuti di ritardo.

³ Dal 2005 le FFS usano un nuovo indicatore, calcolato in modo diverso. Secondo tale indicatore, la soddisfazione della clientela raggiunge un valore del 76%.

⁴ Traffico interno: arrivo a destinazione con meno di 30 minuti di ritardo; traffico nord-sud 60'

⁵ Soddisfazione della clientela nel traffico merci: massimo 10 punti



Considerazioni generali		
Indennità della Confederazione alla FFS SA (secondo conto federale)	1'414,9 milioni di franchi (contributi per le infrastrutture senza FTP) 336,8 milioni di franchi (traffico viaggiatori regionale) 13 milioni di franchi (indennità per il trasporto merci combinato) 96,3 milioni di franchi (riduzione prezzo del tracciato, trasporto combinato e in carri completi)	1'407,9 milioni di franchi (contributi per le infrastrutture senza FTP) 332,1 milioni di franchi (traffico viaggiatori regionale) 13 milioni di franchi (indennità per il trasporto merci combinato) 99,8 milioni di franchi (riduzione prezzo del tracciato, trasporto combinato e in carri completi)
Soddisfazione del personale (max. 100)	62 punti	61 punti



Raggiungimento degli obiettivi da parte della Posta nel 2005

Anche nell'ottavo anno di esercizio dalla riforma delle PTT, la qualità delle prestazioni della Posta è stata buona. L'azienda ha fornito tutte le prestazioni richieste dalla legge con un buon livello di qualità e in modo finanziariamente autonomo. Gli obiettivi finanziari stabiliti dal Consiglio federale sono stati raggiunti. Il grado di soddisfazione dei clienti è rimasto stabile, quello dei clienti commerciali è addirittura cresciuto. Anche la soddisfazione del personale è stabile a un buon livello.

Con la riforma delle PTT, nel 1998 la Posta è diventata giuridicamente autonoma. In virtù della legge sull'organizzazione delle poste (LOP), nel febbraio del 2002 il Consiglio federale ha fissato gli obiettivi strategici della Posta per il periodo 2002-2005. Ogni anno, il Consiglio di amministrazione dell'azienda presenta al Collegio un rapporto sul raggiungimento di tali obiettivi, sottoponendogli inoltre il rapporto di gestione (inclusi i bilanci della casa madre e del gruppo) per approvazione. Nell'esercizio 2005, la Posta ha raggiunto i seguenti risultati.

Soddisfatti i requisiti di fornitura del servizio universale

Tutte le prestazioni del servizio universale (servizio pubblico) previste dalla legge⁶ sono state fornite dalla Posta sull'intero territorio nazionale, a prezzi adeguati e con un buon livello di qualità. Dai sondaggi condotti da istituti indipendenti presso la clientela emergono nuovamente risultati buoni o addirittura molto buoni. È aumentato soprattutto il grado di soddisfazione dei clienti commerciali. A livello internazionale, la Posta è uno dei fornitori meno cari per quanto riguarda gli invii nazionali di lettere e pacchi. Per le lettere fino a 20g, che in Svizzera non costituiscono una categoria distinta, il prezzo pagato dai clienti è relativamente elevato nel confronto internazionale. I prezzi degli invii internazionali della posta-lettere si situano nella media europea; per quanto riguarda l'invio di pacchi all'estero, la Posta è uno degli operatori meno cari.

Qualità

La consegna degli invii entro i termini stabiliti è un fattore importante per la valutazione della qualità delle prestazioni postali. Per quanto riguarda gli invii della posta-lettere, sono nuovamente stati raggiunti valori di punta nel confronto internazionale. I valori relativi ai tempi di consegna sono migliorati sia per la posta A e B che nel settore della posta-pacchi.

Evoluzione del mercato

Nel 2005 il mercato delle lettere indirizzate, che fa interamente parte dei servizi riservati, ha nuova-

⁶ A norma della legge sulle poste, la Posta fornisce un servizio universale sufficiente, comprendente prestazioni del servizio postale e del traffico dei pagamenti. Le prestazioni del servizio postale includono l'accettazione, la presa in consegna, il trasporto e la distribuzione di invii, di regola tutti i giorni feriali, al minimo, però, durante cinque giorni alla settimana. I quotidiani in abbonamento vengono consegnati tutti i giorni feriali. La Posta garantisce il libero accesso alle prestazioni del servizio universale. Quest'ultimo deve essere di buona qualità e offerto in tutte le regioni del Paese secondo gli stessi principi e a prezzi equi. La Posta è inoltre obbligata per legge a gestire una rete capillare di uffici postali.



mente subito una flessione. Nel complesso, il volume degli invii della posta-lettere indirizzati è diminuito di 36 milioni di unità (- 1,2%).

Nel settore del recapito di giornali e riviste, in continua flessione, la Posta ha potuto mantenere la propria quota di mercato. Lo stesso è avvenuto nel settore dei pacchi⁷, completamente liberalizzato dal 1° gennaio 2004.

Nel 2005, PostFinance è riuscita ad aumentare leggermente le quote di mercato nel settore delle operazioni passive, raddoppiando il volume di ipoteche a 1,4 miliardi.

Nel mercato dell'esportazione dei servizi postali, completamente liberalizzato e caratterizzato da forte concorrenza, il settore Swiss Post International ha nuovamente registrato una contrazione della quota di mercato (invii di lettere e di pacchi).

Obiettivi finanziari

Nel 2005, con un risultato d'esercizio di 7'499 milioni di franchi (anno precedente: 7'348 milioni), il gruppo ha conseguito un utile di 811 milioni di franchi (anno precedente: 830 milioni).

Come nel 2004, anche l'anno scorso i conti di tutti i segmenti sono stati chiusi in attivo. Il servizio universale è stato fornito in condizioni di autofinanziamento e i costi della rete di uffici postali hanno potuto essere coperti interamente con mezzi propri.

La destinazione degli utili proposta dal Consiglio di amministrazione della Posta è stata approvata dal Consiglio federale. Dei 784 milioni di utile netto della casa madre, 434 milioni vengono dunque attribuiti alle riserve della Posta e 350 milioni alla cassa pensioni dell'azienda, come riserva dei contributi del datore di lavoro. Il Consiglio federale ritiene sensato migliorare l'insufficiente dotazione di capitale proprio della Posta e fornire un contributo alla soluzione del problema della cassa pensioni.

Obiettivi relativi al personale

Dal sondaggio sulla soddisfazione del personale⁸ svolto da una ditta esterna, emerge un indice di 67 punti (2004: 65). Il valore può essere considerato buono, tenuto conto delle numerose riforme e degli attuali fattori di insicurezza per il personale.

Collaborazioni e partecipazioni

Con la propria strategia internazionale, la Posta mira ad assicurarsi il mercato interno. Nel contempo intende compensare almeno in parte le probabili perdite imputabili all'apertura del mercato svizzero. L'attività di acquisizione mira, oltre alla crescita all'estero, al consolidamento della leadership sul mercato svizzero attraverso l'estensione dell'attività ai settori affini a quello postale. Nel 2005, le società affiliate hanno contribuito per un totale di 860 milioni, pari all'11,5% (2004: 770 milioni, 10,5%) al risultato d'esercizio del gruppo.

Nel 2005 non vi sono state acquisizioni degne di nota.

⁷ Le indicazioni si basano su rilevamenti effettuati dalla Posta stessa.

⁸ Misurato su una scala da 0 a 100.



Posta: dati salienti

Indicatori finanziari del gruppo

	2004 in milioni di franchi ⁹	2005 in milioni di franchi
Fatturato netto	7'348	7'499
Costi d'esercizio	6'519	6'694
Utile del gruppo	830	811
Rendimento sul fatturato¹⁰	11,3%	10,7%
Investimenti	230	347
Free Cashflow	386	630
Totale bilancio	46'879	50'130
Effettivo del gruppo in unità-persona (senza apprendisti)	42'284	41'073
Apprendisti (unità-persona)	1'556	1'465

	2004	2005
Posta-lettere		
Lettere indirizzate (totale)	2'858	2'822
- invii prioritari (in milioni)	754	754
- invii non prioritari (in milioni)	2'029	2'064
Tempi di consegna posta A (E+1) ¹¹	97,4%	97,7%
Tempi di consegna posta B (E+3)	97,4%	98,2%
Soddisfazione clientela ¹²	72	74
Posta-pacchi		
Milioni di pacchi	106	105
Tempi di consegna E+1	95,8%	97,8 %
Tempi di consegna E+2	97,7%	97,8%
Soddisfazione clientela	78	79
Postfinance		
Apporto di denaro fresco (in milioni di franchi)	3'149	2'065
Numero conti clienti (in migliaia)	2'879	3'008
Giacenze medie in deposito (in milioni di fr.)	35'652	38'169
Soddisfazione clientela (clienti privati)	82	84
Autopostale		
Autopostale - passeggeri	102 milioni	105 milioni
Autopostale – chilometri veicolo	91 milioni	94 milioni
Autopostale - rete (km)	10'363	10'450
Soddisfazione clientela:		

⁹ Adeguamenti in base alle nuove disposizioni dell'IAS 39

¹⁰ Sulla base del risultato d'esercizio

¹¹ Consegna un giorno dopo l'invio

¹² 0 - 50: insoddisfatti; 51 - 80 soddisfatti; 81 - 100: molto soddisfatti



- turisti	83	81
- pendolari	75	73



Raggiungimento degli obiettivi da parte della Swisscom SA nel 2005

Swisscom ha potuto mantenere la sua posizione di leader nei settori della comunicazione mobile e della rete fissa. L'azienda è competitiva, finanziariamente sana e crea valore. La sua efficienza è paragonabile a quella delle migliori imprese di telecomunicazione europee.

In virtù delle prerogative attribuitegli dalla legge sull'azienda delle telecomunicazioni, il 27 febbraio 2002 il Consiglio federale ha fissato gli obiettivi strategici di Swisscom per il periodo 2002-2005. Nel contempo, esso ha dato mandato al Consiglio di amministrazione di allineare la strategia aziendale a tali obiettivi e di rendere conto annualmente sul loro grado di raggiungimento. Nel 2005, Swisscom ha soddisfatto le aspettative del Consiglio federale.

Competitività

Swisscom è un'impresa economicamente solida. Sebbene il fatturato sia diminuito del 3,2% e non abbia raggiunto, per la prima volta dall'ingresso in borsa, la soglia dei dieci miliardi di franchi, l'utile netto è aumentato di oltre il 25% attestandosi a 2'022 milioni di franchi. La contrazione del fatturato è dovuta soprattutto alla vendita di International Carrier Services a Belgacom e all'accresciuta pressione sui prezzi. Swisscom ha tra l'altro ridotto i prezzi che gli altri operatori devono pagare per le chiamate dalle loro reti verso i cellulari Swisscom (tasse di terminazione); inoltre, i prezzi per i clienti finali hanno subito una riduzione del 6,6% per quanto riguarda la rete fissa e del 10% per la rete mobile. Dopo la fusione delle due società del gruppo Enterprise Solutions e Systems, Swisscom offre ai clienti commerciali la possibilità di avere un unico interlocutore e di ricevere tutte le prestazioni dalla stessa fonte.

Avendo registrato una variazione della propria quotazione di -7,4% (anno precedente +9,8%), l'azione Swisscom ha alle spalle un anno borsistico negativo. La sua performance è chiaramente inferiore a quella dell'indice europeo delle telecomunicazioni (DJ EU Stoxx Telecom Index), che ha registrato una variazione di -1,8%, e a quella dell'indice della borsa svizzera SMI, che ha invece subito un incremento record del 33,2%. Ciononostante, l'azione Swisscom rappresenta un interessante investimento finanziario per la Confederazione: se, oltre all'evoluzione del corso dell'azione, si tiene conto anche dei dividendi distribuiti dopo l'entrata in borsa del 1998, il rendimento medio si attesta al 6,6% all'anno.

Swisscom ha potuto soddisfare la richiesta di migliorare l'orientamento ai clienti e la capacità d'innovazione. Misurazioni del grado di soddisfazione dei clienti hanno evidenziato valori elevati: sia per quanto riguarda i clienti privati che per quelli commerciali Swisscom occupa la prima posizione ed ha aumentato il proprio vantaggio rispetto alla concorrenza.

Quote di mercato

Swisscom è riuscita a mantenere la propria posizione di leader del mercato in tutti i principali ambiti di attività. Nella telefonia mobile, ha consolidato la propria quota di mercato al 63%. Gli ottimi risultati nell'acquisizione di nuovi clienti (+9,5%), il trend positivo per quanto riguarda la trasmissione dati e l'introduzione del piano tariffario "Liberty" sono le ragioni che giustificano il successo sul mercato. La riduzione delle tasse di terminazione e una diminuzione generalizzata dei prezzi nel settore della co-



municazione mobile hanno portato a una contrazione, rispetto all'anno precedente, del fatturato (-0,8%) e del risultato d'esercizio (-6,4%). Nel settore della rete fissa, i volumi di traffico e la quota di mercato nelle comunicazioni nazionali sono diminuiti: i volumi si sono ridotti del 15%, la quota di mercato del 2% e si attesta oggi al 55%. Ciò è dovuto soprattutto alla crescente sostituzione della telefonia fissa con la telefonia mobile, al crescente grado di penetrazione dei servizi a banda larga e alla concorrenza dei gestori delle reti via cavo.

Nel settore della banda larga, Swisscom ha investito ingenti risorse nel potenziamento dell'infrastruttura di rete. In un anno, il numero dei collegamenti ADSL in funzione è passato da 802'000 a 1'098'000. Con l'ADSL, Swisscom ha quindi consolidato la propria posizione di leader del mercato. Oggi la copertura è superiore al 98%. Ciò significa che circa 4 milioni di collegamenti sono compatibili con la tecnologia ADSL. In questo settore, Swisscom è in forte concorrenza con i gestori delle reti via cavo che, secondo i dati forniti dall'associazione swisscable, disponevano nel 2005 di circa 600'000 collegamenti a banda larga (anno precedente: 470'000).

Obiettivi finanziari

Swisscom ha raggiunto l'obiettivo, fissato dal Consiglio federale, di conseguire un'efficienza finanziaria pari a quella delle migliori imprese di telecomunicazione attive sui mercati europei. Rispetto ai suoi concorrenti europei British Telecom, Deutsche Telekom, France Télécom, KPN e TDC Group (TeleDanmark), lo scorso anno Swisscom ha registrato una redditività molto alta. Per quanto riguarda gli indicatori di crescita, si situa al di sotto dei valori registrati dal gruppo di riferimento.

Swisscom dispone di una solida struttura di finanziamento. Alla fine del 2005 i mezzi finanziari netti ammontavano a 1'765 milioni di franchi (anno precedente: 2'518 milioni) e il capitale proprio a 6'624 milioni di franchi (anno precedente 7'453 milioni). La quota di capitale proprio, pari al 49,4%, continua ad essere elevata.

Attraverso il versamento di un dividendo di 907 milioni di franchi e un riacquisto di azioni per 1'250 milioni di franchi, Swisscom ha intenzione di distribuire ai propri azionisti il cash flow libero di 2'203 milioni di franchi generato nel 2005. Inoltre, quest'anno compirà un primo passo verso l'attuazione delle nuove condizioni fissate dall'azionista di maggioranza, ed aumenterà di 1'000 milioni di franchi il volume ordinario di riacquisto di azioni. Gli obiettivi strategici del Consiglio federale per il periodo 2006-2009 impongono infatti la riduzione a 1'000 milioni di franchi entro il 2009 delle riserve distribuibili. La Confederazione ha intenzione di partecipare al riacquisto di azioni in misura almeno proporzionale alla quota di azioni in suo possesso. Dal momento dell'ingresso in borsa sino alla fine del 2005, il capitale complessivamente distribuito da parte di Swisscom è stato di 15'877 milioni di franchi. Alla Confederazione sono spettati 9'945 milioni di franchi. A questi vanno aggiunti, nell'anno in corso, i proventi, non ancora noti, del prossimo programma di riacquisto di azioni e i dividendi 2006, che ammontano a circa 614 milioni di franchi.

Obiettivi relativi al personale

Anche lo scorso anno Swisscom ha condotto una politica del personale socialmente responsabile. Alla fine del 2005 contava 16'088 posti di lavoro a tempo pieno. Ciò corrisponde a un aumento di 611 posti, ovvero del 3,9% rispetto all'anno precedente. Senza acquisizioni (per es. Antenna Hungária), l'effettivo del personale del gruppo si sarebbe ridotto di 391 posti, scendendo quindi a 15'086 unità. La riduzione del numero di posti di lavoro, che ha subito un rallentamento, è stata attuata attraverso la fluttuazione naturale e attraverso le misure previste dal piano sociale. Nel 2005 il piano sociale risalente al 2001 è stato oggetto di nuovi negoziati e sostituito con il piano sociale 2006. Le prestazioni di questo nuovo piano sociale sono maggiormente orientate alla situazione personale dei collaboratori



interessati. Le prestazioni erogate dalle società affiliate di Swisscom PersPec AG (programma per il riorientamento professionale) e WORK_LINK AG (società di occupazione per collaboratori anziani e al servizio di Swisscom da lungo tempo), unitamente al centro di collocamento interno di Swisscom e a un programma per la creazione di nuove imprese, garantiscono una riduzione dei posti di lavoro socialmente sopportabile. Il 40% delle persone colpite nel 2005 dalle misure di riduzione dei posti di lavoro ha trovato una nuova occupazione all'interno dell'azienda.

Tenuto conto del perdurare del processo di ristrutturazione, i risultati delle inchieste sulla soddisfazione del personale possono essere considerati soddisfacenti. Da queste inchieste emerge anche che le misure adottate dal management per migliorare la soddisfazione del personale devono essere ulteriormente rafforzate.

All'inizio dell'anno di tirocinio 2005, Swisscom ha stipulato un contratto con circa 200 giovani apprendisti. Sull'intero organico del personale, la quota di apprendisti rappresenta circa il 5,5%.

Collaborazioni e partecipazioni

Swisscom continua a concentrarsi sulla comunicazione mobile e tramite rete fissa in Svizzera, dove è leader in entrambi i segmenti di mercato. Come complemento strategico al proprio core business e per disporre di una base per la prevedibile convergenza dei servizi di telecomunicazione e di intrattenimento, nel 2004 Swisscom ha acquistato Cinetrade. Cinetrade dovrà diventare un elemento importante per la realizzazione della prevista offerta "Triple Play". Nel mercato della comunicazione mobile, l'azienda approfitta del partenariato con Vodafone.

Come negli anni precedenti, Swisscom ha esaminato diversi possibili candidati ad operazioni di acquisizione. Fatta eccezione per il gestore ungherese di reti di radiodiffusione Antenna Hungaria, non sono state effettuate acquisizioni di rilievo all'estero, dato che nella maggioranza dei casi non erano soddisfatti i severi criteri fissati. Nel novembre 2005 il Consiglio federale ha bocciato i piani strategici di Swisscom, che prevedevano l'acquisizione di imprese di telecomunicazione estere incaricate di garantire il servizio universale nei loro Paesi. L'azionista di maggioranza ritiene che tali acquisizioni rappresentino un rischio troppo elevato dal punto di vista politico e finanziario. Il Consiglio federale ha concretizzato la propria posizione al riguardo negli obiettivi strategici per 2006-2009: Swisscom può acquisire partecipazioni in imprese di telecomunicazione estere senza mandato di servizio universale se tali partecipazioni sono di sostegno al suo core business nazionale o perseguono un'altra logica strategico-industriale. I nuovi obiettivi strategici fissati dal Consiglio federale implicano l'adeguamento della strategia aziendale, le cui colonne portanti sono state rese note da Swisscom nel marzo 2006: rafforzamento del core business con offerte convergenti, rafforzamento della crescita con soluzioni per i clienti commerciali e progetti di espansione nei settori in crescita. Dal successo nell'attuazione di questa strategia a tre pilastri dipenderà la capacità futura di Swisscom di incrementare il proprio fatturato e l'utile.



Swisscom: dati salienti

Indicatori finanziari

in milioni di franchi o come indicato	2005	2004
Fatturato netto	9'732	10'057
Costi d'esercizio	5'821	5'864
EBITDA	4'171	4'388
EBIT	2'777	2'695
Utile netto	2'022	1'596
Rendimento sul fatturato	21%	16%
Fatturato per collaboratore in migliaia di franchi	630	642
EBITDA per collaboratore in migliaia di franchi	270	280
Investimenti in immobilizzazioni	1'087	1'136
Equity Free Cashflow	2'203	2'913
Quota di capitale proprio	49,4%	46,2%
Capitalizzazione di borsa (31.12)	23'523	27'543
Effettivi di personale in posti a tempo pieno	16'088	15'477

Numero di clienti / collegamenti

Mobile: 4,28 milioni di clienti (+9,5%)
Fixnet: 2,92 milioni di collegamenti analogici (-2,8%); 0.90 milioni di collegamenti digitali (-2,6%); 1,1 milioni di collegamenti a banda larga (+36,9%)

Quote di mercato

Traffico nazionale: 55% (-2%)
(Voice und Dial up)
Mobile: 63% (+1%)

Apprendisti

Numero complessivo: 850
Nuovi ingressi: 200



Confronto con altre imprese di telecomunicazione

Per il benchmark, Swisscom si basa su un gruppo di confronto comprendente le seguenti aziende: British Telecom (BT), Deutsche Telekom (DT), France Télécom (FT), Niederländische Telekom KPN e TDC Group (TeleDanmark)

Indicatori di redditività ¹³

	Swisscom	peer group
Margine EBITDA:	42,9%	33,5%
Margine EBIT:	28,5%	17,8%

Indicatori di crescita ¹⁴

	Swisscom	peer group
Crescita EBITDA:	-4,9%	1,1%
Crescita EBIT:	-3,0% ²	3,8%

Confronto tariffario

Rete fissa: dal 1998 al 2005 (prezzi in franchi al minuto)

		1998	1999	2000	2001	dal 1° maggio 2002*/**
Chiamate locali	Tariffa normale	0.067	0.067	0.067	0.067	0.08
Chiamate locali	Tariffa ridotta	0.033	0.033	0.033	0.033	0.04
Chiamate interurbane	Tariffa normale	0.250	0.250	0.120	0.120	0.08
Chiamate interurbane	Tariffa ridotta	0.130	0.130	0.100	0.100	0.04

* Dal 1° maggio 2002 alle chiamate locali e a quelle interurbane si applica la medesima tariffa

** Dal novembre 2004, Swisscom offre soluzioni "metà prezzo" che, a seconda della formula scelta, consentono di telefonare a metà prezzo (2 o 4 centesimi) oppure gratis

Da rete fissa a rete mobile (Swisscom): dal 1998 al 2005 (prezzi in franchi al minuto)

		1998	1999	dal 1.3.2000	2001	Dal 1° luglio 2005
--	--	------	------	--------------	------	--------------------

¹³ A titolo di confronto: margine *EBITDA* BT 28.3%, DT 35 %, FT 39 %, KPN 37.7 %, TDC 28.2 %; media 33.5 %; margine *EBIT* BT 13.3, DT 17.6 %, FT 24.2 %, KPN 19.6 %, TDC 13.9 %; media 17.8 %

¹⁴ A titolo di confronto: crescita *EBITDA* BT -0.1%, DT 5.8 %, FT 3.4 %, KPN -9%, TDC -4.3 %; media 1.1 %; crescita *EBIT* BT -3.6 %, DT 2.1 %, FT 9.9 %, KPN -19.1 %, TDC 11.9 %; media 3.8 %



Fix to Mobile	Tariffa normale	0.79	0.79	0.55	0.55	0.41
Fix to Mobile	Tariffa ridotta	0.59	0.59	0.45	0.45	0.31

Rete mobile: dal 1998 al 2005 (prezzi in franchi al minuto)

Abbonamento		dal 1.10.98	dal 1.6.99	dal 1° novembre 1999
Natel swiss	Tariffa normale	0.790	0.590	0.590
Natel international	Tariffa normale	0.630	0.490	0.400
Natel easy	Tariffa normale	1.290	1.100	0.990

Questi piani tariffari sono tuttora validi, ma non vengono più commercializzati attivamente. In primo piano vi sono ora i piani tariffari "liberty", verso i quali dovrebbe migrare, a medio termine, la maggior parte dei clienti privati:

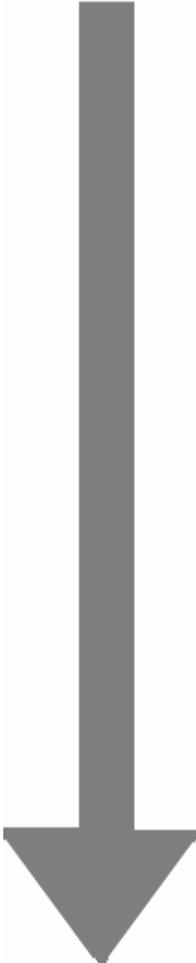
Rete mobile: piani tariffari Liberty (prezzi in franchi al minuto)

Abbonamento		dal 1.06.05	il 1.11.2005	il 1.1.2006
Natel swiss liberty	Tariffa unica	0.250	0.250	0.250
Natel basic liberty	Tariffa unica	-	0.350	0.350
Natel easy liberty	Tariffa unica	-	0.400	0.400
M-Budget Mobile	Tariffa unica	-	0.440	0.370



Strumenti a disposizione della Confederazione per la verifica dell'operato di Posta, Swisscom e FFS SA

La Confederazione, nella sua veste di proprietario o di azionista di maggioranza, dirige le tre imprese attraverso la definizione degli obiettivi strategici e la nomina dei Consigli di amministrazione. La verifica degli obiettivi strategici viene svolta dal DATEC e dal DFF. Circa ogni due mesi si svolgono colloqui tra i vertici delle aziende e i due Dipartimenti. Il grado di raggiungimento degli obiettivi viene verificato sistematicamente nella primavera di ogni anno in base al seguente schema.



Rapporti dei Consigli di amministrazione di FFS SA, Posta e Swisscom alla SG DATEC e all'Amministrazione federale delle finanze in merito al raggiungimento degli obiettivi.

Rapporto di gestione e conto annuale dei consigli di amministrazione alla SG DATEC e all'Amministrazione federale delle finanze.

Analisi di questi rapporti da parte della SG DATEC e dell'Amministrazione federale delle finanze.

Colloqui di reporting fra DATEC/DFF e i Consigli di amministrazione di FFS SA, Posta e Swisscom.

Presentazione delle richieste del DATEC/DFF al Consiglio federale in merito al raggiungimento degli obiettivi.

Decisione del Consiglio federale (grado di raggiungimento degli obiettivi, approvazione del rapporto di gestione e del conto annuale, scarico al Consiglio di amministrazione) e rapporto alle Commissioni di gestione e delle finanze delle Camere federali.

Assemblea generale di Swisscom e FFS SA (per la Posta, in quanto ente di diritto pubblico, non è prevista alcuna assemblea generale).

Nel quadro della propria attività di sorveglianza, il Parlamento verifica se il Consiglio federale svolge correttamente la sua funzione di proprietario delle tre imprese.



Obiettivi strategici del Consiglio federale per la FFS SA 2003-2006

La Confederazione è azionista unica della FFS SA. Gli interessi della Confederazione sono rappresentati dal Consiglio federale.

Con la strategia del proprietario, il Consiglio federale stabilisce gli obiettivi strategici dell'impresa per un periodo di quattro anni, completando e concretizzando gli obiettivi contenuti nella convenzione sulle prestazioni. La presente strategia è stata elaborata dal Consiglio federale in collaborazione con il Consiglio d'amministrazione della FFS SA. Quest'ultimo è responsabile nei confronti del Consiglio federale del raggiungimento degli obiettivi.

Gli obiettivi strategici si applicano alla FFS SA a tutte le società affiliate che si sono costituite o che si costituiscono dal decentramento delle attività della società madre.

1. Obiettivi generali

- 1.1 La FFS SA si assume la propria responsabilità aziendale e sociale in modo equilibrato. Essa persegue una strategia d'impresa sostenibile, basata su principi etici.
- 1.2 La FFS SA rafforza la posizione dei trasporti pubblici e ne aumenta la quota di mercato. Grazie ai suoi servizi di qualità, essa dà un notevole contributo al trasferimento del traffico dalla strada alla ferrovia e alla garanzia del servizio di base (servizio pubblico).
- 1.3 La FFS SA provvede, mediante una gestione globale della sicurezza, affinché sia mantenuto un alto livello di sicurezza sia per i clienti che per il personale. L'ulteriore sviluppo del sistema di sicurezza tiene conto del progresso della tecnica, delle possibilità economiche e dei potenziali di pericolo.
- 1.4 La FFS SA aumenta costantemente il grado di soddisfazione dei clienti. Essa svolge dei sondaggi rappresentativi, allo scopo di valutare la soddisfazione dei clienti.
- 1.5 La FFS SA tiene conto, nei limiti delle sue possibilità economico-aziendali, delle richieste delle regioni di ripartire in modo adeguato i posti di lavoro e degli effetti delle sue attività sullo sviluppo territoriale.
- 1.6 La FFS SA provvede con la sua politica ambientale affinché vengano ulteriormente potenziati i vantaggi della ferrovia rispetto a quelli di altri vettori di trasporto.
- 1.7 La FFS SA collabora nel settore immobiliare con le autorità cantonali e comunali e sostiene queste ultime nella realizzazione di obiettivi di sviluppo nelle aree delle stazioni ferroviarie, nei limiti delle sue possibilità economico-aziendali.

2. Obiettivi strategici dei settori aziendali

- 2.1 Traffico viaggiatori
 - 2.11 Nel traffico viaggiatori su lunghe distanze, la FFS SA partecipa in modo sovrapporzionale allo sviluppo del traffico, grazie alla gestione del sistema di offerte integrato Ferrovia 2000 con servizi di qualità ed un guadagno adeguato.



- 2.12 La FFS SA è l'operatrice più importante sul mercato del traffico viaggiatori regionale. Essa rafforza la sua posizione futura, migliorando costantemente il rapporto prestazioni/indennità e ottimizzando i servizi per i clienti.
- 2.13 Nel traffico internazionale la FFS SA presenta un'offerta ottimale, proponendo buoni collegamenti tra i principali centri economici e i relativi aeroporti internazionali e garantendo l'integrazione della Svizzera nella rete europea ad alta velocità.
- 2.14 Nel traffico viaggiatori la FFS SA raggiungere il livello concordato per quanto attiene alla puntualità e alla garanzia delle coincidenze.
- 2.15 Nel settore del traffico viaggiatori la FFS SA aumenta la produttività in media perlomeno del 3% all'anno.
- 2.16 Nella realizzazione di un'offerta nazionale integrata per i trasporti pubblici, la FFS SA assume la responsabilità del coordinamento.
- 2.17 Nell'ambito della sua offerta la FFS SA tiene debitamente conto delle esigenze dei disabili.
- 2.18 La FFS SA partecipa alla forte crescita del traffico del tempo libero con un'offerta adeguata alle particolari esigenze di questo segmento.
- 2.2 Traffico merci
 - 2.21 La FFS SA aumenta ogni anno in media dell'1% la sua quota nel traffico merci attraverso le Alpi, ottimizzando in particolare i flussi di traffico merci transfrontalieri.
 - 2.22 La FFS SA garantisce su tutto il territorio un'offerta nell'ambito del traffico in carri completi basata sui principi di economia aziendale.
 - 2.23 Nel traffico merci la FFS SA raggiunge il livello di puntualità concordato.
 - 2.24 Nel settore del traffico merci la FFS SA aumenta la sua produttività in media di almeno il 5% all'anno.
- 2.3 Infrastruttura
 - 2.31 La FFS SA svolge un ruolo di coordinatrice nella gestione dei tracciati della rete ferroviaria a scartamento normale.
 - 2.32 La FFS SA garantisce un'assegnazione delle capacità infrastrutturali senza discriminazioni e mette a disposizione i tracciati sul mercato svizzero ed internazionale.
 - 2.33 La FFS SA elabora un piano dei tracciati, conciliando le esigenze delle imprese ferroviarie e garantendo le coincidenze fra tutti gli operatori. Nel fare ciò essa provvede a garantire catene di trasporto attrattive nel traffico viaggiatori.
 - 2.34 Nel settore infrastrutturale la FFS SA aumenta la produttività in media di almeno il 3% all'anno.
 - 2.35 Nella Divisione infrastruttura la FFS SA migliora il rapporto prestazioni/indennità.
 - 2.36 La FFS SA promuove l'interoperabilità nei limiti delle possibilità finanziarie e fornisce un contributo importante allo sviluppo tecnico e all'innovazione della rete ferroviaria a scartamento normale.



3. Obiettivi finanziari

- 3.1 La FFS SA consegue un utile annuo congruo.
- 3.2 Nel settore del traffico viaggiatori su lunghe distanze la FFS SA consegue un margine positivo nel risultato annuale d'esercizio.
- 3.3 Nel settore del traffico merci la FFS SA consegue un risultato equilibrato a partire dall'anno di esercizio 2005.
- 3.4 Nella Divisione infrastruttura la FFS SA consegue perlomeno un risultato equilibrato in considerazione dei contributi di compensazione derivanti dal settore immobiliare concordati nella convenzione sulle prestazioni 2003/2006.
- 3.5 Il risultato annuale e gli investimenti nelle Divisioni viaggiatori e merci permettono di mantenere una quota adeguata di capitale proprio per Divisione.
- 3.6 La FFS SA provvede ad una gestione orientata al mercato dei propri immobili utilizzati a scopo commerciale grazie alla conduzione professionale delle proprie attività. Essa informa tempestivamente la Confederazione circa le sue intenzioni di vendere grossi beni immobiliari.
- 3.7 Gli utili conseguiti nel settore immobiliare rafforzano la capacità finanziaria dell'impresa e garantiscono i contributi di compensazione alla Divisione infrastruttura concordati nella convenzione sulle prestazioni 2003/2006.

4. Obiettivi inerenti al personale

- 4.1 Con la sua politica del personale, il suo stile di conduzione e il suo sistema di comunicazione interna, la FFS SA si impegna ad instaurare tra i collaboratori un clima di fiducia nei confronti dell'impresa e della sua conduzione. Per determinare il grado di soddisfazione dei collaboratori, la FFS SA effettua periodicamente sondaggi rappresentativi.
- 4.2 La FFS SA fissa le condizioni di lavoro in un contratto collettivo di lavoro negoziato con le associazioni del personale. Essa garantisce a queste ultime il diritto di esprimersi su tutte le questioni concernenti la politica del personale.
- 4.3 La FFS SA persegue una politica del personale progressista e responsabile sul piano sociale. Essa promuove la mobilità dei suoi collaboratori mediante una politica attiva nel campo della formazione e degli apprendistati.
- 4.4 La FFS SA mantiene un piano di previdenza moderno e flessibile, garantendo le prestazioni acquisite.

5. Cooperazioni e partecipazioni

- 5.1 Tenendo conto del suo mandato di prestazioni e nei limiti delle sue possibilità a livello finanziario e del personale, la FFS SA può instaurare cooperazioni (partecipazioni, alleanze, creazione di società e altre forme di collaborazione) sia in Svizzera che all'estero, se esse contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi strategici e all'aumento del valore dell'impresa. Le partecipazioni e le cooperazioni devono essere seguite attentamente a livello di conduzione e tenere sufficientemente conto dei rischi.



6. Resoconto e controlling

6.1 La FFS SA fornisce un resoconto scritto:

- rapporto di gestione annuale
- grado di raggiungimento degli obiettivi strategici (ogni semestre)
- budget e piano a medio termine annuali

6.2 Alla base del resoconto vi è un sistema di indici concordato con la Confederazione. Questo sistema è compatibile con quello relativo alla convenzione sulle prestazioni.

6.3 Gli obiettivi strategici possono essere adattati durante il periodo di riferimento 2003/2006, se le mutate circostanze lo richiedono.



Obiettivi strategici 2002-2005 definiti dal Consiglio federale per la Posta

Introduzione

La Confederazione è proprietaria della Posta; i suoi interessi sono tutelati dal Consiglio federale che tiene conto della libertà imprenditoriale dell'azienda e crea le condizioni ideali che permettono ad essa di affermarsi sul mercato. In virtù dell'articolo 6 della legge sull'organizzazione delle poste (LOP), il Consiglio federale definisce ogni quattro anni gli obiettivi strategici che la Posta deve raggiungere. Esso si impegna a prendere in considerazione obiettivi coerenti e a lungo termine. Annualmente, con il rapporto di gestione, il consiglio di amministrazione della Posta lo informa sui risultati raggiunti. Poiché il contesto nel quale l'azienda opera è soggetto a continui mutamenti, gli obiettivi, se del caso, potranno essere adattati in funzione dei nuovi sviluppi.

1. Obiettivi strategici

La Posta è l'organismo che permette alla Confederazione di adempiere il mandato, sancito dall'articolo 92 della Costituzione federale e dall'articolo 2 della legge sulle poste, di fornire su tutto il territorio nazionale le prestazioni di base del servizio postale e del traffico dei pagamenti.

Il Consiglio federale esige che la Posta

- 1.1 fornisca un servizio universale secondo gli stessi principi in tutta la Svizzera, di buona qualità e a prezzi adeguati;
- 1.2 sia competitiva, redditizia, orientata alle esigenze dei clienti e si prepari a un'eventuale liberalizzazione del mercato postale;
- 1.3 sviluppi ulteriormente le sue attività principali nei settori invii, merci e logistica, prestazioni finanziarie e traffico viaggiatori (lettere, invii espressi, pacchi, trasporto di giornali e riviste, filatelia, traffico dei pagamenti, traffico viaggiatori stradale), miri ad un potenziamento e garantisca prestazioni di alta qualità. In questo contesto la Posta dovrà
 - mantenere la posizione di leader sul mercato svizzero;
 - aprirsi a collaborazioni per garantire i settori importazione e esportazione nell'ambito del mercato postale e al contempo assicurare alla sua clientela l'accesso a reti internazionali;
 - cogliere le opportunità di potenziamento che si presentano per rafforzare la propria posizione su mercati esteri interessanti;
- 1.4 sfrutti possibilità di crescita in settori attinenti, offrendo prodotti innovativi quali il "marketing diretto" (direct marketing), soluzioni logistiche, prestazioni finanziarie (in particolare attraverso l'intermediazione di operazioni attive) e l'e-business, per prevenire il rischio che i suoi prodotti tradizionali vengano sostituiti e rafforzare il suo legame con la clientela;
- 1.5 miri a sfruttare le nuove opportunità che si presentano nel traffico viaggiatori in qualità di fornitore di sistema, nella gestione delle reti di trasporto e nel traffico turistico;
- 1.6 nel quadro delle sue possibilità aziendali, persegua una strategia imprenditoriale sostenibile e rispettosa dei principi etici.



- 1.7 nel quadro delle sue possibilità aziendali tenga conto delle ripercussioni della propria attività sullo sviluppo territoriale e ripartisca in modo equo i posti di lavoro sulle diverse regioni;
- 1.8 curi una comunicazione aperta e trasparente.

2. Finanze

Il Consiglio federale esige che la Posta

- 2.1 presenti un risultato d'esercizio adeguato per il servizio universale e per il settore sottoposto a concorrenza e raggiunga una crescita del suo valore d'impresa. Imprese svizzere ed estere analoghe serviranno da riferimento („Benchmark,“);
- 2.2 utilizzi in linea di massima il suo cash flow per finanziare gli investimenti;
- 2.3 impieghi gli utili in modo prioritario per creare gradualmente la base di capitale proprio necessaria e per raggiungere una distribuzione degli utili adeguata per il capitale di dotazione messo a disposizione dalla Confederazione.

3. Personale

- 3.1 La Posta persegue una politica del personale sociale e moderna.
- 3.2 In caso di problemi economici e strutturali, la Posta fa di tutto per evitare i licenziamenti prendendo per tempo misure organizzative volte a salvaguardare gli impieghi.
- 3.3 In questo contesto la Posta fissa autonomamente la politica del personale e stabilisce le condizioni di lavoro in contratti collettivi negoziati con le associazioni del personale secondo la legge sul personale¹⁵.
- 3.4 La Posta regola i diritti di consultazione dei sindacati nei contratti collettivi di lavoro, sviluppandoli ulteriormente con essi.
- 3.5 La Posta si adopera per creare posti di lavoro interessanti in nuovi campi di attività e alle condizioni proprie dell'economia di mercato.
- 3.6 Grazie ad uno stile di gestione adeguato, promuovendo la politica di sviluppo del personale e curando la comunicazione interna, la direzione della Posta crea i presupposti per instaurare un clima di fiducia con il personale.

4. Forme di cooperazione e di partecipazione

Nei limiti imposti dal suo mandato di prestazioni, e tenendo conto delle sue possibilità finanziarie nonché delle risorse di personale, la Posta può aprirsi a cooperazioni nazionali o internazionali (partecipazioni, alleanze, fondazioni di società o altre forme di collaborazione), se quest'ultime contribuiscono a raggiungere gli obiettivi strategici e ad aumentare il valore d'impresa. Le partecipazioni e le cooperazioni della Posta devono essere gestite accuratamente.

¹⁵ RS 172.220.1



Obiettivi strategici 2002-2005 definiti dal Consiglio federale per la Swisscom SA

Introduzione

La Confederazione, in veste di azionista principale della Swisscom SA, detiene la maggioranza del capitale e dei voti di quest'ultima. I suoi interessi sono tutelati dal Consiglio federale che, tenendo conto dell'autonomia imprenditoriale di questa società e in qualità di azionista, riconosce la libertà decisionale del consiglio di amministrazione riguardo alla strategia e alla linea politica da adottare.

In virtù dell'articolo 6 della legge sull'azienda delle telecomunicazioni (LATC), il Consiglio federale definisce ogni quattro anni gli obiettivi fondamentali che la Confederazione intende raggiungere a lungo termine in qualità di azionista principale dell'azienda. Con la loro pubblicazione esso intende creare trasparenza per gli investitori privati. Poiché il contesto nel quale la Swisscom SA opera è soggetto a continui mutamenti; gli obiettivi, se del caso, potranno essere adattati in funzione dei nuovi sviluppi. A livello istituzionale la Confederazione è chiamata ad assumere due ruoli distinti: da un lato quello di proprietario, dall'altro quello di organo regolatore e di autorità di sorveglianza sul mercato delle telecomunicazioni.

1. Orientamento strategico

Il Consiglio federale esige che la Swisscom SA

- 1.1 sia competitiva e produttiva, mantenendo a lungo termine o addirittura aumentando il suo valore d'impresa;
- 1.2 orienti maggiormente il suo operato alle esigenze della clientela, reagendo tempestivamente e in modo flessibile agli sviluppi in atto e migliorando sistematicamente la produzione e la commercializzazione di nuovi prodotti;
- 1.3 attraverso le società del suo gruppo, fornisca servizi vocali e di trasmissione dei dati fissi e mobili nonché prestazioni di rete per altre società di telecomunicazione, considerando anche gli interessi della sicurezza nazionale. Con la sua offerta, la Swisscom intende raggiungere i seguenti obiettivi prioritari e contribuire allo sviluppo economico del Paese:
 - Fixnet: creazione di un'offerta orientata alla clientela, mantenimento della posizione di leader sul mercato nazionale, ruolo dominante nell'introduzione sul mercato di collegamenti e servizi a banda larga (xDSL).
 - Enterprise Com: creazione di un'offerta orientata alla clientela in tutte le unità e aumento delle quote di mercato.
 - Mobile: creazione di un'offerta orientata alla clientela, mantenimento della posizione di leader sul mercato nazionale, ruolo dominante nell'introduzione sul mercato di collegamenti e servizi a banda larga (UMTS).
 - Servizio universale: garanzia di un servizio universale capillare fino al 2002 e candidatura per una concessione che permetta all'impresa di svolgere questo compito anche in futuro;



- Interconnessione: attuazione della regolamentazione relativa all'interconnessione nell'interesse di una concorrenza leale e garanzia del collegamento "end-to-end" per le prestazioni del servizio universale.

1.4 nel quadro delle possibilità aziendali persegua una strategia d'impresa sostenibile e che rispetti i principi etici.

2. Finanze

Il Consiglio federale esige che la Swisscom SA

- 2.1 con le società del suo gruppo sia efficace quanto le migliori imprese di telecomunicazione attive sui mercati europei. Il consiglio di amministrazione definisce gli obiettivi concreti e ne sorveglia la realizzazione;
- 2.2 si doti di una struttura finanziaria adeguata al portfolio e alle attività delle società appartenenti al suo gruppo.

3. Personale

Il Consiglio federale esige che la Swisscom SA

- 3.1 persegua una politica del personale sociale e moderna;
- 3.2 grazie ad uno stile di gestione adeguato, promuovendo la politica di sviluppo del personale e curando la comunicazione interna, crei i presupposti per instaurare un clima di fiducia con il personale e aumentare la propria attrattiva sul mercato del lavoro;
- 3.3 regoli i diritti di consultazione delle associazioni del personale in contratti collettivi di lavoro, sviluppandoli ulteriormente d'intesa con i sindacati e le associazioni del personale;
- 3.4 versi ai quadri salari commisurati alle prestazioni e secondo gli standard di mercato, basando i relativi bonus su criteri stabiliti all'inizio dell'esercizio. In questo modo l'impresa rispetta i principi dell'adeguatezza e della proporzionalità, creando trasparenza;
- 3.5 si adoperi a migliorare la posizione del suo personale fisso sul mercato del lavoro, offrendo possibilità di formazione e di perfezionamento professionale;
- 3.6 realizzi eventuali ulteriori misure di ristrutturazione nel quadro di esistenti o nuovi piani sociali.

4. Forme di cooperazione e di partecipazione

Il Consiglio federale esige che la Swisscom SA

- 4.1 alleandosi con partner adeguati, adotti le misure necessarie per rafforzare la propria competitività sul mercato svizzero e per mantenere nonché accrescere a lungo termine il suo valore d'impresa;
- 4.2 osservi sistematicamente gli sviluppi del mercato internazionale, individui e valuti le opportunità e si apra a nuove forme di collaborazione soltanto se offrono la possibilità di accrescere il suo valore d'impresa a lungo termine, se possono essere gestite in modo appropriato e se permettono di tener conto sufficientemente del fattore rischio.