

U V E K
E T E C
A T E C

FSS – POSTA – SWISSCOM

Obiettivi strategici del Consiglio federale: grado di raggiungimento nell'anno 2002

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

Berna, 16 aprile 2003

CONTENUTO

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

Raggiungimento degli obiettivi della FFS SA nel 2002

Nel 2002, la FFS SA ha soddisfatto in gran parte gli obiettivi strategici fissati dal Consiglio federale. Nel traffico viaggiatori e nel settore infrastrutturale gli obiettivi sono stati raggiunti, in parte addirittura superati. Nel traffico merci, invece, i principali traguardi fissati sono stati disattesi. Considerati il difficile momento economico, le prestazioni fornite nell'ambito di Expo.02, le cifre record registrate nel traffico viaggiatori e il buon rapporto prestazioni/indennità (nell'ottica dei poteri pubblici), il bilancio, comunque, è complessivamente positivo. Il grado di soddisfazione del personale, pur essendo più elevato rispetto al passato, deve essere ulteriormente migliorato.

Elevato grado di soddisfazione relativamente alla qualità delle prestazioni fornite

Nel traffico viaggiatori il grado di soddisfazione della clientela, rimasto all'81%, è tuttora elevato. Le reazioni negative da parte dei clienti riguardavano in primo luogo il numero troppo esiguo di posti a sedere nei treni. Rispetto all'anno scorso è aumentato il numero di reclami concernenti la pulizia degli scompartimenti e delle toilette. La soddisfazione dei clienti della FFS Cargo SA è aumentata leggermente, attestandosi a 7,47 punti su una scala da uno a dieci. Se alla fatturazione e al centro servizio-clienti sono stati dati voti migliori, l'assistenza ai clienti è considerata carente. L'accesso alla rete senza discriminazioni è garantito. Nessun reclamo è stato presentato alla Commissione d'arbitrato in materia ferroviaria.

Obiettivi pienamente raggiunti nel traffico viaggiatori

L'obiettivo di incrementare globalmente le prestazioni delle FFS nel traffico viaggiatori è stato pienamente raggiunto anche nel 2002: rispetto al 2001 l'aumento è infatti stato del 5,2 % (nel 2001: 4,9%), un nuovo valore record pari a 12'108 milioni di persone/chilometro. Circa tre quarti sono da ascrivere al traffico a lunga distanza, un quarto al traffico regionale. Nel quadro di Expo.02, le FFS hanno fornito prestazioni supplementari, trasportando 3,5 milioni di passeggeri. Rispetto al volume complessivo di traffico, in Svizzera la quota di persone/chilometri percorsi sulla rotaia nel 2002 è aumentata dello 0,8%, attestandosi al 29,1% (nel 2001: 28,3).

Obiettivi non raggiunti nel traffico merci

In termini finanziari, di prestazioni e di produttività, gli obiettivi fissati nel traffico merci non sono stati raggiunti. Le cause sono da ricercare nelle ripetute e lunghe interruzioni di alcune tratte al sud delle Alpi, nella difficile situazione congiunturale e nella sempre più agguerrita concorrenza. Le prestazioni di traffico della FFS Cargo SA hanno subito un notevole calo rispetto all'anno scorso, attestandosi a 9'732 milioni di tonnellate/chilometro (- 7,6 %). Le prestazioni globali di traffico sono così suddivise: ca. 24% nel traffico interno, 21% nel traffico import/export e ca. 55% nel traffico merci di transito. La flessione riguarda il traffico di transito nella misura dell'11,8 % (2001: - 3,1%) e il settore import/export nella misura del 12,5 %; migliori invece i risultati nel traffico interno, dove si è registrato un aumento del 3,2% (2001: +2,3%). Con il lancio di nuovi prodotti e l'ottimizzazione parziale dell'esercizio nel traffico interno, con la creazione di società affiliate in Germania e Italia per un più efficace traffico transfrontaliero, nel 2002 la FFS Cargo SA ha pure gettato le basi per un'evoluzione positiva in futuro.

Raggiunto l'obiettivo finanziario: più prestazioni per meno contributi federali

L'obiettivo di raggiungere un risultato complessivamente positivo per il traffico merci e il traffico viaggiatori è di nuovo stato raggiunto. Il risultato finanziario è soddisfacente, anche se la difficile situazione della cassa pensioni e le cifre relative al traffico merci incidono in modo più negativo del previsto sul bilancio. L'utile di gestione si conferma ai livelli dell'anno scorso. Nel traffico regionale, anche nel 2002 i poteri pubblici hanno ricevuto dalle FFS maggiori prestazioni in cambio delle indennità corrisposte. Le indennità (franchi per chilometro percorso nel traffico regionale) hanno avuto un effetto più positivo nella misura del 3,6 %. Nel contempo sono leggermente diminuite le indennità versate alle FFS dalla Confederazione e dai Cantoni (2001: 539,1 milioni di franchi; 2002: 537,3 milioni di franchi). La produttività nel traffico è aumentata dell'1,3% nel 2002 (2001: + 2,6%); rispetto agli anni precedenti, questo aumento ha comunque conosciuto un rallentamento. La flessione, pur essendo attribuibile all'evoluzione congiunturale, è un indice del fatto che in futuro sarà sempre più difficile realizzare ulteriori guadagni di produttività.

Puntualità e livello di sicurezza buoni

Nell'esercizio 2002, nonostante il maggiore volume di traffico dovuto a Expo.02 e a diverse interruzioni di tratte, le FFS hanno pienamente raggiunto l'obiettivo della puntualità, sia nel settore merci che viaggiatori. Il trasporto sicuro dei passeggeri e delle merci, nonché la sicurezza del personale hanno la priorità assoluta. L'azienda si adopera costantemente per ridurre al minimo sia i rischi passivi (*safety*: incidenti ferroviari e di lavoro) che quelli attivi (*security*: per es. aggressioni, atti di vandalismo). Diversamente dalla tendenza degli ultimi anni, il numero di eventi critici nel settore „*safety*“ è aumentato; le FFS hanno tuttavia adottato misure adeguate per fermare questa tendenza. Il livello di sicurezza complessivo continua comunque ad essere buono.

Raggiungimento degli obiettivi inerenti alla politica del personale

Dopo due anni tendenzialmente negativi, nel 2002 la fiducia del personale FFS nel proprio datore di lavoro è di nuovo aumentata. Questo dato positivo deve comunque essere migliorato ulteriormente.

Cooperazioni e partecipazioni

Con la quasi totale integrazione della ditta MTHB, fortemente indebitata, nella Thurbo AG, la FFS SA ha assunto la propria responsabilità quale operatrice principale sul mercato del traffico regionale. Nel traffico merci, con la fondazione delle ditte SRC Köln e SRC Italy, le FFS vedono garantiti i propri interessi per uno sviluppo efficiente del traffico transfrontaliero nord-sud. Operando su un mercato aperto alla concorrenza, le FFS si concentrano sulle linee più importanti per il trasporto merci internazionale in Germania e in Italia. Nel contempo, è così garantita anche in futuro la cooperazione con la DB e le FS nel traffico merci a lunga distanza.

FFS: dati salienti

Indicatori finanziari

	2002 in milioni di fr.	2001 in milioni di fr.
Risultato di gestione	6'323,9	6'031,4
Costi d'esercizio	6'129,9	5'785,7
Perdite/utile dell'azienda	-12,0	314,1
Rendimento sul fatturato	-0,2%	5,2%
Investimenti immobiliari	2'832,3	2'075,0
Cashflow	849,6	992,4
Totale bilancio	28'782,6	28'546,5
Effettivo del gruppo in unità¹ (senza apprendisti)	27'767	27'387 ²

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

² Adattato in seguito agli scorpori effettuati nel 2002.

	2002	2001
Traffico viaggiatori		
Puntualità ³	95%	94 %
Soddisfazione della clientela	81%	81 %
Prestazioni nel traffico viaggiatori a lunga percorrenza	9'224 mio. persone/chilometro	8'688 mio. persone/chilometro
Prestazioni nel traffico viaggiatori regionale	2'883 mio. persone/chilometro	2'821 mio. persone/chilometro
Indennità per treno/chilometro (traff. viaggiatori regionale)	9,64 fr.	10,01 fr.
Modal Split (persone/chilometro)	rotaia: 29,1 % strada: 61,5 % altri: 9,4 %	rotaia: 28,3 % strada: 62,4 % altri: 9,3 %
Traffico merci		
Puntualità ⁴	91%	94 %
Soddisfazione clientela ⁵	7,47	7.38
Prestazioni	9'732 mio. tonnellate/chilometro	10'534 mio. tonnellate/chilometro
Varia		
Incremento della produttività nel traffico Media dal 1998 (obiettivo: 5%)	1,3% rispetto all'anno precedente 5% p.a. dal 1999	2,6 % rispetto all'anno precedente
Contributi federali alla FFS SA	1'304 mio. fr. (contributi per le infrastrutture, senza NFTA e Rola breve attraversando il S.Gottardo) 317 mio. fr. (traffico viaggiatori regionale) 51 mio. fr. (trasporto merci combinato) 59 mio. fr. riduzione prezzo del tracciato, traffico in carri completi	1'261 mio. fr. (contributi infrastrutture, senza NFTA) 325 mio. fr. (traffico viaggiatori regionale) 36 mio. fr. (trasporto merci combinato) 62 mio. fr. riduzione prezzo del tracciato, traffico in carri completi
Soddisfazione del personale	59	52

³ Arrivo a destinazione in orario

⁴ Traffico interno

⁵ Soddisfazione della clientela nel traffico merci; massimo: 10 punti

Raggiungimento degli obiettivi della Posta nel 2002

Anche nel quinto anno di esercizio, la qualità delle prestazioni della Posta è stata alta. L'azienda ha fornito tutte le prestazioni del servizio pubblico richieste dalla legge. Tuttavia, per la prima volta non è stato possibile finanziare il servizio pubblico con gli introiti derivanti dalle attività di monopolio. Il grado di soddisfazione del personale è rimasto buono, quello della clientela nel complesso è migliorato. Ad eccezione del risultato finanziario, gli obiettivi strategici del Consiglio federale sono stati raggiunti.

Con la riforma delle PTT, nel 1998 la Posta è diventata giuridicamente un'azienda 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, quindi, il Consiglio di amministrazione dell'azienda presenta al Governo un rapporto sul raggiungimento di tali obiettivi, sottoponendogli anche, per approvazione, il rapporto annuo e il bilancio. Nel quinto anno di esercizio, la Posta ha raggiunto i seguenti risultati.

Servizio pubblico - Servizio universale

Tutte le prestazioni del servizio universale (servizio pubblico) disposte dalla legge⁶ sono state fornite dalla Posta sull'intero territorio nazionale, a prezzi adeguati e a pari condizioni. Il sondaggio indipendente condotto presso la clientela ha dato ancora una volta buoni risultati. Nel confronto internazionale, i prezzi della posta-lettere nazionale sono stati adeguati. I prezzi degli invii internazionali si trovano nella media europea. Sempre sul piano internazionale, l'offerta PostPac Economy rappresenta uno dei prodotti più convenienti.

Qualità

La consegna entro i termini stabiliti è un fattore importante per la valutazione della qualità delle prestazioni del servizio postale. Nel confronto internazionale, l'azienda ha raggiunto nuovamente ottimi livelli nell'ambito della posta-lettere. Ancora una volta sono i tempi di consegna dei pacchi ad essere suscettibili di miglioramento.

Andamento del mercato

Nel 2002 il mercato delle lettere indirizzate, che fa interamente parte dei servizi riservati, ha subito per la prima volta una flessione. La posta A ha registrato un calo con un totale di 841 milioni di invii (869 l'anno precedente), mentre gli invii della posta B sono aumentati in lieve misura (2'101 milioni). Come nel 2001, è in diminuzione anche il mercato dei giornali e delle riviste, aperto alla concorrenza, dove la Posta ha appena potuto mantenere la sua quota di mercato.

Come l'anno precedente, anche il mercato pacchi ha subito un calo: ciò vale in particolare per il mercato interno, in cui gli invii sono passati da 118 milioni a 111 milioni. Buono ancora una volta il risultato per la PostFinance che, grazie ai prodotti esistenti e a quelli nuovi, ha potuto migliorare globalmente le sue quote di mercato. Come previsto a metà del 2003, la Posta, in collaborazione

⁶ A norma della legge sulle poste, la Posta fornisce un servizio universale sufficiente, comprendente prestazioni del servizio postale e del traffico 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 oramai obbligata per legge a gestire una rete capillare di uffici postali.

con l'UBS, amplierà la sua gamma di prestazioni finanziarie e avrà un'offerta di servizi pari a quella di una banca commerciale.

Grazie alla completa liberalizzazione dell'esportazione dei servizi postali, il settore Swiss Post International ha mantenuto buone quote di mercato.

Secondo il parere del Consiglio federale, la Posta deve intervenire per migliorare in futuro il grado di soddisfazione della clientela commerciale, che rappresenta circa l'80% del fatturato complessivo dell'azienda.

Finanze

Nel 2002, con un fatturato netto di 6'287 milioni di franchi (6'228 nel 2001), la Posta ha raggiunto un utile complessivo di 204 milioni di franchi (194 milioni nel 2001), dovuto in particolare ai buoni risultati raggiunti da PostFinance e a quelli del settore Swiss Post International. Ulteriori miglioramenti sono possibili nei settori liberi e in quello dei pacchi. Il risultato finanziario non è ancora sufficiente per garantire a lungo termine i necessari investimenti per lo sviluppo di nuovi prodotti e per nuovi impianti di produzione.

Grazie a PostFinance è stato possibile continuare a finanziare autonomamente il servizio universale. Anche i costi relativi alla rete di uffici postali sono stati coperti interamente con mezzi propri dell'azienda. Sono necessari tuttavia provvedimenti, considerato che il settore di monopolio nel suo complesso ha registrato per la prima volta delle perdite.

Politica del personale

Il 1° gennaio 2002 sono entrati in vigore i due contratti collettivi di lavoro (CCL) "Posta" e "Personale ausiliario". Il sondaggio sulla soddisfazione del personale effettuato da una ditta indipendente ha rilevato un indice di 66 punti (massimo 100). Rispetto all'anno precedente vi sono stati quindi dei leggeri miglioramenti in questo settore.

Anche nel 2002 la Posta non ha licenziato propri collaboratori per motivi aziendali. Nell'ambito della ristrutturazione, è stato possibile conferire nuovi compiti ai collaboratori interessati, con soddisfazione di questi ultimi. Nel 2002, l'organico dell'azienda si presenta come segue (in unità di personale):

	2002	2001	2000	1999
Effettivo aziendale (senza apprendisti)	43'764	44'019	44'590	43'853
Effettivo della casa madre (senza apprendisti)	41'955	42'449	42'884	42'568

Nel 2002, la Posta si è impegnata sul fronte della formazione degli apprendisti, il cui effettivo ha raggiunto le 1'286 unità.

Cooperazione e partecipazioni

Con la sua strategia internazionale, la Posta mira ad assicurarsi il mercato interno. A lungo termine, essa intende mantenere un ruolo di leader nel traffico postale da e verso la Svizzera e affermarsi sui mercati esteri più interessanti con un rischio calcolato. A questo scopo, l'azienda investe in modo mirato in attività di mercato, prodotti e collaborazioni, che possono essere finanziati con mezzi propri.

Posta: dati salienti

Indicatori finanziari del gruppo

	2002 in milioni di fr.	2002 in milioni di fr.
Fatturato netto	6'287	6'228
Costi d'esercizio	6'268	6'037
Utile del gruppo	204	194
Rendimento sul fatturato	3,2%	3,1 %
Investimenti	249	284
Free cashflow	259	81
Totale bilancio	42'107	36'547
Effettivo del gruppo in unità (senza apprendisti; in migliaia)	43'764	44'019

	2002	2001
Posta-lettere		
Milioni di invii postali (posta A)	841	869
Milioni di invii postali (posta B)	2'101	2'082
Tempi di consegna posta A (E+1) ⁷	97,3%	97,6 %
Tempi di consegna posta B (E+3)	98,1%	98,4 %
Soddisfazione clientela ⁸	74	71
Posta-pacchi		
Milioni di pacchi	111	118
Tempi di consegna E+1 ⁹	93,9%	92,6 %
Tempi di consegna E+2	94,5%	93,4
Soddisfazione clientela	71	67
Postfinance		
Numero di transazioni (in milioni)	826	775
Numero conti clienti (in migliaia)	2'577	2'372
Giacenze medie in deposito clienti (in milioni di fr.)	26'707	22'236
Autopostale		
Autopostale - viaggiatori	97 milioni	95 milioni
Autopostale - veicoli-chilometri	87 milioni	84 milioni
Autopostale - rete (in km)	10'316	10'316

⁷ Consegna un giorno dopo l'invio

⁸ 0 - 50: insoddisfatti; 50 - 80 soddisfatti; 80 - 100: molto soddisfatti

⁹ A partire dal 2003 i tempi di consegna della Posta-pacchi saranno misurati con un nuovo metodo.

Raggiungimento degli obiettivi da parte di Swisscom SA nel 2002

Nonostante la perdita di quote di mercato, Swisscom è riuscita a mantenere una posizione leader nei settori della comunicazione mobile e della rete fissa. L'azienda ha conseguito un risultato d'esercizio stabile e non è gravata da debiti che possano metterne in pericolo lo sviluppo. Il risultato positivo è da ascrivere soprattutto a Swisscom Mobile, che ha ulteriormente aumentato il fatturato e la redditività, nonostante una leggera contrazione della quota di mercato. Nei principali settori operativi, Swisscom ha ampliato le sue attività. Gli obiettivi fissati dal Consiglio federale sono stati raggiunti.

In virtù delle prerogative attribuitegli dalla legge sull'azienda delle telecomunicazioni (LATC), 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 degli obiettivi. Swisscom ha soddisfatto le aspettative del Consiglio federale.

Competitività

Anche lo scorso anno, Swisscom ha dimostrato di essere un'impresa competitiva. Nonostante il difficile contesto, Swisscom è riuscita, grazie a miglioramenti di carattere operativo, a riconfermare il proprio successo: il fatturato è leggermente aumentato (+2,5%) e il risultato d'esercizio si è stabilizzato a 4,4 miliardi di franchi. Il buon risultato del 2002 è dovuto soprattutto all'andamento del settore Mobile. Nel settore della rete fissa si è nuovamente registrata una riduzione del fatturato e degli utili dovuta alla pressione della concorrenza e alla sostituzione della telefonia fissa con servizi di telefonia mobile.

Swisscom non ha potuto soddisfare completamente la richiesta di migliorare l'orientamento ai clienti. I rilevamenti del grado di soddisfazione effettuati hanno evidenziato un leggero trend negativo per quanto riguarda i clienti privati; la tendenza negativa si accentua ulteriormente nel settore dei clienti commerciali. Tutte le imprese di telecomunicazione sono interessate da questo fenomeno, e rispetto ai suoi concorrenti Swisscom ha conseguito i risultati migliori.

Quote di mercato e prezzi

Nonostante la perdita di quote di mercato, Swisscom è riuscita a soddisfare le aspettative del Consiglio federale e a difendere la propria posizione di leader del mercato in tutti i principali ambiti di attività. Nel settore della telefonia fissa, sono diminuiti sia il volume di traffico, sia la quota di mercato relativi al traffico nazionale: il volume si è ridotto complessivamente del 15% e la quota di mercato è diminuita del 7%, attestandosi al 60% circa. Ciò è dovuto soprattutto a fenomeni di sostituzione della telefonia fissa con servizi di telefonia mobile e all'introduzione della nuova numerazione. Nel settore della telefonia mobile, la quota di mercato, peraltro elevata, si è ridotta leggermente, passando dal 66% al 64%.

Nel settore dei servizi a banda larga si registra una crescita dinamica: il numero dei collegamenti ADSL è passato da 33'000 ai 195'000 della fine del 2002. Oggi la copertura è superiore al 95% e circa 3,8 milioni di clienti dispongono, in Svizzera, di un collegamento compatibile con la tecnologia ADSL. Con l'ADSL Swisscom ha ingaggiato un'intensa concorrenza con i gestori delle reti via

cavo. Secondo i dati forniti dall'associazione swisscable, questi ultimi dispongono di circa 260'000 collegamenti a banda larga.

Sia nella telefonia fissa che in quella mobile i prezzi si sono situati ai livelli dell'anno precedente. Nel settore della rete fissa, il 1° maggio 2002 Swisscom ha introdotto una tariffa unica, abolendo la differenza tra chiamate locali e interurbane.

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. Nel 2002, la redditività di Swisscom è stata superiore alla media di quella dei suoi concorrenti europei British Telecom, Deutsche Telekom, France Telekom, KPN e TeleDanmark. Ciò soprattutto grazie a miglioramenti di carattere operativo e a una minore concorrenza per quanto riguarda le tariffe della telefonia mobile. Nel settore della telefonia fissa, la redditività di Swisscom è allo stesso livello di quella del gruppo di aziende di riferimento.

Swisscom presenta una solida struttura di finanziamento. Al 31 dicembre 2002 l'indebitamento netto ammontava a 642 milioni di franchi (mezzi finanziari netti per l'anno precedente: 2'899 milioni di franchi) e il capitale proprio a 7'299 milioni di franchi (anno precedente: 12'069 milioni). La quota di capitale proprio, pari al 43%, continua ad essere più che adeguata. Le variazioni sono dovute al programma di riacquisto delle azioni, attraverso il quale Swisscom ha restituito agli azionisti 4'264 milioni di franchi di capitale liberamente disponibile. L'azionista di maggioranza ha partecipato al programma di riacquisto in misura maggiore di quanto fosse necessario per mantenere invariata la sua quota di partecipazione, che si è quindi ridotta dal 65,5% al 62,7%. Dalla vendita delle azioni, la Confederazione ha conseguito un ricavo netto di 3,7 miliardi di franchi.

Il risultato d'esercizio è stato gravato, come l'anno precedente, da una rettifica di valore straordinaria sul goodwill di debitel per un importo di 702 milioni di franchi (anno precedente: 1'130 milioni). Se non si tiene conto dell'effetto delle transazioni straordinarie (nel 2001, la vendita di Immobili e la cessione del 25% di Swisscom Mobile SA a Vodafone hanno fruttato un utile complessivo di 4,4 miliardi di franchi), il risultato d'esercizio è aumentato del 7,7%. La contrazione dell'83% dell'utile netto, che è sceso da 4'964 a 824 milioni di franchi, è essenzialmente dovuta a questi effetti straordinari. Data la difficile situazione dei mercati borsistici, la contrazione del 12,9% del valore dell'azione Swisscom può essere considerata un risultato soddisfacente. Fra tutti i titoli dell'indice SMI della borsa svizzera (-27,8%), l'azione Swisscom ha registrato nel 2002 la quinta migliore performance mentre, in un confronto con i titoli delle principali imprese di telecomunicazione europee (DJ EU Stoxx Telecom Index -38,8%), risulta terza dietro all'olandese KPN e a Telekom Austria.

Personale

Anche lo scorso anno Swisscom ha condotto una politica del personale socialmente responsabile. Alla fine del 2002, Swisscom contava complessivamente 20'470 posti a tempo pieno, 17'171 senza l'affiliata tedesca Debitel. Ciò corrisponda a una riduzione di 613 posti, ovvero del 3,4%, rispetto all'anno precedente (17'784). La riduzione di personale è stata attuata, da un lato, attraverso la fluttuazione naturale e, dall'altro, attraverso le misure previste dal piano sociale 2001-2003. Non vi sono stati licenziamenti. Il centro di consulenza e collocamento di Swisscom ha sostenuto, lo scorso anno, 872 persone colpite da provvedimenti di soppressione di posti di lavoro. Il 93% di

queste ha trovato, prima della conclusione del rapporto di lavoro con Swisscom, una nuova collocazione o una soluzione socialmente sopportabile.

Nel 2002, Swisscom ha condotto inchieste presso tutte le società del gruppo al fine di rilevare il grado di soddisfazione del personale. La quota di restituzione dei questionari è stata del 68%. In considerazione del perdurare del processo di ristrutturazione, i risultati delle inchieste possono essere considerati soddisfacenti. I collaboratori sono in maggioranza soddisfatti della loro situazione al posto di lavoro. I valori più alti di soddisfazione riguardano il lavoro in team, i superiori, le condizioni di lavoro e il contenuto del lavoro. Alla fiducia verso Swisscom come datore di lavoro, alle prospettive di sviluppo e alla collaborazione interna sono stati attribuiti valori di soddisfazione bassi. Dalle inchieste emerge che le misure adottate dal management per migliorare la soddisfazione del personale cominciano ad avere effetto.

Swisscom forma giovani nelle professioni più disparate. Nell'autunno 2003, come già un anno prima, l'organico comprendeva 900 persone in formazione. Oltre alle professioni tradizionali, sono offerte formazioni per le figure professionali del futuro: informatici, elettronici, mediamatici, venditori di prodotti multimediali, impiegati di commercio e telematici.

I punti fondamentali del CCL valido fino alla fine del 2003 sono la settimana di 40 ore, cinque settimane di vacanza e un sistema di retribuzione orientato alle prestazioni con salari conformi al mercato. Confronti con i salari delle altre imprese dimostrano che Swisscom versa ai suoi dipendenti salari conformi al mercato e leggermente superiori alla media.

Politica delle partecipazioni

Swisscom è un operatore che offre una gamma completa di servizi di telecomunicazione e che concentra la propria attività sul mercato svizzero, fatta eccezione per il settore della comunicazione mobile, dove opera anche a livello europeo attraverso una propria affiliata. Swisscom ha analizzato sistematicamente il mercato europeo delle telecomunicazioni ed ha esaminato diversi potenziali oggetti di acquisizione. Poiché nessuna delle aziende prese in considerazione soddisfaceva i severi criteri di investimento, Swisscom ha rinunciato, per il 2002, ad effettuare grandi acquisizioni. Swisscom investe nella costituzione di futuri campi di attività. Alla fine del 2002, l'azienda ha iniziato a posizionarsi in Europa come fornitore di soluzioni nel settore Public Wireless LAN (PWLAN), che è attualmente in forte crescita. PWLAN consente di mettere a disposizione degli uomini di affari, nei luoghi dove essi si vengono spesso a trovare (alberghi, aeroporti, centri conferenze), un accesso via etere a banda larga a Internet e alle applicazioni Office.

Il Consiglio federale sostiene l'oculata politica di collaborazioni e partecipazioni portata avanti dal Consiglio di amministrazione di Swisscom. Grazie alla concentrazione sulle attività fondamentali nel campo delle telecomunicazioni e ad una saggia politica di investimento, Swisscom dispone di solide basi che consentono di reagire in modo flessibile ai mutamenti del mercato e conseguire una crescita duratura attraverso anche collaborazioni e investimenti mirati.

Swisscom: dati salienti

Indicatori finanziari (in milioni di franchi)

	2002	2001
Fatturato netto	14'526	14'174
Costi d'esercizio	12'384	12'152
Utile netto	824	4'964
Rendimento sul fatturato	6%	35 %
Investimenti in immobilizzazioni	1'222	1'234
Free Cashflow*)	5'357	4'238
Totale bilancio	16'958	24'349
Capitalizzazione di borsa (31.12)	26'514	33'833
Effettivi del personale	20'470	21'328

*) Introiti netti dalle attività operative e dalle attività di investimento

Numero di clienti / collegamenti

Mobile: 3,61 milioni di clienti

Debitel: 10,06 milioni di clienti

Fixnet: 3,16 milioni di collegamenti analogici, 2,17 di collegamenti digitali,
0,2 milioni di collegamenti a banda larga ADSL

Quote di mercato

Traffico nazionale: 60%

(Voice e Dial up)

Mobile: 64%

Apprendisti

Numero complessivo: 900

Confronto tariffario

Rete fissa: dal 1998 al 2002 (prezzi in franchi al minuto)

		1998	1999	2000	2001	dal 1.5. 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

Rete mobile: dal 1998 al 2002 (prezzi in franchi al minuto)

Abbonamento		dal 1.10.98	dal 1.6.99	dal 1.11.99	dal 31.12.00	il 31.12.01	il 31.12.02
Natel swiss	Tariffa normale	0,790	0,590	0,590	0,590	0,590	0,590
Natel international	Tariffa normale	0,630	0,490	0,400	0,400	0,400	0,400
Natel easy	Tariffa normale	1,290	1,100	0,990	0,990	0,990	0,990

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 Telecom (FT), KPN e TeleDanmark (TD).

Indicatori di redditività¹⁰

	Swisscom	peer group
Margine EBITDA:	30,4%	31,4%
Margine EBIT:	16,6% ¹¹	12,7 %

Indicatori di crescita¹²

	Swisscom	peer group
Crescita EBITDA:	0,1%	12,8%
Crescita EBIT:	7,7% ²	8,3%

¹⁰ A titolo di confronto: margine EBITDA BT 30,4%, DT 30,4 %, FT 32 %, KPN 35,9 %, TD 28,2 %; media 31,4 %; margine EBIT BT 14,7, DT 7,4 %, FT 14,6 %, KPN 13 %, TD 13,9 %; media 12,7 %

¹¹ a monte di transazioni straordinarie

¹² A titolo di confronto: crescita EBITDA BT 0,2 %, DT 6,7 %, FT 21,1 %, KPN 22%, TD 12,7 %; media 12,5 %; crescita EBIT BT 0,1 %, DT -20,0, FT 30,9 %, KPN non com., TD 22,3 %; media 8,3 %

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 procedurale.



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

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

Analisi di questi rapporti da parte di 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 sua 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 1999 – 2002

Introduzione

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

La convenzione sulle prestazioni fissa gli obiettivi quadriennali elaborati congiuntamente dalla Confederazione svizzera e dalla società anonima Ferrovie federali svizzere FFS.

In base alla convenzione sulle prestazioni summenzionata il Consiglio federale stabilisce gli obiettivi strategici per la FFS SA. Tali obiettivi completano e concretizzano la convenzione sulle prestazioni. Essi vengono attuati dal consiglio d'amministrazione della FFS SA nell'ambito della strategia d'impresa.

I presenti obiettivi sono stati elaborati congiuntamente dal Consiglio federale e dalla FFS SA.

Considerato che il settore in cui opera la FFS SA è sottoposto a continue trasformazioni, se necessario, gli obiettivi strategici possono essere adeguati.

Nell'allegato sono elencati i testi di legge importanti per la gestione delle FFS.

Obiettivi generali

La FFS SA si impone sul mercato dei trasporti come impresa guidata da un interesse pubblico generale (obiettivi di politica dei trasporti), dalle esigenze dei clienti (obiettivi orientati alla clientela), da quelle dei finanziatori (obiettivi finanziari) e dei collaboratori (obiettivi orientati al personale). Alla base di questa società vi è una prestazione efficiente ed effettiva, che permette di migliorare continuamente la produttività (obiettivi operativi).

Nei limiti delle sue possibilità economico-aziendali, la FFS SA cerca di considerare le richieste delle regioni di ripartire in modo adeguato i posti di lavoro.

Obiettivi di politica dei trasporti

Nell'ambito del trasporto regolare di viaggiatori e del settore infrastrutture, la FFS SA considera il sistema dei trasporti pubblici nel suo insieme.

In collaborazione con le altre imprese di trasporto, la FFS SA elabora un'offerta nazionale adattata e integrata, svolgendo il ruolo di guida.

Nell'ambito dei trasporti pubblici, la FFS SA assolve il suo compito offrendo alla clientela un servizio ottimale e riducendo al minimo l'onere dello Stato (contributo della Confederazione e dei Cantoni a tutte le imprese di trasporto interessate).

La FFS SA rafforza la posizione dei trasporti pubblici, contribuendo in modo sostanziale a trasferire il traffico dalla strada alla ferrovia e a garantire il servizio pubblico.

La FFS SA si propone come coordinatrice dei tracciati per l'infrastruttura ferroviaria a scartamento normale.

Traffico viaggiatori

La FFS SA è l'operatrice più importante sul mercato del traffico viaggiatori regionale.

Nel traffico viaggiatori su lunghe distanze, la FFS SA partecipa in modo sovrapporzionale all'aumento del traffico.

Nel traffico internazionale la FFS SA presenta un'offerta ottimale, proponendo buoni collegamenti con i centri importanti e garantendo l'integrazione della Svizzera nella rete europea ad alta velocità.

Le esigenze dei disabili devono essere considerate in modo adeguato.

Traffico merci

La FFS SA mantiene in tutti i settori del traffico merci almeno la quota di mercato.

Nel traffico in carri completi, economicamente autonomo, la FFS SA è fornitore di sistema.

Nel trasporto combinato, la FFS SA aumenta la propria produttività in modo sovrapporzionale rispetto alla strada.

Settore infrastrutture

La FFS SA garantisce un'assegnazione delle capacità infrastrutturali senza discriminazioni e mette a disposizione sul mercato svizzero ed estero i tracciati.

La FFS SA elabora un piano dei tracciati, conciliando le esigenze delle imprese ferroviarie e garantendo le coincidenze fra tutti gli operatori.

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.

Con una politica attiva nel settore immobiliare la FFS SA riduce i suoi costi netti per l'infrastruttura, diminuendo così l'onere della Confederazione. In questo contesto, essa collabora con le autorità cantonali e comunali, sostenendoli per quanto concerne la realizzazione di progetti volti a sviluppare le capacità nelle aree delle stazioni ferroviarie.

Obiettivi orientati alla clientela

Per determinare il grado di soddisfazione della clientela, la FFS SA effettua sondaggi rappresentativi. Essa cerca di rilevare il grado di soddisfazione dei clienti in relazione all'offerta globale dei trasporti pubblici.

In base ai sondaggi che verranno effettuati nel 1999 sul grado di soddisfazione dei clienti, saranno definiti obiettivi per migliorare la situazione negli anni successivi.

Obiettivi finanziari

La FFS SA aumenta il valore dell'impresa. Essa contribuisce a diminuire a lungo termine l'onere dello Stato.

Nelle Divisioni viaggiatori e merci (settore dei trasporti), la FFS SA realizza nel complesso un risultato positivo.

Il risultato annuale dell'esercizio nel settore dei trasporti permette di mantenere stabile la quota di capitale proprio nel settore in questione.

Il settore infrastrutture, considerando le indennità concordate, raggiunge un risultato equilibrato. Le attività complementari vengono svolte se migliorano il risultato globale.

Obiettivi orientati al personale

Per il periodo 1999-2000 la politica del personale della FFS SA è determinata dall'ordinamento dei funzionari e dalle decisioni di principio del Consiglio federale. Al termine di questo periodo di transizione, la FFS SA fissa le condizioni di lavoro secondo la legislazione in materia, in un contratto collettivo di lavoro secondo il diritto pubblico, negoziato con le associazioni del personale.

La FFS SA garantisce alle associazioni del personale il diritto di esprimersi su tutte le questioni concernenti la politica del personale.

La FFS SA persegue una politica del personale progressista e responsabile dal punto di vista sociale. Essa promuove la mobilità dei suoi collaboratori mediante una politica attiva nel campo della formazione e degli apprendistati.

La FFS SA si impegna ad introdurre un piano di previdenza moderno e flessibile, mantenendo le prestazioni acquisite.

Con la sua politica del personale, la sua gestione e il suo sistema di comunicazione la FFS SA si impegna ad instaurare un clima di fiducia con i collaboratori nell'impresa.

Per determinare il grado di soddisfazione dei collaboratori, la FFS SA effettua periodicamente sondaggi rappresentativi. I criteri per stabilire il grado di soddisfazione dei collaboratori sono fissati in modo tale da sostenere altri obiettivi imprenditoriali. I risultati di tali sondaggi permettono di formulare obiettivi di miglioramento.

Obiettivi operativi

Produttività

La produttività nei settori del traffico viaggiatori e del traffico merci aumenta in media di almeno il 5 % all'anno.

Nel settore infrastrutture i costi per chilometro di tracciato sono ridotti in media di almeno il 5 % all'anno.

Sicurezza

Con una politica della sicurezza intersettoriale la FFS SA vigila affinché venga mantenuto il livello di sicurezza. Lo sviluppo futuro del sistema di sicurezza dipenderà dall'evoluzione tecnica, dalle possibilità economiche e dai rischi potenziali.

Puntualità

Nel traffico viaggiatori è mantenuto lo standard convenuto per quanto concerne la puntualità e le coincidenze garantite.

Nel traffico merci sarà rispettato lo standard relativo alla puntualità convenuto.

Ambiente

Con la sua politica ambientale, la FFS SA mantiene i vantaggi della ferrovia rispetto agli altri modi di trasporto.

Cooperazioni e partecipazioni

La FFS SA si impegna in nuove cooperazioni e partecipazioni, se ciò contribuisce ad aumentare il valore dell'impresa, è realizzabile a livello di gestione e tiene conto in modo adeguato del rischio. Le cooperazioni e le partecipazioni devono essere compatibili con gli obiettivi strategici del Consiglio federale e con la politica dei trasporti della Confederazione.

In particolar modo nel traffico merci, la FFS SA si impegna in cooperazioni internazionali per raggiungere gli obiettivi prefissati.

Resoconto e controlling

Ogni anno la FFS SA fornisce un resoconto scritto:

- Rapporto di gestione
- Grado di raggiungimento degli obiettivi strategici e delle convenzioni sulle prestazioni / limite delle spese
- Budget e piano a medio termine

Trimestralmente:

- Rapporto sul traffico viaggiatori e sul traffico merci
- Situazione finanziaria della FFS SA

Tali rapporti si basano su un sistema di indici, definiti in collaborazione con la FFS SA.

La FFS SA informa in tempo utile su previsti cambiamenti importanti.

Objectifs stratégiques assignés à la Poste par le Conseil fédéral de 2002 à 2005

Avant-propos

La Confédération est propriétaire de la Poste. Ses intérêts sont sauvegardés par le Conseil fédéral, qui tient compte de la liberté de la Poste en matière de gestion d'entreprise et crée les conditions optimales lui permettant de s'affirmer sur le marché. Conformément à l'article 6 de la loi sur l'organisation de la Poste (LOP), le Conseil fédéral définit tous les quatre ans les objectifs stratégiques de l'entreprise. Il s'engage ainsi à arrêter à long terme des objectifs cohérents. Parallèlement au rapport de gestion, le conseil d'administration de la Poste informe chaque année le Conseil fédéral de la réalisation des objectifs. L'environnement de l'entreprise étant en perpétuelle mutation, les objectifs pourront au besoin être adaptés.

Orientation stratégique

La Poste permet à la Confédération de répondre à l'obligation constitutionnelle et légale d'offrir sur l'ensemble du territoire un service universel comprenant les services postaux et de paiement prévus à l'article 92 de la Constitution fédérale et à l'article 2 de la loi fédérale sur la poste.

Le Conseil fédéral attend de la Poste qu'elle

- 1.1 assure un service universel par la fourniture de prestations de bonne qualité, dans tout le pays selon les mêmes principes et à des prix équitables;
- 1.2 soit compétitive, orientée sur la clientèle, autonome sur le plan financier et qu'elle se prépare à une éventuelle poursuite de la libéralisation du marché postal;
- 1.3 développe son activité principale dans les secteurs suivants: Mail, marchandises et logistique, services financiers et transport de voyageurs (envois de lettres et de colis, les envois exprès, le transport des journaux et des périodiques, philatélie, trafic des paiements et transport de voyageurs par route), vise la croissance et garantisse un haut niveau qualitatif des prestations. Dans ce contexte, la Poste doit
 - maintenir sa position de leader sur le marché suisse;
 - garantir les importations et exportations sur le marché postal et permettre à ses clients d'accéder aux réseaux mondiaux en concluant des alliances,
 - saisir les opportunités d'expansion en vue de se positionner sur des marchés étrangers intéressants.
- 1.4 crée de nouvelles sources d'expansion dans les domaines apparentés en offrant des prestations novatrices, en particulier dans le domaine du marketing direct, des solutions logistiques, en développant l'e-business et ses produits financiers - notamment en servant d'intermédiaire pour les opérations de crédit - pour prévenir le risque de substitution qui menace ses produits classiques et fidéliser davantage la clientèle;
- 1.5 crée de nouvelles sources d'expansion dans le secteur du transport de voyageurs en tant que fournisseur de systèmes, dans celui de la gestion des réseaux de transport ainsi que dans le secteur des transports de tourisme et de loisirs;

- 1.6 suive, dans le cadre des possibilités qu'offre la gestion de l'entreprise, une stratégie axée tant sur les principes éthiques que sur ceux du développement durable;
- 1.7 tienne compte, dans le cadre des possibilités qu'offre la gestion de l'entreprise, des répercussions de ses activités sur le développement territorial et des attentes des régions quant à une répartition équitable des emplois;
- 1.8 assure une communication ouverte et transparente.

Finances

Le Conseil fédéral attend de la Poste qu'elle

- 2.1 présente, dans le domaine du service universel et dans celui des services libres, un résultat d'exploitation convenable et parvienne à accroître la valeur intrinsèque de l'entreprise. Ses performances seront comparées à celles d'autres entreprises suisses et étrangères (benchmarking);
- 2.2 finance, en principe, ses investissements au moyen du cash flow;
- 2.3 utilise les bénéfices réalisés pour assurer en priorité l'augmentation progressive des fonds propres jugés nécessaires et en affecte une part convenable au capital de dotation mis à disposition par la Confédération.

Personnel

- 3.1 La Poste applique une politique du personnel moderne et sociale.
- 3.2 En cas de problèmes économiques et structurels, la Poste met tout en œuvre pour éviter des licenciements en prenant à temps des mesures organisationnelles destinées à sauvegarder les emplois.
- 3.3 Compte tenu de ce principe, elle définit cette politique de manière autonome et fixe les conditions de travail dans des conventions collectives, en concertation avec les partenaires sociaux, conformément à la loi sur le personnel de la Confédération¹³.
- 3.4 La Poste définit les droits de participation des syndicats dans des conventions collectives qu'elle développe en collaboration avec ces derniers.
- 3.5 La Poste s'engage à créer, dans de nouveaux secteurs d'activité, des emplois attrayants aux conditions du marché.
- 3.6 La direction de l'entreprise suscite la confiance des collaborateurs par son style de gestion, ses programmes de développement du personnel et sa politique de communication interne.

Coopérations et prises de participation

Dans le cadre de son mandat de prestations et compte tenu de ses possibilités financières et en matière de personnel, la Poste peut conclure des accords de coopération en Suisse et à l'étranger (participations, alliances, création de sociétés ou autres formes de collaboration), pour autant que ces derniers contribuent à atteindre les objectifs stratégiques et à accroître la valeur de l'entreprise. Par ailleurs, ces participations et coopérations doivent être gérées de manière professionnelle.

¹³ 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.

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.