

U V E K

E T E C

A T E C

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

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

Berna, 27 febbraio 2002

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.

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.

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 personale¹.
- 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.

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.

¹ 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.