

Intervento del Dr. Hans-Peter Strodel
Responsabile Finanze

Conferenza stampa sul bilancio
della Posta Svizzera
Sede principale della Posta, Berna
19 marzo 2008

FA FEDE IL DISCORSO ORALE

Gentili signore, egregi signori,

La Posta Svizzera ha chiuso l'esercizio 2007 con un risultato finanziario complessivamente molto positivo e ha nuovamente soddisfatto tutte le aspettative della sua proprietaria, la Confederazione.

Nell'anno in esame, il gruppo ha totalizzato un utile di 909 milioni di franchi e un ricavo d'esercizio di 8712 milioni di franchi. Grazie all'impiego di capitale, è stato nuovamente possibile conseguire un valore aggiunto (Value Added) di 557 milioni di franchi. A fine anno il capitale proprio prima della destinazione degli utili ammonta a 2470 milioni.

I valori raggiunti sono convincenti, fatta eccezione per la dotazione di capitale proprio che risulta essere tuttora insufficiente. Il risultato d'esercizio è da ricondurre, oltre che ai successi operativi, anche a una serie di fattori straordinari.

Nella presente esposizione sarò lieto di illustrarvi gli obiettivi finanziari raggiunti e le principali questioni in merito.

La Posta Svizzera è un ente autonomo di diritto pubblico con personalità giuridica propria. La Confederazione ne è l'unica proprietaria.

Ogni quattro anni il Consiglio federale fissa gli obiettivi strategici della Posta. Attualmente questi coprono gli anni dal 2006 al 2009. Dal punto di vista finanziario il Consiglio federale auspica che la Posta:

- ottenga un risultato adeguato e un aumento del valore aziendale nel servizio universale e nel settore libero. Il metro di paragone è costituito da aziende nazionali e internazionali equivalenti;
- finanzia i propri investimenti attraverso il cash flow conseguito;
- destini gli utili totalizzati in primo luogo al progressivo ampliamento della base di capitale proprio, requisito questo considerato necessario, e al risanamento della Cassa pensioni. In secondo luogo la Posta deve garantire un'adeguata distribuzione degli utili per il capitale di dotazione fornito dalla Confederazione.

Nel 2007 la Posta ha beneficiato dell'ottima congiuntura economica: in particolare PostFinance ha potuto sfruttare il trend positivo del mercato dei capitali e dei tassi d'interesse. La buona

congiuntura ha favorevolmente influenzato le attività all'estero e soprattutto il mercato interno. In Svizzera hanno infatti registrato una crescita superiore alla media i settori delle comunicazioni, delle finanze e della pubblicità, settori particolarmente importanti per la Posta in quanto generano grandi quantità di invii legati al contatto con i loro target. Il dato è confermato dalle attività logistiche della Posta, dove il calo dovuto alla sostituzione degli invii fisici con gli strumenti di informazione elettronici non si è presentato nelle dimensioni previste.

Tra i rami nei quali la Posta è direttamente presente, quello logistico si caratterizza per una crescente concorrenza e una forte pressione dei prezzi sia a livello nazionale che internazionale. I clienti sono molto sensibili ai prezzi ed estremamente esigenti per l'aspetto qualitativo. Sui mercati logistici esteri si affacciano aziende con modelli operativi innovativi, mentre sul mercato nazionale si stanno preparando a fare il proprio ingresso affermate organizzazioni di recapito, in particolare quelle attive nel recapito mattutino dei giornali.

La lieve flessione, nuovamente registrata dal mercato svizzero delle lettere, è da ricondurre ancora alla sostituzione, ossia all'impiego di mezzi d'informazione elettronici al posto di invii fisici, seppure attualmente l'ottimizzazione dei processi, che comporta il raggruppamento di più invii da parte di clienti importanti per la Posta, rivesta il ruolo più preponderante. Anche per l'Europa si prevede un calo del volume delle lettere di circa l'1% su base annua. Per contro cresce il mercato del marketing dialogico (lettere pubblicitarie, programmi di fidelizzazione legati alle tessere). La tendenza interessa anche il mercato tedesco dove il gruppo GHP, acquisito nel 2006, è molto attivo. Il direct marketing in Germania è tuttavia un mercato maturo ed estremamente segmentato, con una politica dei prezzi aggressiva.

Il mercato finanziario dell'Unione europea (UE) mira ad un sistema comune per il traffico dei pagamenti allo scopo di semplificare le transazioni contenendo anche le relative spese. In Svizzera il settore retail banking continua a crescere, tuttavia anche qui la concorrenza è più accesa in particolare nelle operazioni attive (operazioni di credito).

Il traffico viaggiatori regionale registra una leggera crescita, ma anche una rafforzata pressione sui prezzi e un numero crescente di linee appaltate: i grandi operatori stranieri cercano infatti di inserirsi nel trasporto pubblico svizzero dalle dimensioni (ancora) piuttosto ridotte. Su un altro versante AutoPostale è attiva anche nella vicina Francia.

La Posta è un gruppo con una casa madre che riunisce diversi rami di attività, ciascuno responsabile dei propri risultati, quali PostMail, PostLogistics, PostFinance, AutoPostale, Rete postale e vendita, Swiss Post International, Clienti strategici e soluzioni e Altri. I primi quattro segmenti costituiscono il core business della Posta. Le unità della casa madre non ascrivibili ai segmenti sopra elencati, come ad es. Immobili, Tecnologia dell'informazione o Filatelia sono raggruppate nel segmento Altri.

Rispetto all'esercizio precedente, il gruppo MailSource è stato inserito nel segmento Clienti strategici e soluzioni (l'anno scorso 'Nuove attività') insieme al gruppo GHP acquisito nel 2006. Inoltre la DocumentServices SA e la SwissSign SA, entrambe del segmento PostMail, nonché la Yellowworld SA del segmento PostLogistics sono state trasferite al segmento Clienti strategici e soluzioni.

A gennaio 2007 Swiss Post International SA ha rilevato l'intero pacchetto azionario della FM Verzollungs AG di Basilea. L'azienda effettua sdoganamenti per l'importazione e l'esportazione di merci transfrontaliere per case di spedizioni e gestisce magazzini doganali. Inoltre l'azienda è specializzata nello sdoganamento di merci trasportate su rotaia.

A metà agosto 2007 la Posta Svizzera ha acquisito il gruppo logistico Highnes attivo nelle operazioni Innight. Le società Highnes Holding SA, NES SA, Tesmo Immobilien SA ed EDS Express-Data-Systems SA sono state inserite nel perimetro di consolidamento e integrate in PostLogistics SA.

Negli ultimi dodici mesi, gli effetti delle acquisizioni sul risultato d'esercizio ammontano a 8 milioni di franchi.

Conformemente agli obiettivi strategici del Consiglio federale, la Posta è tenuta ad aumentare il proprio valore aziendale misurato attraverso il Value Added (VA). Il VA è un parametro assoluto (in milioni di franchi) e indica il valore aggiunto conseguito dall'azienda nel suo complesso.

Il valore aggiunto si crea nel momento in cui l'utile d'esercizio al netto delle imposte supera la remunerazione richiesta del capitale investito (capitale necessario all'azienda moltiplicato per il tasso costi capitale ponderato).

Anche nel 2007 sono state soddisfatte le aspettative del Consiglio federale ed è stato raggiunto un valore aziendale positivo pari a 557 milioni di franchi. Sebbene il capitale richiesto per l'esercizio sia

aumentato per via dei nuovi capitali affluiti a PostFinance, un certo aumento del valore rispetto all'anno precedente è stato ottenuto grazie al miglioramento del risultato d'esercizio.

Il Value Added del gruppo è una delle voci che vanno a determinare la remunerazione variabile dei quadri. In tal modo il management viene motivato a pensare e ad agire coerentemente in termini di una reale creazione di valore, tenendo presenti il vincolo della costituzione di capitale e i rischi (tasso costi capitale).

Il gruppo ha chiuso il 2007 con un utile di 909 milioni di franchi, superando dell'8,6%, ossia di 72 milioni, il risultato dell'anno scorso pari a 837 milioni di franchi; si tratta del profitto più alto finora conseguito dalla Posta Svizzera come ente autonomo nato appena dieci anni fa.

Il risultato economico per l'anno 2007 ammonta a 866 milioni di franchi, che corrispondono ad un margine del 9,9%.

L'evoluzione congiunturale positiva del settore logistico si è ripercossa sul risultato di esercizio. Anche il miglioramento delle rendite sul mercato monetario e dei capitali, il flusso di nuovi capitali e gli aumenti dei prezzi per i pagamenti in contanti hanno favorevolmente influenzato il risultato d'esercizio. Inoltre, grazie all'ulteriore incremento delle rendite immobiliari e alle acquisizioni è stato superato il livello dell'anno scorso.

Rispetto all'esercizio precedente, i ricavi hanno registrato un incremento del 10,3% pari a 817 milioni di franchi. Si è trattato di una crescita di natura inorganica nella misura del 30% circa (ampliamento del perimetro di consolidamento, soprattutto con l'acquisizione di MailSource e di GHP) e organica nella misura del 70% (maggiori ricavi logistici e finanziari dovuti all'introduzione di soluzioni clienti innovative e all'aumento dei depositi della clientela).

I costi d'esercizio hanno registrato un incremento di 774 milioni di franchi, ossia del 10,9% rispetto ai dodici mesi precedenti, riconducibile nella misura del 30% circa all'ampliamento del perimetro di consolidamento, mentre per il restante 70% alla crescita del fatturato.

Tutti i segmenti che gestiscono prodotti hanno contribuito, seppur in percentuale diversa, al risultato positivo di quest'anno.

Per la prima volta, nel 2007 i risultati dei segmenti Rete postale e vendita, PostLogistics e PostMail sono stati presentanti al netto dei costi dei processi di accettazione, trasporto e recapito. Il risultato di Rete postale e vendita comprende i ricavi conseguiti con gli altri articoli di marca e i costi non coperti dalla fatturazione di prestazioni interne. Inoltre nel 2007, come già accennato, le società del gruppo appartenenti ai segmenti PostMail (DocumentServices SA) e PostLogistics (yellowworld SA) sono state assegnate al segmento Clienti strategici e soluzioni (SKL).

Per consentire un raffronto con l'anno precedente, i valori del 2006 sono stati debitamente adattati ai relativi segmenti.

PostMail: PostMail ha chiuso il 2007 con un ricavo d'esercizio pari a 3008 milioni di franchi (anno precedente: 3028 milioni di franchi). La congiuntura economica positiva ha contribuito a frenare la tendenza al ribasso dovuta alla sostituzione e all'ottimizzazione dei costi in seguito al raggruppamento degli invii presso i grandi clienti. Il risultato d'esercizio di 236 milioni di franchi, notevolmente più basso rispetto all'anno scorso, è da ascrivere soprattutto all'aumento dei costi legati in particolare al progetto REMA e alle indennità più elevate per prestazioni interne. Con la messa in servizio del Centro lettere Zurigo-Mülligen e del Sottocentro lettere Gossau e con l'ultimazione degli edifici sede dei nuovi centri lettere di Eclépens e di Härkingen il progetto ha registrato notevoli progressi.

PostLogistics: i ricavi e il risultato totalizzati da PostLogistics nell'anno in esame ammontano rispettivamente a 1461 milioni di franchi (anno precedente: 1375 milioni di franchi) e a 76 milioni di franchi. Rispetto all'anno scorso, il ricavo ha registrato una lieve crescita in seguito alle acquisizioni e grazie alla congiuntura favorevole e al potenziamento delle soluzioni clienti e settoriali. Il risultato d'esercizio ottenuto è stato ridimensionato in seguito all'elevato indennizzo delle prestazioni di accettazione e di recapito dovuto all'unità del gruppo Rete postale e vendita. In generale PostLogistics ha confermato il trend positivo degli ultimi anni.

PostFinance: grazie all'afflusso di nuovi capitali (CHF 3,4 mld), ai tassi di mercato mediamente aumentati su base annua, al profitto conseguito con gli investimenti di capitale e all'aumento delle tasse sui versamenti in contanti, nel 2007 PostFinance ha registrato un incremento dei ricavi d'esercizio di CHF 350 mln rispetto al 2006, assestandosi a CHF 1937 mln. Il risultato d'esercizio (EBIT), pari a CHF 318 mln, costituisce un record per il segmento (+CHF 73 mln rispetto al 2006).

L'evoluzione positiva rispetto all'anno scorso è stata indicata da tutte le principali voci del risultato ossia dalle operazioni in commissione e prestazioni di servizio e dal risultato delle operazioni commerciali. PostFinance non è stata costretta a registrare alcuna rettifica straordinaria dei valori in relazione alla crisi dei crediti americani.

AutoPostale: AutoPostale ha chiuso il 2007 con un ricavo d'esercizio di 585 milioni di franchi (anno scorso: 578 milioni di franchi) e un risultato d'esercizio pari a 32 milioni di franchi (anno precedente: 28 milioni di franchi). L'incremento dei ricavi d'esercizio rispetto ai dodici mesi precedenti è dovuto soprattutto all'ampliamento dell'offerta all'estero, in particolare nel Principato del Liechtenstein e in Francia. Ma anche in Svizzera AutoPostale è stata in grado di migliorare i ricavi. Grazie all'aumento degli introiti derivanti dal trasporto, ma anche dai maggiori guadagni delle prestazioni di management ed engineering è stato possibile neutralizzare indennità statali sensibilmente più contenute.

Swiss Post International: grazie agli effetti della congiuntura favorevole, il ricavo d'esercizio all'estero e legato ad attività transfrontaliere è aumentato, in confronto all'anno precedente, del 6%. Ciononostante il risultato d'esercizio è inferiore a quello del 2006 in quanto le spese di partecipazione ai trasporti e ai recapiti nelle attività di esportazione internazionali sono state maggiori, inoltre si è registrato un effetto negativo una tantum dovuto al conteggio dell'imposta sul valore aggiunto nelle attività d'importazione.

Rete postale e vendita: il ricavo d'esercizio di 1736 milioni di franchi è aumentato di 85 milioni rispetto all'anno precedente (1651 milioni di franchi). L'incremento è da attribuire anche al buon andamento delle vendite degli altri articoli di marca (AMA); inoltre è stato possibile mantenere i costi di esercizio, pari a 1761 milioni di franchi, praticamente allo stesso livello dell'anno scorso (1762 milioni di franchi) in quanto l'aumento dei costi per beni e servizi commerciali (più 12 milioni di franchi) è stato compensati da costi del personale più bassi. Inoltre, rispetto all'anno scorso, l'incremento delle indennità sulle prestazioni ha influenzato positivamente il risultato.

Clienti strategici e soluzioni: il segmento Clienti strategici e soluzioni della Posta Svizzera è sostanzialmente costituito dai due gruppi GHP e MailSource come unità indipendenti. GHP è specializzato nel marketing dialogico e nella gestione clienti, mentre MailSource nei servizi postali

interni, nella gestione documentaria, nello scanning e nell'archiviazione. Nell'anno in esame, il ricavo d'esercizio del gruppo GHP ha raggiunto 364 milioni di franchi. Nei quattro mesi dal 1° settembre a fine 2006, ossia da quando il gruppo è stato assorbito dal gruppo Posta, GHP ha conseguito un ricavo d'esercizio di 123 milioni di franchi. Il ricavo del gruppo MailSource ha registrato una crescita organica del 18% rispetto all'anno precedente a cui, da un lato, ha contribuito il rinnovo dei contratti di clienti importanti e dall'altro l'acquisizione di nuovi clienti in particolare in America, Inghilterra e Svizzera. Il risultato operativo del segmento, tuttavia, è stato ridimensionato da un deprezzamento del goodwill della Document Services SA.

Altri: nel risultato della voce 'Altri' sono contemplate le altre unità della casa madre (in particolare Immobili, Tecnologia dell'informazione e Filatelia). Nell'anno in esame, i ricavi d'esercizio hanno raggiunto i 1018 milioni di franchi. Grazie al contributo determinante di Immobili, il risultato d'esercizio è salito, rispetto all'anno scorso (133 milioni di franchi), a 196 milioni di franchi.

Rispetto all'anno precedente, il valore contabile delle immobilizzazioni materiali è aumentato di 278 milioni di franchi anche a causa degli investimenti nel progetto REMA. La riduzione degli accantonamenti, pari a 330 milioni di franchi, è da attribuire principalmente all'adeguamento del tasso d'interesse tecnico e al calcolo delle prestazioni ai lavoratori (previdenza professionale) e delle altre prestazioni dovute ai lavoratori in base all'IAS 19. Inoltre, al 31 dicembre 2007 gli impegni previdenziali sono stati abbassati a 2339 milioni di franchi grazie a un nuovo versamento di 212 milioni di franchi nella riserva del datore di lavoro nel quadro della destinazione degli utili 2006.

Al 31 dicembre 2007 il capitale proprio consolidato corrispondeva a 2470 milioni di franchi (anno precedente: 1605 milioni di franchi). Per i dettagli si rimanda al Prospetto del capitale proprio consolidato. Il capitale proprio iscritto al 31 dicembre 2007 permane ancora al di sotto dell'auspicata dotazione di capitale proprio di un gruppo logistico e finanziario. La Posta punta a disporre di una dotazione di capitale proprio in linea con il settore: settori logistici e restanti unità circa il 35% del totale di bilancio; PostFinance in base alle direttive di Basilea II. Su tali premesse il capitale proprio del gruppo ammontava nel 2007 a 3222 milioni di franchi (PostFinance 1655 milioni di franchi, settori logistici e restanti unità 1567 milioni di franchi). L'ulteriore aumento del capitale proprio richiesto è da ricondurre all'evoluzione del totale di bilancio che, nell'anno in rassegna, ha beneficiato dei nuovi capitali affluiti a PostFinance.

Il bilancio del gruppo Posta è fortemente condizionato dai depositi dei clienti del settore di attività PostFinance. Sostanzialmente, grazie all'ulteriore aumento dei depositi della clientela presso PostFinance, il totale considerato nel giorno di riferimento di bilancio ha registrato un incremento di 3098 milioni di franchi portandosi a 60'084 milioni di franchi (anno precedente: 55'600 milioni). In rapporto al totale di bilancio, al 31 dicembre 2007 i depositi della clientela ammontavano a circa l'86%.

Nel 2007 sono stati effettuati investimenti in beni materiali, partecipazioni e immobilizzazioni immateriali per 644 milioni di franchi che hanno complessivamente superato quelli dell'anno precedente (540 milioni di franchi). Nell'anno in esame gli investimenti in partecipazioni ammontavano a 41 milioni di franchi. Oltre che in partecipazioni e in progetti di ristrutturazione, gli investimenti più significativi hanno riguardato la costruzione dei tre nuovi centri lettere.

Come l'anno precedente, il volume degli investimenti è stato interamente finanziato da risorse proprie; anche queste aspettative del Consiglio federale sono state pertanto soddisfatte.

Il Consiglio federale auspica che la Posta destini gli utili totalizzati in primo luogo al progressivo ampliamento della base di capitale proprio, requisito questo considerato necessario, e al risanamento della Cassa pensioni. In secondo luogo la Posta deve garantire un'adeguata distribuzione degli utili per il capitale di dotazione fornito dalla Confederazione.

In considerazione delle scarse riserve di oscillazione della Cassa pensioni Posta, della prevista riduzione del tasso d'interesse tecnico per il capitale di copertura dei pensionati e della base di capitale proprio del gruppo ancora insufficiente, il Consiglio federale chiede che l'utile di 702 milioni di franchi della casa madre Posta venga così destinato:

- 250 milioni di franchi distribuiti alla proprietaria,
- 250 milioni di franchi versati nella Cassa pensioni Posta quale riserva del datore di lavoro
- 202 milioni di franchi alle riserve della Posta.

Pertanto il capitale proprio della casa madre, stilato secondo principi di economia aziendale generalmente riconosciuti, ammonta a 4064 milioni di franchi.

Permettetemi di chiudere quest'intervento volgendo lo sguardo al futuro.

Anche nei prossimi mesi gli sviluppi tecnologici e il mutato comportamento dell'utenza accentueranno il fenomeno della sostituzione e il calo dei volumi delle lettere pur schiudendo, nel contempo, nuove opportunità di affari e di crescita.

La Banca nazionale svizzera prevede per il 2008 un rallentamento della congiuntura. Anche se la domanda continuerà probabilmente a crescere in ogni settore, tale incremento sarà modesto. I consumi privati beneficeranno del sensibile aumento del reddito disponibile.

La Posta Svizzera continuerà a trarre beneficio dalla situazione congiunturale favorevole. Con ogni probabilità anche nel 2008 il gruppo incrementerà il valore aziendale, totalizzando un risultato adeguato e riuscendo ad autofinanziare gli investimenti effettuati. Tale prospettiva e i risultati incoraggianti dell'ultimo quadriennio non devono distoglierci dalla strategia perseguita fino ad oggi,

ma al contrario spronarci ad attuarla con la massima determinazione per contrastare l'ulteriore inasprimento della concorrenza e il crescente fenomeno della sostituzione e consolidare il capitale proprio tuttora insufficiente.