

Discorso del Dr. Markus Zenhäusern
Responsabile Finanze

Conferenza stampa di bilancio
della Posta Svizzera
Sede principale della Posta, Berna
25 marzo 2009

FA FEDE IL DISCORSO EFFETTIVAMENTE PRONUNCIATO

Gentili Signore, egregi Signori,

malgrado le turbolenze dei mercati finanziari, la Posta Svizzera ha chiuso il 2008 con solidi risultati finanziari. Anche nel 2008 ha soddisfatto le aspettative finanziarie della proprietaria.

Alcune cifre

I ricavi d'esercizio sono aumentati di 268 milioni rispetto all'anno precedente, passando a 8980 milioni di franchi. Le maggiori spese dovute alla crescita, all'aumento dei salari reali, al calo dei volumi delle lettere nonché alle rettifiche di valore sugli investimenti finanziari hanno superato l'aumento dei ricavi d'esercizio e ridotto l'utile del gruppo di 84 milioni, portandolo a 825 milioni di franchi. Con l'impiego del capitale è stato creato un valore aziendale pari a 416 milioni di franchi. Grazie al risultato ottenuto, la Posta Svizzera ha soddisfatto gli obiettivi stabiliti dalla proprietaria.

Passiamo al raggiungimento degli obiettivi finanziari e alle principali questioni ad essi legate.

Introduzione

Gli obiettivi finanziari del Consiglio federale

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

Il Consiglio federale fissa gli obiettivi strategici della Posta per una durata di quattro anni. Dal punto di vista finanziario, il Consiglio federale si aspetta che la Posta

- ottenga risultati adeguati sia nel servizio universale che nei servizi aperti alla concorrenza e che incrementi il valore dell'azienda.
- finanzi i propri investimenti con il cash flow realizzato.
- ripartisca gli utili in primo luogo ai fini della graduale costituzione del capitale proprio e del risanamento della cassa pensioni e secondariamente per retrocedere alla Confederazione il capitale di dotazione messo a disposizione.

Andamento dei volumi e del capitale

Il settore logistico deve far fronte all'inasprimento della concorrenza e ad una pressione sui prezzi sempre maggiore, sia a livello nazionale che internazionale. I clienti sono molto attenti ai prezzi e hanno esigenze molto elevate in materia di qualità. Ciononostante, è stato possibile incrementare il volume dei pacchi, in parte grazie alla buona congiuntura registrata fino alla fine dell'anno nel settore della logistica e in parte grazie anche a soluzioni innovative, che ci hanno permesso di riconquistare ex clienti commerciali e di acquisirne nuovi.

I volumi degli invii nel mercato delle lettere svizzero sono ancora in calo. I clienti sostituiscono la corrispondenza cartacea con gli e-mail e gli SMS. I clienti commerciali raggruppano gli invii o inviano ai clienti fatture ed estratti conto in forma elettronica. Per l'Europa è previsto un calo del volume delle

lettere dell'1% all'anno. I giornali gratuiti influiscono negativamente sul volume dei giornali recapitati.

Malgrado la crisi dei mercati finanziari, i clienti hanno deciso di affidare il loro denaro a PostFinance: nel 2008 120'000 nuovi clienti sono passati a PostFinance. La loro fiducia dimostra che la Posta è ben accolta come offerente di servizi finanziari. Tuttavia, le attuali disposizioni legislative non consentono a PostFinance di usare i depositi della clientela per concedere crediti – per esempio alle PMI - e l'unità deve investire tale denaro all'estero, il che comporta spesso rischi elevati.

Variazioni del perimetro di consolidamento

La Posta è un gruppo dell'omonima casa madre composto dai segmenti PostMail, PostLogistics, Swiss Post International, Clienti strategici e soluzioni, Rete postale e vendita, PostFinance, AutoPostale, e Altri. I servizi centrali e le unità di gestione della casa madre – come Immobili, Tecnologia dell'informazione o Filatelia - sono compresi nel segmento Altri.

Il 1° gennaio 2008 Swiss Post International SA ha acquisito l'intero pacchetto azionario della IMS Europe AB di Malmö, in Svezia. L'operatore svedese di lettere è attivo nei comparti Marketing Mail, Business Mail e nell'invio di giornali e riviste. Grazie a questa acquisizione Swiss Post International dispone di una seconda testa di ponte in Svezia e rafforza la propria posizione nell'area scandinava.

Il 1° luglio 2008 SKL (casa madre Posta) ha acquisito la Global Business Services Plus (GBS+) domiciliata a Parigi e forte di 1000 collaboratori in Francia, Germania e Slovacchia. Su mandato di clienti aziendali, la GBS+ digitalizza i documenti, li elabora ed archivia in forma elettronica.

Sempre il 1° luglio 2008 PostMail (casa madre Posta) ha acquisito la Presse Vertriebs SA (Prevag) rafforzando la propria posizione nel recapito mattutino di quotidiani e giornali domenicali. Il volume di distribuzione annuale è di circa 30 milioni di copie.

Nel luglio 2008, Swiss Post International (casa madre Posta) ha ripreso retroattivamente al 1° gennaio 2008 la deutsche Global Press Distribution GmbH. L'azienda con sede nella zona di Francoforte eroga servizi d'invio di riviste internazionale e nazionale. I suoi clienti sono case editrici, tipografie, lettershop e aziende di servizi del ramo editoriale.

Per via delle spese d'integrazione, gli effetti delle acquisizioni sul risultato d'esercizio sono stati complessivamente pari a -2 milioni di franchi.

Valore aggiunto

La Posta crea valore aggiunto?

Conformemente ai citati obiettivi finanziari del Consiglio federale, la Posta è tenuta ad incrementare il valore aziendale. C'è creazione di valore quando il risultato d'esercizio supera i costi – conformi a rischio - del capitale medio investito. In tal modo, oltre al conto economico vengono presi in conto anche i rischi e l'impiego di capitale.

Per il segmento PostFinance il valore viene calcolato in base alle direttive in uso nel ramo secondo Basilea II e ad un tasso di costo del capitale del 10%.

Anche nel 2008 la Posta ha soddisfatto le aspettative finanziarie del Consiglio federale, conseguendo un valore aggiunto per l'azienda pari a 416 milioni di franchi. Il minor valore aggiunto del 26% circa rispetto all'anno precedente (559 milioni di franchi) è riconducibile al calo del risultato d'esercizio nonché ai costi di capitale più elevati per via dell'aumento del capitale medio investito. Esso è risultato dal progetto REMA (nuova concezione dei centri lettere) e dal sensibile flusso di nuovi capitali presso PostFinance.

Conto economico

La Posta consegue utili adeguati?

L'utile del gruppo 2008 pari a 825 milioni di franchi è inferiore del 9,2% ovvero di 84 milioni rispetto a quello dell'anno precedente (909 milioni di

franchi).

Nel 2008 la Posta ha conseguito un risultato d'esercizio di 812 milioni di franchi (anno precedente: 866 milioni). Le maggiori spese dovute al rincaro, all'aumento dei salari reali e a rettifiche del valore di investimenti finanziari hanno superato l'incremento dei ricavi d'esercizio riducendo il risultato d'esercizio di 54 milioni di franchi rispetto all'anno precedente. I ricavi e costi finanziari sono rimasti stabili. I ricavi e i costi degli interessi di PostFinance sono compresi nei ricavi d'esercizio. Il risultato delle società associate è rimasto quasi invariato con 10 milioni di franchi (anno precedente: 12 milioni).

Il margine del risultato d'esercizio è passato dal 9,9 al 9,0%.

I ricavi d'esercizio sono aumentati di 268 milioni passando a 8'980 milioni di franchi (anno precedente: 8'712 milioni). Grazie al forte afflusso di capitali presso PostFinance, La Posta ha conseguito maggiori ricavi dai servizi finanziari dovuti al capitale, compensando in tal modo il minor fatturato netto dei servizi logistici derivante dal calo dei volumi e dai corsi di cambio. Il minor fatturato netto è riconducibile all'arretramento dei volumi d'invii presso PostMail e alla riduzione di 50 milioni di franchi delle sovvenzioni della Confederazione per i costi non coperti del trasporto dei giornali (anno precedente: 80 milioni di franchi). La Posta ha rinunciato a compensare integralmente le perdite delle sovvenzioni mediante adeguamenti tariffali. La devoluzione legata alla Sihlpost di Zurigo ha avuto una ripercussione positiva sul risultato d'insieme.

I costi d'esercizio sono aumentati di 322 milioni, passando a 8'168 milioni di franchi (anno precedente: 7'846 milioni di franchi). Questo è dipeso soprattutto dai maggiori costi per i servizi finanziari. L'incremento è legato soprattutto alla crescita di capitale, al trasferimento dei capitali dei clienti in prodotti a tasso d'interesse più elevato e alle rettifiche del valore degli investimenti finanziari (179 milioni di franchi netti). Sui costi d'esercizio hanno influito anche le maggiori spese dovute al rincaro e all'aumento dei salari e l'aumento dei prezzi dei carburanti: queste maggiori uscite hanno potuto essere in parte compensate con le minori spese legate all'aumento di produttività.

In che misura i segmenti hanno contribuito al risultato?

PostMail

La diminuzione dei ricavi d'esercizio di PostMail è riconducibile ai gruppi di prodotti «giornali» e «invii non prioritari». Per i giornali, il taglio delle sovvenzioni federali (circa - 50 milioni di franchi) è stato compensato solo in parte da adeguamenti tariffali. Gli invii singoli «non prioritari» sono diminuiti soprattutto per via dell'ottimizzazione degli invii adottata dai grandi clienti, mentre gli «invii in grandi quantità non prioritari» hanno subito le ripercussioni negative dei cambiamenti intervenuti nel settore della vendita per corrispondenza. In compenso è stato possibile aumentare rispetto all'anno precedente il fatturato degli «invii prioritari». I costi d'esercizio sono scesi per via degli incrementi di produttività, malgrado le maggiori spese per il personale dovute al rincaro.

PostLogistics

Lo scorso anno l'indebolimento della congiuntura non ha avuto alcuna ripercussione sul settore logistico. PostLogistics ha beneficiato della buona situazione economica e incrementato i ricavi d'esercizio. A contribuirvi sono state le soluzioni cliente innovative e l'aumento del volume dei pacchi. Un onere previdenziale unico (circa dodici milioni di franchi) ha gravato sui costi per il personale. Anche l'aumento delle spese per i carburanti e quindi delle spese d'acquisto di prestazioni di trasporto presso terzi hanno inciso negativamente sul risultato d'esercizio.

Swiss Post International

Malgrado l'incremento del fatturato dell'export e delle società del gruppo, i ricavi d'esercizio di SPI sono scesi di 111 milioni di franchi rispetto all'anno precedente (1'145 milioni di franchi), soprattutto per via dei corsi di cambio delle valute. I costi d'esercizio sono diminuiti di 113 milioni di franchi, per via dei risparmi resi possibili dal nuovo centro lettere internazionale e dell'ampliamento del Service Centre Logistics. Nel complesso, il risultato d'esercizio è aumentato di soli 2 milioni di franchi rispetto all'anno precedente (34 Milioni di franchi).

Clienti strategici e soluzioni

Nel 2008 i ricavi d'esercizio di SKL sono saliti del 2,3% attestandosi a 708 milioni di franchi (anno precedente: 692 milioni di franchi). Il risultato d'esercizio ha raggiunto i 9 milioni di franchi, con un incremento di 10 milioni di franchi rispetto all'anno precedente. In questa unità del gruppo – operante

prevalentemente all'estero - la crescita è stata trainata dall'indebolimento del dollaro, della sterlina e dell'euro rispetto al franco svizzero. Inoltre, l'indebolimento della crescita nel principale mercato del gruppo GHP era visibile già nel 2008.

Rete Postale e vendita

I ricavi d'esercizio inferiore all'anno precedente sono dovuti al passaggio del recapito a domicilio a PostMail e al conseguente calo degli indennizzi (circa 376 milioni di franchi). Inoltre sono scesi anche i ricavi relativi ai servizi di accettazione per via del calo dei volumi degli invii spediti mediante la rete degli uffici postali. Il fatturato degli altri articoli di marca, invece, è cresciuto di quasi 24 milioni di franchi, anche se il risultato d'esercizio resta inferiore a quello dell'anno precedente.

PostFinance

Nel 2008 PostFinance ha conquistato 120'000 nuovi clienti ed aumentato il numero di conti dei clienti di 311'000 unità, passando a 3,6 milioni di conti. L'elevato flusso di nuovi capitali - circa 5,9 miliardi di franchi alla fine dell'anno - è un palese segno della fiducia dei clienti. Tuttavia la crisi dei mercati finanziari ha avuto ripercussioni anche sulla Posta: PostFinance ha dovuto procedere a rettifiche del valore degli investimenti finanziari per 179 milioni di franchi. 120 milioni di franchi concernevano investimenti a tasso fisso, i restanti 59 milioni, invece, degli investimenti in azioni. Tuttavia PostFinance ha registrato un solido risultato d'esercizio pari a quasi 229 milioni di franchi. A contribuirvi sono state soprattutto le operazioni sugli interessi.

AutoPostale

L'incremento dei ricavi d'esercizio dipende dai maggiori introiti in tutte le categorie di fatturato. Ad aumentare sono stati soprattutto la vendita di titoli di trasporto e le indennità di trasporto. Rispetto all'anno precedente, AutoPostale ha aumentato il numero di chilometri percorsi, il che ha provocato non solo maggiori ricavi ma anche maggiori spese. A questo si aggiungono i maggiori costi per il personale e per i carburanti, che hanno più che controbilanciato l'incremento dei ricavi.

Altri segmenti

I ricavi dalla vendita di immobilizzazioni materiali non più necessarie all'esercizio nonché i ricavi di altra natura (es. indennità di reversibilità per la Sihlpost di Zurigo) hanno influito positivamente sui ricavi d'esercizio. Questo ha consentito di compensare le maggiori spese per il personale e i pagamenti dei danni in proprio (franchigia) dell'incendio di Härkingen.

Bilancio

Investimenti finanziari

Gli investimenti finanziari sono aumentati di circa 5,6 miliardi di franchi rispetto all'anno precedente. L'aumento è riconducibile ai maggiori depositi della clientela (PostFinance).

Immobilizzazioni materiali

Il valore contabile delle immobilizzazioni finanziarie è aumentato soprattutto per via degli investimenti nei nuovi centri lettere, pari a 122 milioni di franchi.

Depositi dei clienti (PostFinance)

I depositi dei clienti (PostFinance) sono aumentati di 12,7 miliardi di franchi. Al 31 dicembre 2008 essi corrispondevano al 90% del totale di bilancio del gruppo.

Accantonamenti

Gli accantonamenti (oneri previdenziali compresi) sono diminuiti di 455 milioni di franchi. Grazie ad un versamento supplementare di 250 milioni di franchi nella riserva del datore di lavoro della cassa pensioni effettuata nell'ambito della destinazione degli utili 2007, gli oneri previdenziali sono diminuiti sensibilmente. Al calo hanno contribuito anche gli adeguamenti degli accantonamenti per le ristrutturazioni (diminuzione di 77 milioni di franchi) e per i rischi processuali (diminuzione di 13 milioni di franchi) nonché la riduzione degli altri accantonamenti (13 milioni di franchi).

Capitale proprio

La prima distribuzione dei dividendi alla Confederazione pari a 300 milioni di franchi è stata presentata nel capitale proprio consolidato al 31 dicembre 2008. Il capitale proprio presentato continua ad essere inferiore alla dotazione di capitale necessaria ad un gruppo di servizi logistici e finanziari come la Posta. Infatti sarebbero necessari circa 3,5 miliardi di franchi. Per PostFinance sarebbe necessaria una somma calcolata in base alle direttive di Basilea II (1,9

miliardi di franchi) e per il settore logistico il 35% (1,6 miliardi di franchi) del relativo totale di bilancio.

La Posta è in grado di finanziare gli investimenti con le proprie risorse?

L'aumento del cash flow è riconducibile soprattutto all'afflusso di nuovi depositi della clientela.

Gli investimenti in immobilizzazioni materiali (447 milioni di franchi), partecipazioni (43 milioni di franchi) e immobilizzazioni immateriali (26 milioni di franchi) sono rimasti al di sotto dei livelli dell'anno precedente (644 milioni di franchi). Essi hanno riguardato perlopiù gli edifici ed impianti dei tre nuovi centri lettere nonché altri progetti di razionalizzazione e ottimizzazione. Il volume degli investimenti è stato interamente finanziato con mezzi propri.

Destinazione degli utili

Il Consiglio federale auspica che l'utile conseguito venga impiegato prevalentemente per la graduale creazione della base di capitale proprio considerata necessaria e per il finanziamento della cassa pensioni Posta. Solo in secondo luogo la proprietaria si aspetta una partecipazione ai dividendi per il capitale messo a disposizione dalla Confederazione. A fronte dell'attuale sottocopertura della cassa pensioni Posta e della base di capitale proprio del gruppo ancora insufficiente, verrà chiesto al Consiglio federale di destinare l'utile della casa madre Posta pari a 516 milioni di franchi i base alla seguente ripartizione:

- riserve del datore di lavoro nella cassa pensioni Posta: 250 milioni di franchi
- distribuzione degli utili alla proprietaria: 170 milioni di franchi
- riserve casa madre Posta: 96 milioni di franchi

Conformemente ai principi di presentazione dei conti universalmente riconosciuti, il capitale proprio della casa madre prima della destinazione degli utili ammonta a 4'531 milioni di franchi.

Nell'ottica dell'economia aziendale, il risultato del gruppo è determinante. Conformemente alla legge sull'organizzazione delle poste, il conto del gruppo viene allestito in conformità agli International Financial Reporting Standards (IFRS). Il gruppo presenta un capitale proprio di 2'857 milioni di franchi.

Prospettive

Per concludere, consentitemi di volgere lo sguardo al futuro.

Nel quarto trimestre dell'anno, le prospettive congiunturali non lasciavano presagire nulla di buono: gli indicatori dell'OCSE rimandavano inequivocabilmente ad una situazione di recessione globale. Tuttavia, il forte calo dei prezzi delle materie prime, in particolare del petrolio, nonché le misure a sostegno della congiuntura adottate da governi e banche centrali sono riuscite a limitare i rischi. La Banca Nazionale Svizzera ha effettuato una severa rettifica delle sue previsioni di crescita dell'economia mondiale per il periodo 2009 – 2010, prevedendo una ripresa molto lenta sul medio termine.

Di fronte ad un contesto così difficile, le previsioni economiche per il 2009 non possono essere delle più rosee. Tenuto conto dell'inasprimento della concorrenza, del permanente effetto di sostituzione della corrispondenza cartacea da parte di quella elettronica, del raggruppamento degli invii e della base di capitale proprio ancora insufficiente, la Posta deve portare avanti la strategia perseguita finora e attuarla con grande coerenza. Anche gli scenari di un'apertura dei mercati più veloce, le spinte verso la riduzione dei prezzi le sostanziali retrocessioni di utile, la sottocopertura della cassa pensioni nonché il costante arretramento dei volumi sono ulteriori stimoli a continuare per la stessa strada, al fine di non vanificare le efficaci misure finora adottate con successo.