

Buon risultato del gruppo malgrado la congiuntura

Discorso del Dr. Markus Zenhäusern
Responsabile Finanze

Conferenza stampa di bilancio
della Posta Svizzera
Sede principale della Posta, Berna
24 marzo 2010

FA FEDE IL DISCORSO EFFETTIVAMENTE PRONUNCIATO

Gentili Signore, egregi Signori,

Nel 2009 la Posta Svizzera ha conseguito un buon risultato malgrado il difficile contesto economico. L'utile del gruppo pari a 728 milioni di franchi è inferiore di 97 milioni rispetto a quello dell'anno precedente (825 milioni di franchi). I ricavi d'esercizio ammontano a 8'709 milioni di franchi (anno precedente: 8'980 milioni). Quasi tutte le unità del gruppo hanno contribuito all'utile. L'obiettivo della Posta è che tutte le unità conseguano risultati in linea con i rispettivi settori. Importanti fattori che hanno influito sull'utile sono l'abbassamento dei prezzi e l'assunzione dell'imposta sul valore aggiunto sulle lettere, meno introiti legati alle operazioni immobiliari, alcune rettifiche di valore, il grande afflusso di depositi della clientela nonché le misure di risparmio. La Posta ha bisogno di questi utili per continuare a consolidare un capitale proprio ancora insufficiente, finanziare la cassa pensioni e versare alla Confederazione dividendi adeguati.

Desidero soffermarmi sugli obiettivi finanziari e sulle principali questioni in merito.

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.

Ogni quattro anni il Consiglio federale fissa gli obiettivi strategici della Posta. Dal punto di vista finanziario, il Consiglio federale chiede alla Posta

- Di conseguire un risultato congruo nel servizio universale e nei settori esposti alla concorrenza e d'incrementare il valore aziendale.
- Di finanziare i propri investimenti con il cash flow generato.
- Di usare gli utili conseguiti innanzitutto per la graduale costituzione del capitale proprio necessario all'azienda nonché per il finanziamento della cassa pensioni, e secondariamente per distribuire alla Confederazione dei dividendi cospicui quale remunerazione del capitale messo a disposizione.

Andamento dei volumi e del capitale

I volumi delle lettere indirizzate sono sempre in calo, soprattutto a causa del fenomeno della sostituzione – vale a dire la sostituzione degli invii cartacei da parte dei mezzi di comunicazione elettronici e dell'ottimizzazione degli invii da parte dei maggiori clienti. A fronte di un difficile contesto economico, al 31 dicembre 2009 i volumi delle lettere indirizzate avevano registrato un calo del 4,7%, ovvero superiore alle aspettative. I volumi dei giornali recapitati risentono del successo dei giornali gratuiti.

Il settore logistico è caratterizzato da un inasprimento della concorrenza e da una pressione sui prezzi sia a livello nazionale che internazionale. I clienti reagiscono maggiormente ai prezzi e hanno elevate esigenze in materia di qualità. Nei mercati logistici esteri sono apparse aziende con nuovi business model (come la logistica di magazzino centralizzata per l'intera Europa). Malgrado le difficoltà legate alla congiuntura, il volume dei pacchi è rimasto praticamente invariato rispetto all'anno precedente.

Rispetto all'anno precedente PostFinance ha registrato un forte afflusso di depositi della clientela, malgrado il fatto che la calma sia gradualmente ritornata sui mercati finanziari e i timori dei clienti nei confronti delle banche attive sui mercati internazionali si siano in parte dissipati. Questo prova che la Posta – in veste di offerente di servizi finanziari e posizionata come «diversa dalle banche» – è ben accettata ai clienti che amministrano autonomamente le loro finanze e apprezzano un'offerta semplice e vantaggiosa. Il 31 dicembre 2009 i depositi medi dei clienti ammontavano a 70 249 milioni di franchi, ovvero un incremento del 39% rispetto agli effettivi del 31 dicembre 2008.

Variazioni del perimetro di consolidamento

La Posta è un gruppo con una casa madre dotata di singoli segmenti responsabili dei risultati: PostMail, PostLogistics, Swiss Post International, Swiss Post Solutions, Rete postale e vendita, PostFinance, AutoPostale e Altri. Le unità di servizi e gestione centrali della casa madre - come Immobili, Tecnologia dell'informazione e Filatelia – sono compresi nel segmento Altri. In gennaio la Swiss Post Deutschland Holding GmbH ha assunto il controllo della primeMail GmbH senza acquisire alcuna partecipazione supplementare. A partire da questo momento, l'azienda sarà integralmente consolidata. Nell'aprile 2009 PostLogistics SA ha acquisito il 70% delle azioni di Dispodrom SA con sede a Schlieren più un'opzione sulle rimanenti azioni. La Dispodrom SA è un'azienda leader in Svizzera nel settore della logistica per supporti d'immagine e suono. All'inizio del mese di luglio 2009 PostLogistics ha rilevato il 100% delle azioni di IT ServiceHouse SA, specializzata nella gestione della riparazioni e in servizi

alla clientela per produttori di computer e stampanti. In novembre PostMail ha acquisito la ZUVO (Zustell- und Vertriebsorganisation) SA di Zurigo, la Espace Media Vertriebs SA di Berna e la Pressevertriebs Sagl di Lucerna e ha operato una fusione tra le tre società retroattivamente al 31 agosto 2009 creando la Presto Presse-Vertriebs SA. Nel dicembre 2009 Swiss Post Solutions ha acquisito l'intero pacchetto azionario della Swiss Post Solutions (UK) Ltd.

Valore aggiunto

La Posta crea valore aggiunto?

In base agli 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. Oltre al conto economico vengono presi in considerazione anche i rischi e l'impiego di capitale.

Per il segmento PostFinance il valore viene calcolato in base ai principi di presentazione del capitale proprio in vigore nel settore bancario secondo Basilea II e ad un tasso di costo del capitale proprio del 10%.

Il valore aziendale della Posta rientra nel calcolo della componente variabile legata al rendimento della remunerazione dei quadri. Nell'anno in esame La Posta ha soddisfatto gli obiettivi finanziari del Consiglio federale conseguendo un valore aggiunto aziendale pari a 272 milioni di franchi, ovvero il 35% in meno rispetto all'anno precedente (416 milioni di franchi). Questa differenza è riconducibile al calo del risultato d'esercizio nonché ai costi di capitale più elevati per via dell'aumento del capitale medio investito. Il 31.12.2009 il capitale proprio medio di Postfinance ammontava a circa 2 miliardi di franchi (anno

precedente: 1,8 miliardi di franchi) e il Net Operating Assets medio del gruppo a circa 3,6 miliardi di franchi (anno precedente: 3,4 miliardi di franchi).

Conto economico

Quale risultato ha conseguito la Posta?

Nel 2009 la Posta ha conseguito un risultato d'esercizio pari a 721 milioni di franchi (anno precedente: 812 milioni di franchi). Esso si suddivide nella maniera seguente:

- 6% (anno precedente: 5%) per il mercato logistico (PostLogistics)
- 16% (anno precedente: 25%) per il mercato della comunicazione (PostMail, Swiss Post International, Swiss Post Solutions, Rete postale e vendita)
- 61% (anno precedente: 28%) per il mercato dei servizi finanziari retail (PostFinance)
- 4% (anno precedente: 3%) per il mercato del traffico viaggiatori (AutoPostale)
- 13% (anno precedente: 39%) per il segmento "Altri"

Alcuni costi saliti in maniera superiore alla media hanno inciso sui margini.

Il 31 dicembre 2009 i ricavi d'esercizio ammontavano a 8'709 milioni di franchi (anno precedente: 8'980 milioni di franchi). Malgrado le acquisizioni, il fatturato netto dei servizi logistici (-95 milioni di franchi) ha subito un andamento negativo a causa della congiuntura e in seguito all'abbassamento dei prezzi e all'assunzione delle spese relative all'IVA nel comparto delle lettere. Il calo dei ricavi da servizi finanziari (-29 milioni di franchi) è riconducibile al basso livello

dei tassi d'interesse. Il calo degli altri ricavi d'esercizio (-140 milioni di franchi) è dovuto all'indennità di reversibilità versata l'anno precedente per l'edificio della Sihlpost di Zurigo.

L'aumento dei costi per il personale (+159 milioni di franchi) è stato provocato dal rincaro, dalla crescita dell'organico derivante dalle acquisizioni di Swiss Post Solutions nonché dall'aumento delle spese sociali e previdenziali. Senza l'incremento dell'efficienza dovuto all'introduzione dei nuovi processi di lavorazione delle lettere (REMA), i costi per il personale sarebbero lievitati ulteriormente. Le spese per beni e servizi commerciali (-55 milioni di franchi) e gli altri costi d'esercizio (-83 milioni di franchi) sono scesi rispetto all'anno precedente, soprattutto per via del calo dei prezzi dei carburanti e dei mandati di Swiss Post Solutions. Le spese per i servizi finanziari dovute all'impiego del capitale e i deprezzamenti pari a 53 milioni di franchi sono state più che compensate dal basso livello degli interessi sui passivi. Le spese per gli ammortamenti sono salite a fronte dell'aumento degli attivi in seguito al completamento dei nuovi centri di spartizione delle lettere (+ 46 milioni di franchi).

In che misura i vari segmenti hanno contribuito al risultato?

PostMail

Nel 2009 l'unità PostMail ha conseguito un fatturato pari a 2808 milioni di franchi (anno precedente: 2916 milioni di franchi). I volumi delle lettere indirizzate sono scesi del 4,7%, a causa del fenomeno della sostituzione da parte dei media elettronici e dei risparmi sui costi avviati dai clienti. Inoltre i ritocchi tariffali in vigore dal 1° luglio e l'assunzione delle spese relative all'IVA hanno

inciso negativamente sul risultato. L'estensione delle attività di recapito mattutino ha fatto incrementare il fatturato, mentre i nuovi processi di lavorazione delle lettere (REMA) hanno consentito notevoli risparmi. L'organico del recapito è stato ridotto e le ore in arretrato del personale sono state eliminate in seguito al calo dei volumi. Ad essi si contrappone l'aumento degli indennizzi versati a Rete postale e vendita per l'uso dell'infrastruttura. Malgrado questa somma di fattori negativi, il risultato d'esercizio di 198 milioni di franchi è inferiore a quello dell'anno precedente di soli 51 milioni. Mentre l'organico della casa madre è sceso per via di REMA e del calo dei volumi, l'organico globale è salito per via dell'ampliamento del servizio di recapito mattutino.

PostLogistics

PostLogistics ha conseguito un risultato pari a 45 milioni di franchi, superando quello dell'anno precedente di 6 milioni di franchi. Il fatturato netto di 1348 milioni di franchi dei servizi logistici è stato mantenuto malgrado la crisi finanziaria. Il calo del fatturato dei prodotti Premium come Luna e Corriere sono stati compensati dalla stabilità del comparto pacchi nonché dall'acquisizione di Dispodrom SA di IT Service House SA. Le spese per beni e servizi commerciali sono state inferiori a quelle dell'anno precedente, in particolare per via del calo dei prezzi dei carburanti nelle operazioni commerciali (-14 milioni di franchi), la perdita di due grandi clienti nella logistica del collettame, la riduzione dei lavoratori interinali (-9 milioni di franchi) e la riduzione delle spese di trasporto (-10 milioni di franchi). Sul fronte opposto, i costi del personale sono aumentati di 24 milioni di franchi rispetto all'anno precedente per via delle acquisizioni e della crescita (+200 unità di personale) nonché del rincaro salaria-

le. L'organico è passato a 5489 unità di personale. I costi di produzione sono scesi proporzionalmente al calo dei fatturati. Inoltre sono state attuate misure di risparmio mirate nell'amministrazione.

Swiss Post International

In un difficile contesto economico Swiss Post International ha mancato di poco l'obiettivo di mantenere gli stessi ricavi d'esercizio dell'anno precedente (1028 milioni di franchi, ovvero -0,6%). Nell'import ed export da e per la Svizzera nonché nelle società del gruppo di Gran Bretagna ed USA è stato registrato un importante calo dei volumi. Tali diminuzioni sono state compensate anche dal completo consolidamento di primeMail GmbH. I costi d'esercizio sono scesi di 23 milioni di franchi passando a 975 milioni di franchi. Il calo è dovuto soprattutto alle minori spese accessorie (-11 milioni di franchi) e alla diminuzione dei costi per beni e servizi commerciali (-23 milioni di franchi). Essi sono riconducibili all'abbassamento delle spese di acquisto determinate dall'arretramento dei volumi e dall'adeguamento della fatturazione per servizi interni. Il risultato d'esercizio è salito di 17 milioni di franchi rispetto all'anno precedente passando a 53 milioni. L'organico medio è sceso dell'1,7% attestandosi a 1272 impiegati a tempo pieno per via della scissione di parti di un'azienda in Italia.

Swiss Post Solutions

Nel 2009 i ricavi d'esercizio di Swiss Post Solutions sono scesi di 12 milioni di franchi attestandosi a 696 milioni. Questo risultato è riconducibile al calo dei ricavi del settore logistico (-44 milioni di franchi) scesi a 584 milioni di franchi, che non ha potuto essere compensato dall'incremento degli altri ricavi (+31

milioni di franchi) attestatosi a 111 milioni. Rispetto all'anno precedente, l'integrazione di Graphic Data Ltd. (UK, aprile 2008) e del gruppo GBS+ (Francia, Germania e Slovacchia, luglio 2008) ha avuto ripercussioni positive. I costi d'esercizio sono saliti di 22 milioni di franchi passando a 721 milioni. Le cause principali di tali aumenti sono soprattutto l'aumento degli ammortamenti (+18 milioni di franchi) e un aumento delle spese del personale dovuto alle acquisizioni (+37 milioni di franchi), non compensati dalle minori spese per beni e servizi commerciali (-27 milioni di franchi) e dal calo dei costi d'esercizio (-6 milioni di franchi). A causa della recessione, in Germania Swiss Post Solutions ha iniziato a ridurre le capacità. Questo calo permanente dei costi è intervenuto un po' in ritardo rispetto agli sviluppi sul fronte dei ricavi. Nel 2009 ci sono state spese uniche per l'integrazione di altre società di Swiss Post Solutions e per la ristrutturazione di altre singole società. Per via di tutti questi cambiamenti il risultato d'esercizio di Swiss Post Solutions è stato pari a -25 milioni di franchi (anno precedente: +9 milioni di franchi). L'organico complessivo è stato ampliato di 769 posti rispetto all'anno precedente, passando a 6878 impieghi a tempo pieno.

Rete postale e vendita

Nel 2009 i ricavi d'esercizio dell'unità Rete postale e vendita sono saliti di 22 milioni di franchi passando a 1359 milioni. Il fatturato netto dei servizi logistici è sceso di 10 milioni di franchi, mentre quello dei prodotti finanziari e degli altri articoli di marca è salito rispettivamente di 6 e 19 milioni di franchi. Gli indennizzi per le prestazioni del servizio universale sono saliti di 10 milioni di franchi. I costi d'esercizio sono aumentati di 40 milioni di franchi passando a

1472 milioni. L'aumento è determinato dalle maggiori spese per il personale (+23 milioni di franchi), per i beni commerciali (+16 milioni di franchi) e per il resto dell'esercizio (+2 milioni di franchi). Rispetto all'anno precedente, il risultato d'esercizio è calato di 18 milioni di franchi, passando a -113 milioni di franchi. L'organico è sceso di 82 impieghi a tempo pieno rispetto all'anno precedente passando a 6973 posti. Questo è dovuto agli adeguamenti della rete degli uffici postali e dell'amministrazione.

PostFinance

PostFinance ha conseguito un risultato d'esercizio pari a 441 milioni di franchi, raggiungendo un record assoluto. Il motore di tale risultato è stato il risultato da interessi. A fronte di un afflusso di nuovi capitali pari a 20 miliardi di franchi (giacenza media del 2009 rispetto al 2008), i margini medi sugli interessi sono rimasti intorno all'1,37% (anno precedente: 1,60%) malgrado gli interessi di mercato più bassi. Grazie all'apertura di 235 000 nuovi conti e all'avvio di 126 000 nuove relazioni clienti, PostFinance prosegue sulla via della crescita in base alla strategia prefissata. I deprezzamenti e le perdite da investimenti (obbligazioni e azioni) pari a 74 milioni di franchi (di cui 53 per i deprezzamenti e 21 di perdite) sono rimasti inferiori a quelli dell'anno precedente (187 milioni di franchi), malgrado un volume d'investimenti molto più elevato. La politica d'investimento sapientemente orientata alla qualità si è rivelata vincente. Grazie alla sua crescita costante, e PostFinance ha potuto ampliare l'organico con 153 nuovi impieghi a tempo pieno.

AutoPostale

Grazie all'ampliamento dell'offerta, AutoPostale ha incrementato i ricavi d'esercizio di 36 milioni di franchi, 24 dei quali conseguiti in Svizzera e 12 all'estero. In linea massima le indennità di trasporto sono aumentate (6 milioni di franchi). Esse sono riconducibili alla maggiore domanda registrata, in particolare per le corse sostitutive della Ferrovia Retica. Gli indennizzi ricevuti sono superiori di 14 milioni di franchi a quelli dell'anno precedente. I costi d'esercizio sono saliti di 36 milioni di franchi passando a 613 milioni (20 milioni in Svizzera e 16 milioni all'estero). I maggiori servizi erogati in Svizzera hanno fatto aumentare i costi del personale di 8 milioni di franchi, mentre le indennità agli imprenditori di AutoPostale sono salite di 7 milioni. Il calo dei costi dei carburanti ha compensato in parte l'aumento dei costi d'esercizio. Le spese supplementari all'estero sono dipese soprattutto dai progetti d'espansione (in parte spese una tantum). I servizi supplementari erogati da AutoPostale hanno richiesto un aumento dell'organico, aumentato del 4,8% in Svizzera per raggiungere le 1397 unità di personale (imprenditori di AutoPostale esclusi). All'estero le unità di personale sono aumentate del 42% per via dell'espansione, attestandosi a 339 impieghi a tempo pieno. Il risultato d'esercizio di 27 milioni di franchi è in sintonia con quello dell'anno precedente.

Altri

Nel 2009 il segmento Altri 2009 ha conseguito ricavi d'esercizio pari a 1030 milioni di franchi (anno precedente: 1176 milioni). Il calo di 146 milioni di franchi è riconducibile soprattutto alle indennità di reversibilità per l'edificio

della Sihlpost di Zurigo versate nel 2008. I costi d'esercizio sono saliti di 77 milioni passando a 935 milioni di franchi. Il risultato d'esercizio di 95 milioni di franchi è inferiore di 223 milioni di franchi a quello dell'anno precedente. L'organico è cresciuto di 44 unità, passando a 2417 impieghi a tempo pieno.

Bilancio

Investimenti finanziari

Rispetto all'anno precedente gli investimenti finanziari sono aumentati di circa 14,1 miliardi di franchi. La variazione è dovuta all'aumento dei depositi della clientela.

Immobilizzazioni materiali

Il valore contabile delle immobilizzazioni materiali ha subito variazioni poco significative rispetto al 31 dicembre 2008, soprattutto per via dell'effetto compensatorio degli investimenti e degli ammortamenti.

Depositi dei clienti (PostFinance)

Negli ultimi dodici mesi i depositi della clientela di PostFinance sono cresciuti di 13 068 milioni di franchi passando a 77 272 milioni. Il 31 dicembre 2009 i depositi della clientela rappresentavano il 91% del totale di bilancio del gruppo.

Accantonamenti

Gli accantonamenti (oneri previdenziali compresi) pari a 1 990 milioni di franchi sono scesi di 438 milioni. A contribuirvi è stato soprattutto il calo degli oneri previdenziali pari a 443 milioni di franchi. Questo è riconducibile soprat-

tutto al versamento di 250 milioni intervenuto nell'ambito della destinazione degli utili 2008. Nell'anno in corso sono stati versati altri 150 milioni di franchi nelle riserve del datore di lavoro.

Capitale proprio

Il capitale proprio consolidato al 31 dicembre 2009 tiene conto anche della destinazione degli utili 2008. Il capitale proprio presentato continua ad essere inferiore alla dotazione di capitale proprio necessaria ad un'azienda di servizi logistici e finanziari come la Posta. Con la trasformazione della Posta in una società per azioni a regime speciale e di PostFinance in una società anonima sottoposta all'Autorità di vigilanza sui mercati finanziari (FINMA), il capitale proprio necessario aumenterà ancora. Quindi anche in futuro la Posta dovrà conseguire utili cospicui.

La Posta è in grado di finanziare gli investimenti con mezzi propri?

La diminuzione del cash flow è sostanzialmente riconducibile al calo del risultato. Gli investimenti in immobilizzazioni materiali (350 milioni di franchi) e immateriali (29 milioni di franchi) e in partecipazioni (52 milioni di franchi) sono stati inferiori di 85 milioni a quelli dell'anno precedente. Come lo scorso anno, tali investimenti sono stati interamente finanziati con mezzi propri.

Proposta di destinazione dell'utile 2009

Conformemente all'art. 12 della legge sull'organizzazione delle poste (LOP), la destinazione dell'utile si orienta principalmente alle esigenze di economia aziendale. In primo piano si situano il finanziamento degli investimenti e

l'adeguamento della struttura del capitale. Dopo l'aumento delle riserve, la Posta è tenuta a versare l'utile rimanente alla proprietaria. Il Consiglio di amministrazione della Posta, ai sensi dell'art. 12 della LOP, chiede al Consiglio federale di destinare l'utile di 711 milioni di CHF della casa madre Posta secondo la seguente modalità:

- 250 milioni di franchi per un versamento alla cassa pensioni Posta in qualità di riserva del datore di lavoro
- 200 milioni di franchi quale distribuzione degli utili alla proprietari, nonché
- 261 milioni di franchi da destinare alle riserve della casa madre Posta.

Prospettive

Per l'immediato futuro è prevista una timida ripresa. La politica economica continuerà a puntare alla crescita, anche se gli incentivi dei programmi congiunturali verranno ridotti e le banche nazionali preannunciano una politica monetaria più riservata, a patto che si assista ad una stabilizzazione della situazione e che l'inflazione resti bassa. La ripresa dovrebbe dare i suoi frutti nei paesi emergenti, mentre nei paesi industrializzati si farà ancora attendere. Nel complesso, dopo il calo del 2,5% registrato nel 2009, il prossimo anno il prodotto sociale mondiale dovrebbe crescere dell'1% circa. Di fronte all'inasprimento della concorrenza, all'effetto della sostituzione, all'ottimizzazione degli invii e alla base di capitale proprio ancora insufficiente, il successo degli ultimi cinque anni non devono distogliere la Posta dalla strategia già adottata, a cui l'azienda dovrà attenersi con la massima coerenza. Anche gli scenari di una rapida apertura dei mercati, le spinte ai ritocchi tarif-

fali, le cospicue distribuzioni di dividendi, l'insufficiente grado di copertura della cassa pensioni Posta nonché il costante arretramento dei volumi devono spingere la Posta a continuare sulla via già intrapresa, per non neutralizzare l'effetto delle misure già avviate con successo.