

Uno straordinario risultato del gruppo 2010

Relazione di Markus Zenhäusern
Responsabile Finanze

Conferenza stampa sul bilancio
della Posta Svizzera
Sede principale della Posta, Berna
31 marzo 2011

FA FEDE SOLO IL TESTO EFFETTIVAMENTE PRONUNCIATO

Gentili Signore, egregi Signori,

rispetto all'anno precedente l'utile del gruppo è aumentato di 182 milioni di franchi, toccando la cifra record di 910 milioni di franchi. Questa crescita è il risultato innanzitutto dell'attività commerciale. Gli effetti del risultato finanziario e delle imposte, come già l'anno precedente, sono stati irrilevanti per l'utile del gruppo.

I principali indici

Nel 2010 i ricavi d'esercizio sono stati di 8736 milioni di franchi (anno precedente: 8558 milioni di franchi), pari ad un aumento del 2,1%. Attraverso l'impiego del capitale è stato conseguito un valore aggiunto aziendale di 452 milioni di franchi. Considerato il maggior risultato d'esercizio si tratta di un aumento pari a 180 milioni di franchi rispetto all'anno precedente. Anche nel 2010 la Posta Svizzera ha raggiunto gli obiettivi finanziari fissati dalla proprietaria. I valori relativi a utile del gruppo, valore aggiunto aziendale e reddito sul fatturato hanno superato quelli dell'anno precedente.

Ora vorrei affrontare il raggiungimento degli obiettivi finanziari e le principali questioni connesse.

Introduzione

Gli obiettivi finanziari del Consiglio federale

Ogni quattro anni il Consiglio federale stabilisce gli obiettivi strategici per la Posta. Dal punto di vista finanziario il Consiglio federale esige che la Posta:

- consegua un risultato d'esercizio adeguato per il servizio universale e per il settore sottoposto a concorrenza;
- assicuri a lungo termine e possibilmente aumenti il valore aziendale;
- finanzi i propri investimenti principalmente attraverso il cash flow;
- impieghi gli utili per costituire la necessaria base di capitale, volta a finanziare la Cassa pensioni e distribuire i dividendi alla Confederazione.

Andamento delle quantità e del capitale

Mercato della comunicazione

I prodotti del mercato della comunicazione hanno conosciuto sviluppi differenti. Gli invii non indirizzati di PostMail hanno dato una risposta in linea con la congiuntura; in questo settore nel 2010 la Posta ha beneficiato di una situazione economica più favorevole e dell'incremento delle attività pubblicitarie nel commercio al dettaglio. Nonostante i volumi di giornali recapitati siano stati influenzati negativamente dal successo dei giornali distribuiti gratuitamente ai pendolari e dalle mutate abitudini dei clienti, con l'acquisizione dello scorso anno di aziende operanti nel recapito mattutino di giornali è stato possibile contrastare questa situazione di mercato registrando un aumento del 10% rispetto all'anno precedente. Per le lettere indirizzate di PostMail e di Rete postale e vendita nel 2010 è stato rilevato un calo dell'1,5%, riconducibile soprattutto al fenomeno della sostituzione della corrispondenza tradizionale con mezzi di comunicazione elettronici, nonché all'ottimizzazione delle spedizioni attuata dai nostri clienti commerciali. L'unità del gruppo Rete postale e vendita ha conseguito un aumento dei volumi principalmente grazie al rilevamento dei prodotti per i clienti privati di PostMail, PostLogistics e Swiss Post International e all'integrazione di Filatelia, mentre le importazioni e le

esportazioni di Swiss Post International sono diminuite rispetto all'anno precedente soprattutto a causa del citato trasferimento dei prodotti per i clienti privati a Rete postale e vendita. Inoltre, in alcuni Paesi il difficile contesto economico ha influito negativamente sui volumi di lettere e pacchi. Swiss Post Solutions ha aumentato i servizi erogati prevalentemente nelle unità Soluzioni e-business e Gestione documenti.

Mercato logistico

L'inasprimento della concorrenza e la crescente pressione sui prezzi continuano a caratterizzare il mercato logistico nazionale e internazionale. I clienti sono molto sensibili ai prezzi e pretendono una qualità eccellente. A causa della liberalizzazione e delle continue evoluzioni delle esigenze dei clienti i settori di attività di corriere, espresso e pacchi si sovrappongono sempre di più con quelli della spedizione tradizionale. I clienti del settore logistico desiderano potersi rivolgere a un solo interlocutore e avvalersi di soluzioni complete da un unico operatore. Alla luce di ciò lo scorso anno la Posta ha approfittato degli sviluppi positivi del commercio elettronico (e-commerce) e della ripresa congiunturale.

Mercato finanziario retail

Sebbene i mercati finanziari si stiano gradualmente stabilizzando e i timori dei clienti nei confronti delle banche attive a livello internazionale diminuiscano, PostFinance ha registrato un maggiore afflusso di capitali dei clienti rispetto all'anno precedente. L'istituto finanziario della Posta continua a godere della fiducia dei clienti che gestiscono le proprie finanze autonomamente e apprezzano la semplicità e la convenienza dell'offerta. Nel 2010 i loro depositi ammontavano

mediamente a 80'335 milioni di franchi, ovvero il 14,4% in più rispetto all'anno precedente.

Mercato trasporti pubblici

Nel traffico passeggeri regionale su strada la concorrenza si fa sempre più agguerrita e i mandati sono sempre più spesso oggetto di gare d'appalto. Le risorse finanziarie si fanno più rare, mentre le esigenze legate alla mobilità crescono ulteriormente. Di conseguenza, aumenta la pressione sul prezzo da parte dei cantoni e della Confederazione in quanto committenti delle prestazioni nel traffico regionale. L'offerta di prestazioni è regolarmente ampliata e i bisogni dei clienti aumentano. Ad esempio, le informazioni elettroniche in tempo reale dei viaggiatori oggi rientrano negli standard richiesti. In questo campo la Posta è in grado di rafforzare le sua posizione.

Variazioni del perimetro di consolidamento

Nel 2010 vi sono state le seguenti variazioni del perimetro di consolidamento della Posta Svizzera:

Spagna: il 1° febbraio 2010 Swiss Post International Holding SA ha assorbito tutte le quote delle due società spagnole Allied Business Company of Mail Servicios Postales Internacionales España S.L. (ABC Mail S.L.) e Mail Partners Spain S.L. con sede a Madrid.

Germania: a fine marzo 2010 Swiss Post Solutions GmbH, Bamberg, ha acquisito l'intero pacchetto azionario di Swiss Post Solutions GmbH (già Billing & Loyalty Systems GmbH) con sede a Oberhausen.

Inghilterra: all'inizio di aprile 2010 Swiss Post International Holding SA ha acquisito l'intero pacchetto azionario di MCM Direct Limited con sede a Southampton, nell'Inghilterra meridionale.

Svizzera, Belgio e Francia: il 1° luglio 2010 Swiss Post International Holding SA ha rilevato Edigroup SA con sede a Chêne-Bourg, impresa attiva nel settore della distribuzione e gestione di abbonamenti. Il 1° ottobre 2010 è stata rilevata la SCI S.A.T. con sede a Huningue (FR).

Valore aggiunto

La Posta genera valore aggiunto?

Conformemente agli obiettivi finanziari del Consiglio federale, la Posta è tenuta ad assicurare a lungo termine e possibilmente aumentare il valore aziendale. La Posta ha soddisfatto le aspettative finanziarie del Consiglio federale al 31 dicembre 2010 realizzando un valore aggiunto aziendale di 452 milioni di franchi, ovvero circa il 66% in più rispetto all'anno precedente (272 milioni di franchi). Questo dato positivo è riconducibile al migliore risultato d'esercizio rettificato, sostanzialmente derivante dal mercato logistico e finanziario retail. Nonostante l'aumento del capitale medio investito, i costi del capitale sono diminuiti grazie alla riduzione del tasso di costo del capitale nel settore logistico che è stato adeguato per singole unità a seguito di una nuova valutazione del rischio.

Conto economico

A quanto ammonta l'utile conseguito dalla Posta?

Nel 2010 la Posta ha conseguito un risultato d'esercizio di 930 milioni di franchi (anno precedente: 721 milioni di franchi), così ripartito:

- il 18% (anno precedente: 6%) nel mercato logistico (PostLogistics)
- il 16% (anno precedente: 16%) nel mercato della comunicazione (PostMail, Swiss Post International, Swiss Post Solutions, Rete postale e vendita)
- il 61% (anno precedente: 61%) nel mercato finanziario retail (PostFinance)
- il 3% (anno precedente: 4%) nel mercato dei trasporti pubblici di persone (AutoPostale)
- il 2% (anno precedente: 13%) nei restanti settori «Altri»

L'elevata quota del risultato d'esercizio imputabile al mercato finanziario retail (PostFinance) e il risultato superiore nel mercato logistico hanno avuto un influsso positivo sul margine.

Nel 2010 i ricavi d'esercizio ammontavano a 8736 milioni di franchi, ovvero il 2,1% in più rispetto al 2009 (8558 milioni). Il fatturato netto derivante da servizi logistici si è sviluppato positivamente nonostante la progressiva sostituzione dei mezzi di comunicazione tradizionali con quelli elettronici, la diminuzione dei prezzi e la scelta di abbuonare l'IVA sulla corrispondenza. Tutto questo è riconducibile principalmente all'incremento del fatturato realizzato nel mercato dei trasporti pubblici di persone, grazie soprattutto al potenziamento dell'offerta, e in quello logistico attraverso lo sfruttamento dell'andamento congiunturale positivo. Il fatturato conseguito all'estero ha subito un calo del 10% circa a causa di effetti valutari negativi, mentre la diminuzione del fatturato netto derivante da beni commerciali, registrata principalmente nel mercato logistico, è legata prevalentemente a una modifica del sistema di fatturazione. L'incremento dei ricavi da servizi finanziari si spiega con i migliori risultati ottenuti attraverso operazioni sugli interessi nel mercato finanziario retail. Al contrario, nel 2010 gli altri ricavi d'esercizio sono diminui-

ti rispetto al 2009, anno in cui si è registrato un risultato migliore grazie a effetti isolati legati alle vendite immobiliari.

I costi per il personale sono stati più elevati a causa del rincaro dei salari e della crescita dell'organico mentre, a differenza dei costi per beni commerciali e servizi, che sono diminuiti principalmente grazie alla riduzione delle indennità per il servizio postale internazionale e ad aziende di trasporto, l'aumento dei costi per i servizi finanziari è riconducibile all'afflusso di capitali nel mercato finanziario retail. Rispetto all'anno precedente gli altri costi d'esercizio sono rimasti pressoché invariati e i costi per gli ammortamenti hanno registrato un calo del 5% circa, attribuibile soprattutto a un'attività d'investimento più limitata.

In che misura i mercati e i segmenti contribuiscono al conseguimento del risultato?

Mercato della comunicazione

PostMail: un risultato d'esercizio ai livelli dell'anno precedente

Nel 2010 PostMail ha realizzato un risultato d'esercizio di 199 milioni di franchi che, nonostante le conseguenze negative dovute al trasferimento dei prodotti per i clienti privati per un totale di 54 milioni di franchi circa, ammonta a un milione di franchi in più rispetto a quello dell'anno precedente. I ricavi d'esercizio di PostMail per l'anno in esame sono stati di 2619 milioni di franchi (anno precedente: 2808 milioni di franchi). Questo calo è dovuto principalmente al passaggio della responsabilità dei prodotti per i clienti privati a Rete postale e vendita (riduzione di 174

milioni di franchi). Inoltre, anche la progressiva sostituzione dei mezzi di comunicazione tradizionali con quelli elettronici e i risparmi sui costi operati dai clienti hanno provocato una riduzione del fatturato, al pari degli abbassamenti delle tariffe applicati dal 1° luglio 2009 e il completo assoggettamento all'IVA introdotto nello stesso periodo. Il fatturato relativo ai giornali, invece, ha registrato un aumento grazie alle acquisizioni nel settore del recapito mattutino. Anche il fatturato per gli invii non indirizzati ha avuto un andamento positivo. Il trasferimento del settore dei clienti privati ha inciso positivamente anche sotto il profilo dei costi, diminuiti di 120 milioni di franchi. A ciò si aggiungono miglioramenti dell'efficienza nei nuovi centri lettere e ottimizzazioni dei processi di recapito, tutti fattori che uniti al calo dei volumi hanno contribuito a ridurre i costi. Al contrario, nella società affiliata Presto Presse-Vertriebs AG i costi sono stati maggiori a causa dell'acquisizione di organizzazioni di recapito mattutino e della relativa integrazione.

Swiss Post International: risultato d'esercizio caratterizzato da effetti straordinari

Il risultato d'esercizio di Swiss Post International è passato a 49 milioni di franchi diminuendo di 4 milioni rispetto all'anno precedente. Al contrario, con un aumento dello 0,2% il margine sul risultato d'esercizio è salito al 6,2%. Tuttavia, il risultato d'esercizio è stato influenzato da effetti straordinari, come il trasferimento dei prodotti per i clienti privati a Rete postale e vendita che ha determinato un aumento di 5 milioni di franchi e la decisione di Deutsche Post di affidare lo sdoganamento e il recapito dei propri pacchi a DHL Svizzera che ha comportato il taglio di 72 posti di lavoro. Il ridimensionamento di personale e infrastruttura ha generato costi di riorganizzazione una tantum pari a circa 9 milioni di franchi. Inoltre, Swiss Post

International ha registrato un deprezzamento di circa 3 milioni di franchi sulle immobilizzazioni immateriali. Tali riduzioni del risultato sono state parzialmente compensate grazie a effetti valutari positivi per circa 5 milioni di franchi. I ricavi d'esercizio si sono attestati a 788 milioni di franchi, circa il 10% in meno rispetto all'anno precedente. La ragione in questo caso è da ricercare nelle perdite in valuta estera sui crediti nei confronti delle amministrazioni postali nonché sugli effetti di conversione delle chiusure in valute estere. Le conseguenze del franco forte si sono fatte sentire anche sui costi d'esercizio, inferiori del 10% circa rispetto all'anno precedente e pari a 739 milioni di franchi grazie agli utili sugli impegni con amministrazioni postali straniere nonché alla conversione delle chiusure delle società del gruppo estere.

Swiss Post Solutions: miglioramento del risultato d'esercizio

Swiss Post Solutions ha realizzato un risultato d'esercizio di 7 milioni di franchi. Il significativo miglioramento rispetto all'anno precedente (-25 milioni di franchi) è stato determinato da uno sviluppo operativo positivo nonché dalla soppressione degli addebiti unici. I ricavi d'esercizio sono aumentati grazie a una crescita operativa soddisfacente nonché all'integrazione di nuove società. Concentrandosi su clienti e target redditizi, quelli non redditizi sono venuti meno. I ricavi d'esercizio, complessivamente pari a 665 milioni di franchi (anno precedente: 696 milioni di franchi), sono diminuiti a causa dei corsi di cambio. Con 658 milioni di franchi, i costi d'esercizio hanno registrato un dato decisamente inferiore rispetto all'anno precedente (721 milioni di franchi). Parallelamente al miglioramento della situazione dei costi e del risultato sono venuti meno costi unici per l'integrazione e per la riorganizzazione di singole società. I costi per il personale sono scesi a 339 milioni

di franchi (anno precedente: 379 milioni di franchi) grazie all'andamento dei cambi e all'annullamento degli effetti straordinari. I costi per beni commerciali e servizi sono aumentati in linea con la crescita operativa raggiungendo i 138 milioni di franchi (anno precedente: 120 milioni di franchi). Gli altri costi d'esercizio sono diminuiti attestandosi a 152 milioni di franchi (anno precedente: 173 milioni di franchi) soprattutto a causa della ristrutturazione di Soluzioni di dialogo. Gli ammortamenti hanno registrato un calo legato alla riduzione degli investimenti e sono diminuiti significativamente anche gli ammortamenti da acquisizioni. Il 31 dicembre 2010 Swiss Post Solutions ha trasferito la sezione Direct Mail in una joint venture con la Österreichische Post. Questo cambiamento interessa sei società nonché parte di un'altra. La joint venture non viene consolidata interamente, ma gestita come un'azienda associata.

Rete postale e vendita: dal 2010 responsabile del segmento dei clienti privati

Rete postale e vendita ha visto migliorare il proprio risultato d'esercizio rispetto all'anno precedente di 5 milioni di franchi e ha ora un passivo di 108 milioni di franchi. Questo miglioramento è riconducibile a uno sviluppo commerciale generalmente buono, a cui si sono aggiunti anche gli effetti positivi dell'integrazione di Filatelia (circa 15 milioni di franchi) e dell'acquisizione dei prodotti logistici per i clienti privati (17 milioni di franchi). Le indennità versate a Rete postale e vendita per costi supplementari dovuti all'obbligo di erogazione del servizio di base sono invece diminuite di 41 milioni di franchi. I ricavi d'esercizio sono aumentati di 410 milioni di franchi e hanno raggiunto i 1769 milioni di franchi. Nel settore dei servizi logistici è stato realizzato un fatturato netto di 1240 milioni di franchi, di cui 390

derivanti dalla vendita di prodotti logistici per clienti privati. Il fatturato netto degli articoli di marca non postali resta sempre soddisfacente e la crescita invariata. Il fatturato è superiore a quello dell'anno precedente di 20 milioni di franchi e ammonta a 482 milioni di franchi. Va sottolineata in particolar modo la vendita di carte regalo e biglietti per concerti e festival che ha giovato considerevolmente a tale crescita. Il fatturato relativo ai prodotti filatelici è pari a 45 milioni di franchi. I costi d'esercizio ammontano ora a 1877 milioni di franchi. L'aumento di 405 milioni è da ricondurre innanzitutto alle prestazioni relative ai processi che Rete postale e vendita ha acquisito dalle unità del gruppo PostMail, PostLogistics e Swiss Post International per i prodotti logistici per i clienti privati (smistamento, recapito e trasporti). I costi di beni commerciali e servizi sono quasi raddoppiati rispetto all'anno precedente e ora ammontano a 813 milioni di franchi. La crescita di 411 milioni di franchi è dovuta in gran parte all'acquisizione delle prestazioni relative ai processi per i prodotti logistici per i clienti privati. Una gestione ferma dei costi ha permesso di ridurre di 7 milioni di franchi rispetto all'anno precedente gli altri costi d'esercizio, pari a 348 milioni di franchi.

Mercato logistico

PostLogistics: aumento del risultato d'esercizio

Con 164 milioni di franchi, PostLogistics ha migliorato il proprio risultato d'esercizio rispetto al 2009 di 119 milioni. Quest'ottimo risultato è stato prodotto dall'interazione di vari fattori, come i risparmi sui costi, i grandi volumi di pacchi e il trasferimento dei prodotti per i clienti privati a Rete postale e vendita (32 milioni di franchi). I ricavi d'esercizio sono diminuiti rispetto al 2009 di 10 milioni di franchi,

passando a 1478 milioni. Responsabili del calo i 25 milioni di franchi in meno dei ricavi relativi ai beni commerciali, riconducibili alle modifiche apportate al sistema di fatturazione. Tali modifiche non hanno tuttavia influito sul risultato d'esercizio. Vanno menzionate anche le riduzioni dei volumi di cataloghi e dei trasporti di invii postali, parzialmente compensate dagli aumenti dei volumi dei pacchi e dai fatturati delle aziende acquisite nel 2009. I costi d'esercizio hanno raggiunto i 1314 milioni di franchi, con una riduzione di 129 milioni rispetto all'anno precedente. I costi per il personale sono diminuiti di 23 milioni di franchi grazie alla riduzione dell'organico e alla liquidazione degli accantonamenti. Le misure di ottimizzazione hanno permesso di risparmiare 29 milioni nelle indennità ad aziende di trasporto e nelle spese di cancelleria e amministrazione. Anche i costi per beni commerciali hanno registrato un calo di 25 milioni di franchi rispetto all'anno precedente per gli stessi motivi che hanno influito sui ricavi. La responsabilità per i clienti privati è stata trasferita nel 2010 al segmento Rete postale e vendita, ragion per cui quest'ultima non ha più ricevuto le indennità per l'accettazione allo sportello postale dei pacchi dei clienti privati e PostLogistics ha potuto registrare una riduzione dei costi di 37 milioni di franchi.

Mercato finanziario retail

PostFinance: ancora un risultato record

PostFinance ha chiuso il 2010 con un nuovo risultato record. Il risultato d'esercizio ha raggiunto i 571 milioni di franchi registrando un aumento di 130 milioni, ovvero del 29,5% rispetto al 2009. L'operatore finanziario presenta una crescita continua e mantiene i costi sotto controllo. I ricavi d'esercizio sono passati a 2389 mi-

lioni di franchi (10,6%). Nonostante il persistere della fase ribassista, PostFinance ha incrementato ulteriormente il proprio risultato da operazioni sugli interessi raggiungendo i 1044 milioni di franchi (15,4%). L'istituto finanziario della Posta continua a godere della fiducia dei clienti, infatti sui loro oltre quattro milioni di conti è stato registrato un afflusso di capitali pari a 10,7 miliardi di franchi (anno precedente: 20,1 miliardi). L'aumento dei depositi dei clienti ha compensato gli effetti negativi del mercato. Nonostante il maggior numero di investimenti, le rettifiche di valore degli investimenti finanziari sono scese a 22 milioni di franchi circa. Nonostante la fase di forte crescita i costi d'esercizio, pari a 1818 milioni di franchi, si sono sviluppati moderatamente registrando un aumento di 99 milioni di franchi (5,8%) rispetto al 2009, di cui 24 milioni da attribuirsi ai costi per il personale (6%), 42 milioni ai costi degli interessi (9%) e 36 milioni a quelli per le commissioni (9%).

Mercato dei trasporti pubblici di persone

AutoPostale: un risultato d'esercizio ai livelli dell'anno precedente

Con 28 milioni di franchi, il risultato d'esercizio ha superato di un milione di franchi quello del 2009. Attraverso il rinnovato potenziamento dell'offerta, AutoPostale ha superato i ricavi d'esercizio dell'anno precedente di 62 milioni di franchi. I costi d'esercizio sono saliti di 61 milioni passando a 674 milioni di franchi. Le prestazioni aggiuntive in Svizzera hanno provocato un aumento di circa 10 milioni di franchi sia dei costi per il personale che delle indennità agli imprenditori di AutoPostale. Inoltre, anche l'aumento del carburante di 14 centesimi al litro rispetto all'anno precedente ha contribuito a determinare una crescita dei costi d'esercizio.

Altri: risultato d'esercizio inferiore a causa degli effetti straordinari del 2009

I restanti settori, alla voce Altri, nel 2010 hanno realizzato un risultato d'esercizio di 20 milioni di franchi (anno precedente: 95 milioni di franchi), ovvero hanno registrato un calo di 75 milioni. I ricavi d'esercizio, pari a 968 milioni di franchi, sono diminuiti di 62 milioni rispetto all'anno precedente (2009: 1030 milioni) principalmente a causa della riduzione dell'utile relativo alla vendita di immobili, che si è attestato a 45 milioni di franchi (2009: circa 88 milioni). Tale riduzione è da ricondurre soprattutto agli effetti straordinari delle vendite dello scorso anno degli immobili Berna Schönburg e San Gallo 1 posta principale. I costi d'esercizio sono aumentati di 13 milioni passando a 948 milioni di franchi, soprattutto a causa dell'aumento di 69 milioni dei costi dei locali (affitto e spese accessorie), arrivati a 199 milioni di franchi, agli altri costi, giunti a 180 milioni con una diminuzione di 43 milioni, e alla riduzione di 14 milioni dei costi di beni commerciali e servizi, attestati a 33 milioni.

Bilancio

Immobilizzazioni finanziarie

Le immobilizzazioni finanziarie sono aumentate di circa 11,9 miliardi di franchi rispetto alla fine del 2009. Tale variazione è riconducibile principalmente all'aumento dei depositi dei clienti.

Immobilizzazioni materiali

Il valore contabile delle immobilizzazioni materiali è diminuito di 59 milioni di franchi rispetto al 31 dicembre 2009. Gli ammortamenti hanno subito una riduzione di 16 milioni di franchi e nel 2010 ammontavano a circa 309 milioni di franchi.

Depositi dei clienti (PostFinance)

Nel 2010 i depositi dei clienti presso PostFinance nel giorno di riferimento del 31 dicembre sono aumentati di 8453 milioni di franchi attestandosi a 85'725 milioni, il 92% circa del totale di bilancio del gruppo.

Altri passivi (accantonamenti)

Gli accantonamenti, compresi gli impegni di previdenza professionale, sono diminuiti di 527 milioni di franchi. A ciò ha contribuito sostanzialmente la riduzione degli impegni della previdenza professionale di 514 milioni di franchi, dovuta soprattutto ai versamenti della riserva dei contributi del datore di lavoro nella Cassa pensioni Posta, cui si aggiungono altre diminuzioni per un importo di 13 milioni di franchi circa.

Capitale proprio

Il capitale proprio consolidato al 31 dicembre 2010 tiene conto della destinazione degli utili 2009. Tale capitale proprio non raggiunge ancora l'importo necessario per un'azienda di servizi logistici e finanziari. Con l'imminente trasformazione della Posta in una società anonima di diritto speciale e di PostFinance in una società anonima subordinata all'Autorità federale di vigilanza sui mercati finanziari (FINMA), le esigenze in materia di capitale proprio aumenteranno ancora.

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

Rispetto all'anno precedente il cash flow è aumentato di 107 milioni di franchi. Tale aumento è attribuibile fondamentalmente alla crescita dell'utile del gruppo di 182 milioni di franchi. Al contrario, i versamenti di accantonamenti più elevati hanno influito negativamente sul cash flow. Gli investimenti in immobilizzazioni materiali (321 milioni di franchi), immobilizzazioni immateriali (18 milioni di franchi) e partecipazioni (25 milioni di franchi) hanno registrato complessivamente una riduzione di 67 milioni rispetto all'anno precedente. Anche l'anno prima i volumi degli investimenti sono stati interamente autofinanziati.

Richiesta di destinazione degli utili 2010

Ai sensi dell'art. 12 della LOP, il Consiglio di amministrazione della Posta chiede al Consiglio federale di destinare l'utile conseguito dalla casa madre Posta di 603 milioni di franchi come indicato di seguito:

- 100 milioni di franchi da versare nella Cassa pensioni Posta come riserva dei contributi del datore di lavoro
- 200 milioni di franchi per la distribuzione degli utili alla proprietaria e
- 303 milioni di franchi per le riserve della casa madre Posta.

Prospettive

Dopo aver manifestato, a partire dalla metà del 2009, gradualmente segni di ripresa dalla crisi finanziaria globale grazie agli effetti di una politica monetaria e fiscale estremamente espansiva, negli ultimi mesi del 2010 l'economia mondiale ha rallen-

tato il passo. Tale rallentamento potrebbe protrarsi anche nel 2011 nella maggior parte dei Paesi a causa degli strascichi della crisi finanziaria. I rischi per la ripresa congiunturale internazionale restano infatti elevati e in Svizzera le previsioni per il 2011 sono piuttosto prudenti. Oltre ai limitati sviluppi congiunturali europei e statunitensi bisogna fare i conti con gli effetti di freno legati ai corsi di cambio. La domanda nazionale non sarà in grado di compensare gli impulsi più deboli delle esportazioni. Alla luce di ciò, il 2011 presenterà ancora un contesto economico difficile. Tali previsioni, unite all'inasprimento della concorrenza, alla permanenza degli effetti legati alla sostituzione dei mezzi di comunicazione tradizionali con quelli elettronici, alle ottimizzazioni delle spedizioni dei clienti commerciali e alla base di capitale proprio ancora insufficiente, riconfermano la necessità per la Posta di attuare la strategia definita.