

Renens, 7 aprile 2016

Risultati annuali 2015: un anno di svolta ostacolato da una cattiva gestione precedente e da fortissime pressioni della concorrenza

Fatti e cifre chiave

Salt Mobile Consolidato (Milioni di CHF)	2015	2014	Var.	Var. %
Fatturato Totale	1'284.8	1'316.1	-31.3	-2.4 %
EBITDA Rettificato	412.5	433.8	-21.3	-4.9 %
<i>Come percentuale del fatturato</i>	32.1 %	33.0 %		
Flusso di Cassa Libero	147.5	59.5	+87.9	+147.7 %
Numero totale di clienti, in '000	2'024	2'166	-142	-6.6 %
Abbonati, in '000	1'151	1'155	-4	-0.4 %
ARPU Mobile, in CHF	35.9	39.6	-3.6	-9.2 %
Collaboratori a tempo pieno a fine periodo (inclusi affiliati, esclusi apprendisti/stagisti)	833	893		

- Il fatturato è diminuito di CHF 31.3 milioni, cioè -2.4%, innanzitutto a causa della diminuzione dell'ARPU (Reddito medio per utilizzatore) e per un effetto negativo della base clienti quale risultato di un elevato tasso di abbandono per gran parte del 2015 e del 2014.
- L'EBITDA rettificato è diminuito di CHF 21.3 milioni, per effetto di:
 - maggiori costi operativi indiretti, determinati principalmente da un incremento del bad debt, diretta conseguenza (i) di una trasformazione IT gestita male nel 2014 e (ii) l'utilizzo di criteri di valutazione del rischio credito ereditati dalla precedente gestione (che sono stati corretti nel corso del 2015);
 - parziale compensazione da minori spese commerciali.
- Il Flusso di Cassa Libero notevolmente migliorato a seguito di minore necessità d'esercizio, nonché di una migliore gestione dei costi commerciali e di investimento.
- Nel 2015 la società ha effettuato cambiamenti organizzativi focalizzati sull'internalizzazione delle funzioni relative ai sistemi informatici e di rete. Mentre alcuni dipendenti in funzioni di supporto hanno lasciato Salt (per lo più attraverso programmi volontari), sono state parallelamente create nuove posizioni col ruolo di rafforzare i sistemi di rete. La principale fase di riorganizzazione di Salt Mobile SA è ora terminata.

Comunicato stampa

2015: un anno di svolta per Salt.

Dopo l'acquisizione di Salt da parte di NJJ nel mese di Febbraio 2015, l'azienda ha subito una revisione completa. Tali cambiamenti hanno iniziato a produrre risultati positivi sia internamente che esternamente:

- La nomina di un nuovo CEO ed un nuovo consiglio di amministrazione, che sono integralmente concentrati su una crescita sostenibile e redditizia, nonché su un deciso cambio di rotta rispetto alla cultura lavorativa "a compartimenti stagni" attraverso un efficace metodo di condivisione dell'informazione.
- Il lancio di una nuova gamma di offerte Postpay che consiste in 5 piani prezzo (i) facili da capire, (ii) facili da vendere e (iii) facili da fatturare. Queste nuove offerte hanno avuto un effetto positivo sul numero di nuovi abbonati dall'autunno del 2015.
- Una nuova strategia di vendita votata all'efficienza dei costi e alla semplificazione. Salt ha riavviato i propri investimenti nel canale diretto e online a fronte di una revisione di tutti gli accordi di distribuzione indiretta con la volontà di mantenere solo quelle più redditizie.
- Un programma di internalizzazione IT e delle funzioni di rete. Da Salt crediamo che un operatore di telecomunicazione debba controllare in modo completo le proprie divisioni di rete ed IT.
- Un approccio completamente nuovo al marketing, partendo da un piccolo team dedicato e senza alcuna forma di esternalizzazione.

Contesto di mercato

Il 2015 è stato nel mercato delle telecomunicazioni un altro anno segnato da una intensa competizione. Dal 2001, le quote del mercato della telefonia mobile svizzero sono sostanzialmente invariate, con un operatore dominante che ne detiene oltre il 60%. Tale posizione è prevalente in tutti i segmenti ed è particolarmente pronunciata nel segmento B2B.

In tale contesto, Salt si è impegnata in una strategia volta a proporre ai consumatori svizzeri le migliori offerte del mercato della telefonia mobile, garantendo al contempo una qualità del servizio impeccabile. Per troppo tempo la clientela svizzera ha pagato il "prezzo del monopolio". Tutte le offerte "Plus" di Salt portano alla clientela sia trasparenza che prezzi competitivi.

In ambito regolamentare Salt continuerà i propri sforzi per ridurre ulteriormente le tariffe di terminazione di rete fissa nonché i prezzi delle linee affittate, portandole ad un valore prossimo al prezzo di costo. In merito alla revisione in corso della legge sulle telecomunicazioni Salt richiede una maggiore regolamentazione dell'accesso al mercato della linea fissa, richiedendo inoltre un accesso non discriminatorio a tariffe determinate in funzione dei costi, a prodotti di massa attivati con larghezza di banda superiore a 30 Mbps. Infine, al fine di garantire la non discriminazione, Salt richiede l'implementazione di una separazione rigorosa delle funzioni, come esplicitamente previsto nella nuova legge.

Maggiori informazioni:

media@salt.ch, salt.ch, facebook.com/Saltmobile,
twitter.com/Saltmobile, youtube.com/saltswiss

Chi siamo: Salt Mobile SA è un'impresa personale, semplice, sincera ed efficiente. La rivista "Connect" ha assegnato alla rete mobile di Salt, per il secondo anno consecutivo, la valutazione "ottima". Con Plus, Salt offre il migliore abbonamento illimitato con il 4G+ in Svizzera. I clienti Salt possono approfittare sempre della connessione Internet più veloce disponibile, incluso il 4G+ fino a 300 Mbit/s, senza costi aggiuntivi. Salt Mobile SA in alcune cifre: 2.024 milioni di clienti (al 31.12.2015), oltre 80 Salt Store, copertura 4G per il 94% della popolazione svizzera. Salt Mobile SA è di piena proprietà della NJJ.