

“You & Us”: al servizio dei clienti, degli azionisti e della società

Relazione di Marcel Ospel, Presidente del Consiglio di Amministrazione, in occasione dell'Assemblea generale UBS SA del 19 aprile 2006 a Basilea

Gentili signore, egregi signori,
Stimate azioniste, stimati azionisti,

Un noto esponente socialdemocratico svizzero ha di recente confidato con rammarico a una rivista che a suo avviso le aziende svizzere non amano più il proprio Paese. L'unica cosa che starebbe a cuore alle grandi multinazionali non sarebbe più il benessere della collettività ma il denaro. La fedeltà allo Stato, l'etica del lavoro, il perseguimento del bene comune sarebbero valori andati perduti. A questa conclusione sarebbe giunto analizzando le conferenze stampa organizzate in occasione della pubblicazione dei bilanci dei grandi gruppi elvetici come Novartis, Roche, Nestlé, UBS e Credit Suisse, che hanno tutti presentato risultati record.

Su un punto il nostro politico ha sicuramente ragione: nell'economia il denaro riveste un ruolo centrale. Abbiamo bisogno di denaro in forma di capitale proprio per poter assicurare la sussistenza della nostra azienda ed effettuare gli investimenti necessari alla crescita. Il denaro serve per remunerare il capitale messo a disposizione dagli investitori e le prestazioni lavorative dei collaboratori. Anche lo Stato incassa denaro per i servizi e le infrastrutture. Posta in questi termini, la questione non dovrebbe suscitare scontento fintanto che tutte le parti coinvolte vengono ricompensate in misura adeguata al loro contributo.

Non è esagerato affermare che attualmente la nostra azienda, UBS, soddisfa pienamente le aspettative finanziarie dei propri gruppi d'interesse. Anche quest'anno possiamo guardare con soddisfazione al brillante esercizio finanziario che ci siamo lasciati alle spalle: da un lato, l'andamento positivo delle piazze finanziarie ha impresso slancio alla nostra attività; dall'altro continuiamo a raccogliere i frutti della nostra strategia sostenibile di lungo periodo. Come sapete, da anni ormai ci concentriamo sulle

nostre attività principali particolarmente redditizie, che ampliamo in maniera organica cogliendo anche le occasioni di acquisizioni mirate che ci si presentano.

L'anno scorso le attività finanziarie hanno generato il migliore risultato annuo finora conseguito, pari a 9,4 miliardi di franchi. Se si considerano anche tutte le dismissioni, l'utile ha addirittura raggiunto circa 14 miliardi di franchi. Nel suo intervento, Peter Wuffli illustrerà in maggiore dettaglio questo brillante risultato.

Tutto dunque ha a che fare con il denaro. Il nostro istituto onora i propri obblighi. Ma ciò è sufficiente? Un'azienda che impiega quasi 70 000 collaboratori, presente in 50 Paesi, che assiste 5,5 milioni di clienti e gestisce un patrimonio pari a circa 2650 miliardi di franchi non deve forse tenere conto di ulteriori aspetti?

Alla domanda sul senso più profondo dell'economia, Adam Smith, il grande filosofo e moralista «padre» del libero mercato, ha dato una risposta semplice e al contempo stupefacente. «Dobbiamo il nostro sostentamento», ha scritto Smith, «non alla compassione del macellaio, del birraio e del panettiere, ma al fatto che tutti e tre perseguono i propri interessi. Non dobbiamo dunque fare appello alla loro umanità, ma all'amore che nutrono verso se stessi». Con la sua opera «La ricchezza delle nazioni», 230 anni fa Adam Smith ha posto le fondamenta della moderna economia di mercato.

Oggi giorno le sue idee possono forse apparire intransigenti, per alcuni addirittura provocatorie; ritengo tuttavia che tocchino il nocciolo della questione. Anche la condotta di UBS in quanto azienda è finalizzata ai propri interessi societari. Come esordisce la nostra visione imprenditoriale: «*Vogliamo essere la migliore azienda globale di servizi finanziari.*»

Tuttavia siamo ben consapevoli che per essere i migliori dobbiamo essere in grado di soddisfare le esigenze dei nostri partner più importanti. Per questo la nostra visione abbraccia anche i nostri clienti, spronandoci a mobilitare tutte le nostre risorse per assicurare il loro successo finanziario; i nostri collaboratori, che sosteniamo nel loro sviluppo professionale, incitandoli a fornire prestazioni sempre più brillanti, e naturalmente gli azionisti, che beneficiano del valore aggiunto generato da una clientela soddisfatta e da collaboratori di primissima qualità.

You & Us

Clienti, collaboratori e azionisti: solo impegnandoci al meglio per soddisfare le loro esigenze agiamo anche nel nostro interesse. Non per nulla da alcuni anni il nostro più importante messaggio pubblicitario è «You & Us». Con questo motto siamo presenti su scala mondiale: in televisione, sui giornali e su Internet.

Come avrete sicuramente notato, anche l'Assemblea generale di quest'anno si svolge all'insegna di tale motto, che desideriamo si affermi sempre più nei rapporti con i nostri partner nell'esercizio finanziario in corso. Dietro tale formula si cela infatti molto più di un semplice slogan pubblicitario: «You & Us» esprime il nostro modo di pensare e di lavorare e riassume i valori in cui crediamo. Tale principio ispira sia i nostri rapporti con l'esterno sia quelli interni alla nostra realtà aziendale.

Vorrei ora illustrare brevemente come viviamo tale principio nei nostri rapporti con la clientela e con gli azionisti e come esso influenza le nostre relazioni con il pubblico più ampio. Peter Wuffli ne spiegherà il significato per i nostri collaboratori e per i vertici UBS.

L'anno scorso abbiamo chiesto ai nostri collaboratori che cosa significasse per loro il messaggio «You & Us». Le risposte sono state estremamente indicative. Alcune di esse sono riportate nel rapporto annuale 2005. Desidero in questa sede menzionare un solo esempio che a mio avviso caratterizza in maniera particolarmente calzante l'idea alla base di You & Us. Quando la scorsa estate la regione Svizzera centrale è stata colpita da gravi inondazioni, da ogni angolo del Paese si sono levate richieste di donazioni e soccorsi. Tra le realtà colpite figuravano anche numerose piccole e medie imprese, i cui dipendenti erano impegnati in lavori di ripristino e le cui infrastrutture erano in parte distrutte. Data l'imminenza del giorno di paga, era chiaro che numerosi addetti già colpiti dalla sciagura avrebbero ora atteso inutilmente il versamento del proprio salario. In tale situazione critica, il nostro team di Lucerna preposto alla clientela aziendale si è recato di propria iniziativa dalle ditte colpite offrendo loro soluzioni informali e creative in grado di assicurare il versamento puntuale dei salari sui conti dei dipendenti. Come ci ha scritto un consulente del segmento Clientela aziendale: «Il nostro scopo non era presentare noi stessi o UBS come benefattori nel momento del bisogno; il nostro desiderio era piuttosto mostrare al cliente la nostra disponibilità nei suoi confronti, nelle situazioni favorevoli così come nei momenti di difficoltà.»

La nostra attività ruota intorno al cliente

Siamo sinceri: oggi tutte le aziende di successo tessono le lodi della loro offerta orientata alla clientela affermando di attribuire grande importanza ai desideri di quest'ultima. In questo ambito non è pertanto semplice conquistare un vantaggio competitivo; eppure proprio un'azienda di servizi come UBS non può sottrarsi a tale sfida. Volevamo quindi capire esattamente in che cosa consiste per i clienti un'esperienza positiva nel rapporto con un istituto finanziario. Sulla base delle nostre analisi, l'anno scorso abbiamo ulteriormente migliorato i processi di consulenza nei singoli segmenti operativi. Che cosa significa «You & Us» per i nostri clienti? Significa che esaminiamo con attenzione le loro esigenze, i loro obiettivi e la loro propensione al rischio; che offriamo loro soluzioni personalizzate elaborate insieme, sottoposte a continua verifica e modificate se necessario. La tutela della sfera privata dei nostri clienti è naturalmente parte integrante di un'esperienza di consulenza positiva e ad essa attribuiamo grande importanza. Grazie alle consultazioni sugli accordi bilaterali tra la Svizzera e l'UE, portate a termine la scorsa estate con esito favorevole, possiamo continuare ad assicurare ai nostri integerrimi clienti tale ampia tutela.

La migliore consulenza non serve tuttavia a nulla se si basa su prodotti inefficaci o obsoleti, per cui anche in ambito bancario l'innovazione è d'obbligo. I nostri gruppi d'affari sono all'avanguardia in questo campo e sviluppano continuamente nuove soluzioni e prodotti finanziari. La relazione relativa allo scorso esercizio finanziario contiene varie informazioni in merito.

Last but not least, vorrei menzionare la lungimiranza del nostro management, che svolge un ruolo fondamentale nell'ampliamento della nostra base clienti. L'anno scorso ci siamo concentrati sul dinamismo dei mercati asiatici, in particolare sulla Cina. È tuttora difficile consolidare la propria posizione nel Regno di Mezzo; tuttavia con le nostre nuove partecipazioni strategiche disponiamo di un'ottima piattaforma di lancio per assumere un ruolo di primo piano sia nell'ambito della gestione patrimoniale che nell'investment banking. La dismissione di partecipazioni significative estranee alle nostre attività principali – ricordo a tale proposito Motor Columbus e il gruppo delle banche private – operata lo scorso anno rientra anch'essa nell'ambito di una gestione mirata della base clienti.

Abbiamo infine compiuto un passo decisivo verso l'ampliamento delle nostre attività tramite l'unificazione del nostro segmento Clientela privata globale con il suo omologo statunitense. Ora anche i nostri clienti americani possono beneficiare dell'intera piattaforma globale di consulenza e prodotti UBS.

Il rapporto con i nostri azionisti

Finora vi ho parlato del nostro notevole impegno sul fronte della clientela. Ma questo che cosa ha a che fare con voi – i nostri azionisti? Molto. In primo luogo sappiamo che una quota consistente dei nostri azionisti, circa il 65%, è anche cliente di UBS, a dimostrazione che la fiducia riposta in un'azienda non si limita di norma a un solo ambito. Un cliente che matura esperienze positive con un'azienda desidera beneficiarne anche in qualità di investitore, mentre viceversa l'investitore che viene ricompensato con rendimenti elevati si affida a noi anche in altri ambiti finanziari. Inoltre, il successo dei nostri clienti coincide con il nostro e dunque con il vostro successo. Come avete potuto desumere dalla documentazione relativa all'Assemblea, nell'esercizio scorso tale successo è stato considerevole. Vi proponiamo la distribuzione di un dividendo superiore del 7% rispetto a quello dell'esercizio precedente e desideriamo inoltre farvi partecipare al guadagno generato dalla liquidazione delle nostre banche private offrendovi un rimborso del valore nominale di CHF 0.60 per azione. Aggiungendo i rimborsi del valore nominale ai dividendi e ai riacquisti di azioni proprie risulta che negli ultimi 6 anni abbiamo complessivamente distribuito ai nostri azionisti CHF 38,8 miliardi. Tale somma corrisponde a oltre il 63% dei flussi di cassa generati in questi anni.

Naturalmente desideriamo coltivare ottimi rapporti con voi anche in altri settori ed è per questo che vi informiamo con cadenza regolare sugli sviluppi della nostra azienda, al fine di agevolare la vostra partecipazione al processo decisionale.

Attribuiamo grande importanza ai vostri preoccupazioni. In sala vedo un vasto numero di proprietari di UBS. Il 36% del capitale proprio appartiene ad azionisti svizzeri, mentre dei restanti investitori il 24% si trova in Nord America, il 22% in Gran Bretagna, l'11% nel resto d'Europa e il 7% nel resto del mondo.

Così come i nostri clienti e i nostri collaboratori, che provengono da tutti gli angoli del globo, anche i nostri azionisti sono sparsi in tutto il mondo. La fedeltà al nostro credo «You & Us» ci impone di soddisfare equamente le esigenze a volte profondamente

diverse di tutti i detentori di partecipazioni nella nostra azienda. Le radici del nostro istituto affondano nella realtà svizzera e la nostra banca è fortemente legata a questo Paese. Ciò risulta evidente già dal fatto che la maggior parte delle tasse e delle imposte dirette e indirette da noi versate lo scorso anno – circa 4 miliardi di franchi – sono confluite nelle casse dell'erario svizzero. UBS è il maggiore operatore attivo sulla piazza finanziaria svizzera e una delle colonne portanti dell'economia elvetica. D'altro canto siamo sempre più tenuti a onorare gli obblighi nei confronti dei nostri diversi gruppi d'interesse nel mondo, ovunque svolgiamo la nostra attività e raccogliamo capitali e dove operano i nostri collaboratori.

La responsabilità sociale

Ritorno dunque al punto di partenza del mio intervento: alla critica secondo la quale non ci sarebbero più imprenditori che amano la Svizzera e che si impegnino per il bene della collettività elvetica.

Tale enunciato è a mio avviso errato fin dall'impostazione. Per un'azienda operante su scala globale qual è UBS, la responsabilità nei confronti della società nel suo complesso è più importante della dedizione verso singoli Paesi o istituzioni.

Oggigiorno non potremmo più concludere nessun affare in nessun angolo del globo se non tenessimo costantemente conto delle molteplici esigenze del mondo che ci circonda. Il nostro impegno in tal senso comincia già dal rispetto delle diverse condizioni quadro giuridiche e politiche dei singoli Paesi, per abbracciare le profonde differenze storico-culturali della struttura della nostra clientela fino a giungere alle trasformazioni sociali di vasta portata verificatesi in alcune regioni della terra. Oltre a rappresentare una sfida per la nostra capacità innovativa e il nostro dinamismo, tali rivolgimenti ci impongono di affrontare con il dovuto rispetto le esigenze di questi popoli.

Circa un anno fa uno degli azionisti con diritto di voto ha auspicato un maggiore impegno da parte di UBS a favore di questioni di interesse pubblico. In risposta alla sua esortazione ho promesso di esaminare tale tema con la dovuta attenzione. Oggi posso assicurarvi che negli ultimi anni il nostro impegno a favore della società ha conosciuto un costante incremento.

La responsabilità sociale, ovvero la «Corporate Responsibility», è ormai da tempo parte integrante della nostra cultura aziendale, della nostra identità e della nostra prassi operativa. Una condotta responsabile si esprime in una molteplicità di aspetti: ai nostri collaboratori offriamo ad esempio un ambiente di lavoro basato sulle pari opportunità, sul rispetto della diversità e sulla meritocrazia. Le nostre relazioni d'affari con i clienti e i fornitori poggiano su standard etici elevati. Desideriamo lavorare nel massimo rispetto per l'ambiente. Il nostro supporto nei confronti della collettività si esprime da un lato in maniera diretta tramite donazioni, dall'altro consentendo ai nostri collaboratori di partecipare a progetti umanitari. L'anno scorso, ad esempio, numerosi collaboratori UBS hanno partecipato a lavori di ricostruzione nelle zone colpite dallo tsunami. Altri prestano regolarmente servizio nel loro luogo di residenza o di lavoro in qualità di insegnanti o assistendo persone bisognose.

Lo scorso anno il Gruppo UBS ha donato direttamente circa 50 milioni di franchi per scopi umanitari e assistenza alle vittime di catastrofi naturali. In tale importo è confluito anche il contributo delle nostre fondazioni di pubblica utilità. Con l'UBS Fondazione culturale sosteniamo la produzione artistica contemporanea e ci impegniamo per la conservazione delle testimonianze culturali del nostro tempo. Tramite la Fondazione UBS per le opere sociali e la formazione offriamo il nostro supporto alle persone di particolare talento, creiamo opportunità di lavoro e di formazione per le persone svantaggiate e promuoviamo la formazione economica e manageriale.

Tali contributi non vengono tuttavia offerti solo da UBS e dai suoi collaboratori. Anche i nostri clienti possono usufruire della possibilità di erogare donazioni a favore di diversi programmi ed enti di beneficenza tramite la nostra Optimus Foundation.

Un contributo particolarmente valido alla società civile è a mio avviso la lotta contro il riciclaggio di denaro e il finanziamento del terrorismo, ambito nel quale non ci limitiamo ad ottemperare ai requisiti legali minimi. La posta in gioco è l'integrità del sistema finanziario globale e con essa la reputazione dell'economia in sé. Prendiamo pertanto molto sul serio tali obblighi e facciamo di tutto per proteggere tanto la nostra attività operativa quanto l'intero sistema globale.

In tale ottica attribuiamo dunque un'importanza sempre crescente al segmento degli investimenti sostenibili, i cosiddetti Socially Responsible Investments. Global Asset

Management offre ai clienti privati e istituzionali una vasta gamma di prodotti che rientrano in questa categoria. L'anno scorso il patrimonio investito in questo comparto ha esibito un incremento del 28% a oltre 51 miliardi di franchi e costituisce attualmente quasi il 2% del patrimonio complessivo affidatoci in gestione.

Vorrei infine menzionare il nostro impegno a favore dell'ambiente, che costituisce un nostro ulteriore e certamente non poco importante contributo alla collettività. Noi stessi adottiamo una gestione ambientale sistematica, che prevede in particolare la quantificazione del nostro impatto sull'ambiente, espresso in cifre dettagliate e certificate (consumo energetico e idrico, emissioni di anidride carbonica, ecc.), la gestione sistematica dei rischi ambientali legati a tutte le nostre transazioni d'affari e il perseguimento di obiettivi ambiziosi in termini di riduzione dei danni ambientali.

Tutto quanto finora esposto è riassumibile in una semplice formula: adottare una condotta responsabile significa per noi prendere decisioni d'affari che non tengano unicamente conto di possibili guadagni e del rispetto delle normative ma anche delle loro implicazioni sociali.

Sono persuaso che per assicurare il successo della nostra azienda in un'ottica di lungo periodo dobbiamo tenere in debito conto gli interessi di tutti i nostri gruppi d'interesse e dell'intera collettività. Solo così serviremo lealmente i nostri proprietari.

Desidero ringraziarvi, stimati azionisti, per la vostra fedeltà e il vostro supporto. Senza il vostro capitale e la vostra fiducia non potremmo mai affrontare gli importanti compiti che ci attendono in futuro. Colgo l'occasione per ringraziare tutti i nostri collaboratori e i nostri dirigenti per le eccellenti prestazioni fornite nel 2005.