

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2013



Lettera agli Stakeholder

Telecom Italia ha confermato il proprio impegno nella Corporate Social Responsibility in un quadro macroeconomico domestico sfidante, con continue difficoltà sul mercato del lavoro, beneficiando di una crescita in Brasile, proseguita con un andamento meno sostenuto rispetto allo scorso anno, nella convinzione che le imprese sostenibili siano quelle che maggiormente riescono a reagire in momenti di crisi.

Il carattere industriale di Telecom Italia è fortemente interconnesso con le realtà in cui opera. Il nostro Gruppo ha un chiaro effetto positivo sull'economia derivante dagli investimenti in infrastrutture e servizi. Mantenere la leadership nell'innovazione è tra le priorità del Piano Industriale 2014-2016, un impegno confermato dal mix degli investimenti: la componente innovativa è più che raddoppiata rispetto a quella stanziata nel precedente Piano Industriale. Questo ci permetterà di rilanciare gli investimenti nelle reti di nuova generazione in Brasile e di agganciare la ripresa in Italia, migliorando la competitività del sistema produttivo.

L'attenzione all'innovazione tecnologica si coniuga alla tutela dell'ambiente e, in particolare, all'efficienza energetica. Il miglioramento costante su tale fronte rimane uno degli obiettivi più sfidanti per Telecom Italia, secondo più grande utilizzatore di energia elettrica del Paese. Nell'ultimo triennio abbiamo introdotto un presidio costante per le attività di richiesta dei Titoli di Efficienza Energetica (cd. Certificati Bianchi) a beneficio dei progetti d'investimento, con importanti impatti sull'efficienza energetica. Un'elevata focalizzazione sul tema specifico ha consentito ad oggi di ottenere ricavi in Certificati Bianchi per circa 16 milioni di euro. Con tali numeri Telecom Italia si pone come leader assoluto tra le aziende di telecomunicazioni italiane in termini di introduzione di tecnologie e soluzioni innovative ad alta resa energetica. Abbiamo inoltre conseguito nel 2013 la certificazione ISO 50001, che costituisce la migliore pratica a livello internazionale nella gestione dell'energia.

Il contributo che Telecom Italia può dare agli obiettivi della Agenda Digitale Europea va oltre le efficienze interne, mirando a trasferire le tecnologie con impatti ambientali, sociali ed economici positivi ai propri clienti. I nostri laboratori sono da tempo impegnati nella ricerca e nello sviluppo di queste tecnologie, molte delle quali sono già passate dalla sperimentazione al mercato. È quindi già disponibile per i clienti un'ampia gamma di soluzioni volte a contenere i consumi energetici, abbattere le emissioni di CO₂ e migliorare la qualità della vita dei cittadini. Anche per questa ragione una parte rilevante dei nostri investimenti è destinata a supportare il potenziamento di servizi fondamentali per lo sviluppo della domanda di accesso ultrabroadband: il cloud computing della Nuvola Italiana, i Data Center, le piattaforme ICT per le piccole e medie imprese.

Consapevoli che il successo di Telecom Italia discenda dalle nostre capacità e competenze, a dicembre 2013 la funzione People Value ha realizzato la nuova People Strategy per il triennio 2014-2016 mirata alla valorizzazione delle persone che lavorano nel Gruppo. A questo scopo sono state identificate varie aree d'intervento con l'obiettivo di valorizzare e accrescere le competenze core e quelle necessarie per eccellere nei vari scenari competitivi, accrescere il livello di caring e di motivazione delle persone, rinnovare il modello di gestione delle performance individuali.

Telecom Italia è da sempre molto attenta alla Supply Chain. Anche nel 2013 sono proseguite, tramite il Joint Audit Cooperation (JAC), le verifiche del livello di performance nella Corporate Social Responsibility di fornitori e subfornitori con stabilimenti produttivi localiz-

zati in aree geografiche con un significativo livello di rischio socio-ambientale. L'iniziativa, lanciata a fine 2009, conta oggi dieci operatori tra i principali del settore delle telecomunicazioni. Inoltre, l'implementazione del nuovo processo di valutazione della sostenibilità dei fornitori ci ha permesso di migliorare ulteriormente il monitoraggio delle prestazioni in tutte le fasi della relazione con la catena di fornitura.

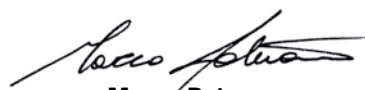
In un contesto economico di crisi abbiamo aumentato il nostro sostegno alla collettività, sia direttamente sia tramite la Fondazione Telecom Italia. Nel 2013, infatti, Fondazione ha raddoppiato il numero dei progetti erogati, confermando l'impegno del Gruppo nella comunità. Tra le varie iniziative basate sull'uso delle tecnologie per il sociale, il nostro impegno si è concentrato nel contrastare i disagi nella comunicazione tra i più giovani tramite i progetti Volis, SI DO RE MI e Cinque Petali senza dimenticare la tutela del patrimonio storico-artistico e la valorizzazione della progettualità applicata all'educazione, all'istruzione e alla ricerca scientifica. Il Gruppo ha inoltre continuato nel percorso di collaborazione con le maggiori realtà artistiche e culturali italiane per lo sviluppo di progetti finalizzati ad avvicinare contenuti culturali d'eccellenza e linguaggi digitali, capitalizzando le possibilità di interazione offerte dalla rete come nel caso dell'Accademia di Santa Cecilia.

Inoltre, nell'ambito di "Changemakers for Expo Milano 2015", programma di accelerazione di impresa legata alle sfide di Expo Milano 2015, Telecom Italia ha selezionato i dieci progetti che presentano una forte attenzione alle tecnologie digitali quali smart cities, open data, web 2.0 e sostenibilità intesa come accesso, inclusione, equità, giustizia, partecipazione e riduzione degli impatti ambientali.

L'impegno profuso a sostegno dei valori della sostenibilità e le iniziative realizzate ci hanno permesso di ottenere importanti riconoscimenti a livello nazionale e internazionale, con la riconferma nei principali indici di sostenibilità mondiali, quali il Dow Jones Sustainability Index e il FTSE4Good.

È proseguito il supporto al Global Compact delle Nazioni Unite: i progressi conseguiti nell'applicazione dei dieci principi sono riportati nella Communication On Progress (COP). Telecom Italia partecipa inoltre - in qualità di socio Fondatore Promotore - alla Fondazione Global Compact Network Italia che, costituita a giugno 2013, si propone di contribuire allo sviluppo in Italia del Global Compact delle Nazioni Unite (UNGC), di diffonderne la conoscenza sul territorio Nazionale e di promuovere la corporate sustainability attraverso le imprese e le organizzazioni aderenti.

Il 2013 è stato un anno molto importante per il nostro Gruppo: abbiamo guadagnato una maggiore flessibilità finanziaria e ci siamo rifocalizzati su Italia e Brasile. Abbiamo ora un'anima più industriale, con reti e servizi digitali sempre più interconnessi nel nostro contesto sociale ed economico. È nostro impegno non perdere questa occasione per essere ancora più presenti e incisivi verso obiettivi sempre più ambiziosi, integrando sempre più la sostenibilità nel nostro modello di business, nella convinzione che ciò rappresenti una condizione imprescindibile per il successo del Gruppo nel medio-lungo periodo.



Marco Patuano

(Amministratore Delegato)

indice



| | | |
|------------------------------------|---|-----------|
| | EXECUTIVE SUMMARY | 7 |
| Introduzione | 1. RIFERIMENTI E GOVERNANCE | 17 |
| | 2. CARTE E CODICI | 18 |
| | 3. HOT TOPICS | 21 |
| | 4. POSIZIONAMENTO NEGLI INDICI | 21 |
| | 5. ALTRI RICONOSCIMENTI | 22 |
| | 6. REPORTING | 22 |
| | 7. RISULTATI 2013 E OBIETTIVI 2014 | 26 |
| | 8. GESTIONE DELLA SOSTENIBILITÀ | 26 |
| | 9. STAKEHOLDER INVOLVEMENT | 27 |
| | 10. DUE DILIGENCE DEI DIRITTI UMANI | 31 |
| | 11. VALORE ECONOMICO PRODOTTO E DISTRIBUITO | 32 |
| Gli stakeholder esterni | 1. CLIENTI | 37 |
| | 1.1 STRATEGIA | 37 |
| | 1.2 STAKEHOLDER RILEVANTI | 37 |
| | 1.3 QUALITÀ DEL SERVIZIO | 38 |
| | 1.4 CUSTOMER SATISFACTION | 39 |
| | 1.5 CERTIFICAZIONI | 40 |
| | 1.6 DIGITAL INCLUSION | 41 |
| | 1.7 SERVIZI INNOVATIVI | 42 |
| | 1.8 RICERCA E INNOVAZIONE NELLA E-SECURITY | 45 |
| | 1.9 PROTEZIONE DEI MINORI | 46 |
| | 1.10 PROCEDURE DI CONCILIAZIONE | 47 |
| | 1.11 TUTELA DELLA PRIVACY E PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI | 48 |
| | 2. FORNITORI | 51 |
| | 2.1 STRATEGIA | 51 |
| | 2.2 STAKEHOLDER RILEVANTI | 51 |
| | 2.3 GENERALITÀ | 52 |
| | 2.4 INIZIATIVE DI SOSTENIBILITÀ | 52 |
| | 2.5 VERIFICHE DI SOSTENIBILITÀ | 53 |
| | 2.6 INIZIATIVE DI COINVOLGIMENTO | 54 |
| | 2.7 RISULTATI 2013 E IMPEGNI 2014 | 55 |
| | 3. AMBIENTE | 57 |
| | 3.1 STRATEGIA | 57 |
| | 3.2 STAKEHOLDER RILEVANTI | 58 |
| | 3.3 PERFORMANCE AMBIENTALE | 58 |
| | 3.4 CAMBIAMENTO CLIMATICO | 73 |
| | 3.5 RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO | 74 |

| | | |
|------------------------------------|--|------------|
| | 4. COMUNITÀ | 77 |
| | 4.1 STRATEGIA | 77 |
| | 4.2 STAKEHOLDER RILEVANTI | 78 |
| | 4.3 MISURAZIONE DEL CONTRIBUTO ALLA COMUNITÀ | 78 |
| | 4.4 RISPOSTE AGLI STAKEHOLDER | 79 |
| | 4.5 RICERCA E SVILUPPO | 86 |
| Gli stakeholder interni | 1. RISORSE UMANE | 99 |
| | 1.1 STRATEGIA | 99 |
| | 1.2 STAKEHOLDER RILEVANTI | 100 |
| | 1.3 CONSISTENZE E VARIAZIONI | 100 |
| | 1.4 EQUITÀ DI GENERE | 102 |
| | 1.5 PEOPLE CARING | 103 |
| | 1.6 SVILUPPO | 107 |
| | 1.7 SELEZIONE | 108 |
| | 1.8 FORMAZIONE | 109 |
| | 1.9 PROGETTI E ATTIVITÀ DI ASCOLTO | 110 |
| | 1.10 COMUNICAZIONE INTERNA | 111 |
| | 1.11 TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA | 112 |
| | 1.12 RELAZIONI INDUSTRIALI | 115 |
| | 1.13 POLITICA DI REMUNERAZIONE | 116 |
| | 2. AZIONISTI | 119 |
| | 2.1 STRATEGIA | 119 |
| | 2.2 STAKEHOLDER E LORO ASPETTATIVE | 119 |
| | 2.3 COMUNICAZIONE FINANZIARIA | 121 |
| | 2.4 RISK MANAGEMENT | 121 |
| | 2.5 CORPORATE GOVERNANCE | 122 |
| Appendice | RISULTATI 2012 E 2013 | 127 |
| | OBIETTIVI 2014 E PLURIENNALI | 130 |
| Parere | RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE (PRICEWATERHOUSECOOPERS) | 133 |



TELECOM
ITALIA

**FACCIAMO
CIRCOLARE
IL FUTURO.**

Velocità servizio
ad emissioni zero.





Executive Summary

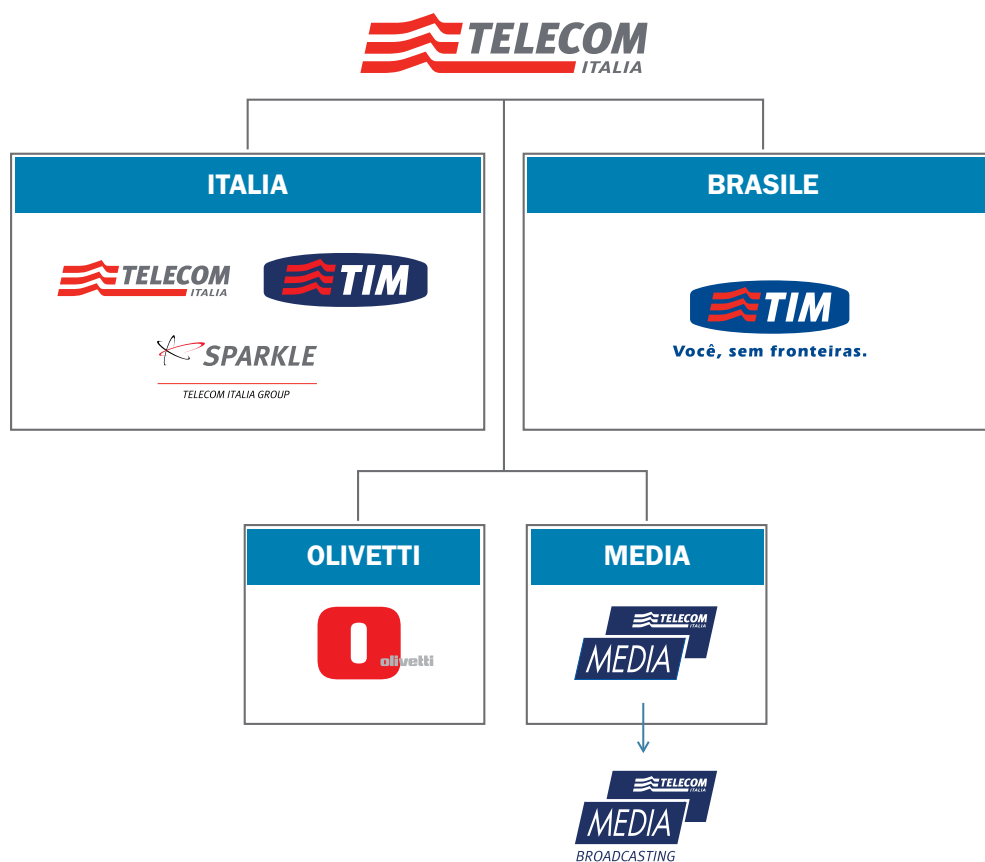
STRUTTURA DEL GRUPPO

Il Gruppo Telecom Italia opera in tutta la filiera dei servizi di comunicazione avanzata: telecomunicazioni fisse, mobili e Internet, ricerca e sviluppo, office & system solutions, contribuendo alla digitalizzazione e allo sviluppo dei Paesi in cui opera. La leadership domestica del Gruppo è accompagnata da una significativa presenza sul mercato sud-americano.

Il Gruppo opera nei seguenti settori di attività:

- la **Business Unit “Domestic”** opera nell’ambito dei servizi di fonia e dati su rete fissa e mobile per i clienti finali (retail) e altri operatori (wholesale) in ambito domestico. In campo internazionale comprende le attività relative allo sviluppo delle reti in fibra ottica (international wholesale) in Europa, nel Mediterraneo e in Sud America;
- la **Business Unit “Brasile”** (Gruppo TIM Brasil) offre servizi di telecomunicazioni mobili. Inoltre, con le acquisizioni di Intelig Telecomunicações, Tim Fiber SP e Tim Fiber RJ, offre servizi di trasmissione dati su fibra ottica e servizi di banda larga residenziali;
- **Media** opera come operatore di rete attraverso Telecom Italia Media Broadcasting (TIMB), terzo operatore di rete digitale terrestre nazionale che offre capacità trasmissiva e soluzioni tecnologiche per gli operatori del settore televisivo;
- **Olivetti** opera nel settore dei prodotti e servizi per l’Information Technology, svolgendo l’attività di solution provider per l’automatizzazione di processi e attività aziendali per le PMI, le grandi aziende e i mercati verticali;

L’organizzazione del nostro Gruppo è stata pensata per supportare nella maniera più efficace l’approccio customer centric, favorendo la convergenza tra tecnologie fisse e mobili.



PRINCIPALI DATI ECONOMICO-FINANZIARI E OPERATIVI

Gruppo Telecom Italia – Principali dati economico-finanziari consolidati

| | Ricavi | | EBITDA | | EBIT | | Investimenti Industriali | | Personale a fine periodo (unità) | |
|---------------------------|---------------|---------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------------------|--------------|----------------------------------|---------------|
| (milioni di euro) | 2013 | 2012 | 2013 | 2012 | 2013 | 2012 | 2013 | 2012 | 31.12.2013 | 31.12.2012 |
| Domestic | 16.175 | 17.884 | 7.746 | 8.676 | 1.993 | 1.078 | 3.027 | 3.072 | 52.695 | 53.224 |
| Brasile | 6.945 | 7.477 | 1.812 | 1.996 | 858 | 966 | 1.349 | 1.500 | 12.140 | 11.622 |
| Media | 124 | 222 | (2) | (45) | (132) | (263) | 20 | 57 | 84 | 735 |
| Olivetti | 265 | 280 | (4) | (57) | (8) | (65) | 4 | 3 | 682 | 778 |
| Altre attività | - | 62 | (15) | (37) | 1 | (3) | - | 7 | 22 | 22 |
| Rettifiche ed elisioni | (102) | (166) | 3 | (8) | 6 | (4) | - | - | - | - |
| Totale consolidato | 23.407 | 25.759 | 9.540 | 10.525 | 2.718 | 1.709 | 4.400 | 4.639 | 65.623 | 66.381 |

Gruppo Telecom Italia – Altri dati economico-finanziari consolidati

| | 31.12.2013 | 31.12.2012 |
|--|------------|------------|
| (milioni di euro) | | |
| Totale Patrimonio Netto | 20.186 | 23.012 |
| • attribuibile ai Soci della Controllante | 17.061 | 19.378 |
| • attribuibile alle Partecipazioni di minoranza | 3.125 | 3.634 |
| Utile (perdita) dell'esercizio attribuibile ai Soci della Controllante | (674) | (1.627) |
| Utile (perdita) dell'esercizio attribuibile alle Partecipazioni di minoranza | 436 | 350 |
| Indebitamento finanziario netto contabile | 27.942 | 29.053 |

Gruppo Telecom Italia – Principali dati operativi delle Business Unit

| | 31.12.2013 | 31.12.2012 |
|---|------------|------------|
| FISSO DOMESTICO | | |
| Accessi fisici a fine periodo (migliaia) | 20.378 | 21.153 |
| Accessi broadband in Italia a fine periodo (migliaia) | 8.740 | 8.967 |
| MOBILE DOMESTICO | | |
| Consistenza linee a fine periodo (migliaia) | 31.221 | 32.159 |
| BRASILE | | |
| Consistenza linee a fine periodo (migliaia) | 73.417 | 70.362 |

CONTESTO

Telecom Italia comincia ad occuparsi di sostenibilità nel 1997 con la creazione di una funzione dedicata e la pubblicazione del primo rapporto sociale. Il documento si evolve nel Bilancio di sostenibilità che include l'analisi della performance nei confronti dei portatori di interesse con i quali l'Azienda interagisce quotidianamente: gli stakeholder.

Dall'esercizio 2002 i dati e le informazioni relative alla sostenibilità entrano a far parte della Relazione sulla Gestione del Bilancio consolidato, confermando la volontà del Gruppo di presentare i propri dati finanziari congiuntamente con quelli non finanziari.

Nel 2002 Telecom Italia pubblica il primo Codice Etico di Gruppo e aderisce al Global Compact, il patto globale lanciato dall'ONU per promuovere la tutela dell'ambiente, il rispetto dei diritti umani e degli standard di lavoro, le pratiche anti-corruzione.

Nel 2003 viene implementato un sistema strutturato per la gestione della sostenibilità basato su indicatori (Key Performance Indicators) che misurano i risultati raggiunti nei confronti di tutti gli stakeholder e consentono di pianificare le opportune azioni di miglioramento.

A fine 2008 la sostenibilità viene portata formalmente all'attenzione del Consiglio di Amministrazione attraverso il Comitato per il controllo e i rischi che esercita una funzione di alta supervisione sul tema.

Nel 2009 il Bilancio di sostenibilità viene redatto per la prima volta secondo i principi dell'AA1000 AccountAbility Principles Standard (APS), che si fondano sul coinvolgimento degli stakeholder

nel reporting e nei processi sottostanti e rappresentano lo standard più evoluto in materia. Con il presente Bilancio, Telecom Italia corona 15 anni di reportistica sulla sostenibilità. A conferma dei risultati raggiunti, Telecom Italia è inclusa nei più prestigiosi indici di sostenibilità a livello mondiale, tra cui i Dow Jones Sustainability Indexes (DJSI) e i Financial Times Stock Exchange for Good (FTSE4Good).

LE GRANDI SFIDE DELLA SOSTENIBILITÀ PER TELECOM ITALIA

People Value

Telecom Italia conferma la continua attenzione alle persone che lavorano in Azienda: a dicembre 2013 ha preso avvio un nuovo modo di progettare e realizzare le strategie e le politiche di valorizzazione delle persone.

A partire dalla Business Strategy di Gruppo e dai principali trend di gestione e sviluppo del capitale umano è stata costruita una People Strategy triennale che si compone di nove programmi che People Value (il nuovo nome di Risorse Umane per sottolineare la nuova identità fondata sul valore delle persone), attuerà in stretta collaborazione con le principali funzioni di Line, in una condivisione totale di intenti, di contaminazione reciproca e di spinta all'innovazione e all'efficacia.

Tale collaborazione costituirà una sorta di cabina di regia e di governance dei processi incentrati sul valore delle persone quali: la progettazione di un nuovo modello di sviluppo professionale e di messa a valore delle opportunità del mercato interno, lo sviluppo delle nuove competenze richieste dal business, anche attraverso il ricorso al mercato esterno, la costituzione di un polo delle conoscenze a sostegno dei processi di apprendimento individuale e organizzativo, lo sviluppo dell'identità organizzativa, l'adozione di un modello di paying for value come rapporto tra costo, produttività e valore percepito e di total rewarding legato al merito, un nuovo modello di performance management esteso a tutti, l'attuazione di un modello di gestione incentrato sul caring e sulla motivazione delle persone.

Una piccola grande rivoluzione che, a partire dalla funzione People Value, vuole cambiare le modalità di gestione e sviluppo del nostro asset di maggior valore: le persone, il loro stare in Azienda, lo spazio di azione, il clima, in un ritorno di tutti a pensare e a costruire qualità nell'efficienza e a mobilitare l'impegno al cambiamento continuo che i mercati chiedono. Sei dei nove programmi arriveranno a conclusione nel 2014. People Value attuerà un piano di comunicazione e deployment sia attraverso incontri diretti sia attraverso strumenti online e di social networking, per consentire la partecipazione di tutti i dipendenti con commenti e contributi. Per la trattazione delle iniziative relative alle persone di Telecom Italia si rinvia al [§ Risorse Umane](#).

L'attenzione ai clienti

Il raggiungimento di livelli elevati di customer satisfaction rappresenta una priorità per Telecom Italia. Il sistema di ascolto è stato ulteriormente ampliato nel 2013 per monitorare con maggiore efficacia l'interazione con il cliente, analizzarne la percezione e individuare gli ambiti di sviluppo dei servizi in un'ottica di miglioramento continuo. Particolare attenzione è stata rivolta anche al caring del cliente, che prevede altresì l'utilizzo dei social network per garantire un'interazione con gli operatori rapida ed efficace. La customer satisfaction è tenuta in considerazione nel sistema d'incentivazione dei manager e del personale. Il Gruppo Telecom Italia, come attore fondamentale dell'ecosistema della banda larga, ha la responsabilità di assicurare che lo sviluppo tecnologico, di cui è portatore attraverso l'offerta di servizi innovativi, sia sempre associato a uno sviluppo equilibrato della popolazione in termini di alfabetiz-

zazione informatica, contribuendo al superamento delle barriere socio-culturali che possono limitare la possibilità di partecipare alla società dell'informazione e di goderne i benefici. Particolare attenzione viene dedicata pertanto ai clienti con specifiche necessità o appartenenti alle fasce più deboli della società quali i minori, gli anziani, i malati e i portatori di handicap. Nell'ambito dei servizi indirizzati al settore pubblico, in conformità all'ADI (l'Agenda Digitale Italiana) e alle Direttive europee, nel 2013 Telecom Italia ha consolidato e razionalizzato l'offerta degli Smart Services, famiglia di servizi che cura l'efficienza energetica e i servizi digitali della città, ai quali ha affiancato Urban Security e Scuola Digitale, che erogano nuovi servizi dedicati alla sicurezza, all'ambiente, alla mobilità e alla scuola, fornendo una risposta globale alle esigenze del territorio e delle città. L'obiettivo è promuovere il modello di "città intelligenti" per il miglioramento della qualità della vita attraverso lo sviluppo di servizi digitali innovativi che traghettino i Comuni verso un modello di Smart Community (come indicato dall'Agenda Digitale) in grado di abilitare nuove forme di collaborazione tra cittadini e amministratori pubblici. Per quanto riguarda i minori e il tema della navigazione sicura in Internet, nel 2013 si è chiuso il progetto "Navigare Sicuri" basato su un percorso volto a sensibilizzare bambini, ragazzi e adulti (genitori e insegnanti) sull'uso consapevole e responsabile di Internet e delle tecnologie digitali. Navigare Sicuri ha ricevuto molti riconoscimenti ufficiali, fra i quali: il protocollo di intesa con il MIUR, l'inserimento nel piano CSR ITA-EU, la citazione come best practice del FOSI (Family Online Safety Institute). Per ulteriori informazioni si rinvia ai [§ Clienti e Comunità](#).

Il contrasto al cambiamento climatico

Contenere l'aumento della temperatura terrestre entro limiti ritenuti accettabili, principalmente riducendo le emissioni di CO₂ e di altri gas ad effetto serra, costituisce una delle grandi sfide dell'umanità.

Il settore dell'Information and Communication Technology (ICT) può giocare un ruolo fondamentale in questo ambito, non solo contenendo le proprie emissioni di CO₂ generate in prevalenza dal rilevante fabbisogno energetico delle reti trasmissive, ma soprattutto contribuendo alla riduzione delle emissioni di altri settori dell'economia grazie all'offerta di soluzioni avanzate in grado di rendere più efficienti i processi industriali e commerciali, e di servizi innovativi che promuovano stili di vita diversi e più sostenibili dal punto di vista ambientale quali per esempio la videoconferenza, il telelavoro, la telemedicina e i servizi che favoriscono in genere la dematerializzazione dell'economia, intesa come sostituzione di alternative a più basso impatto in termini di carbon footprint e utilizzo delle risorse (e-commerce, e-government, e-tourism, fatturazione e pagamenti online, ecc.). Le soluzioni ICT rendono possibile la realizzazione di edifici intelligenti in cui la tecnologia combinata con i nuovi materiali migliora notevolmente i livelli di consumo energetico, comfort e sicurezza. Tali soluzioni, tramite le "smart grids", permettono di modulare la distribuzione dell'energia elettrica in funzione dell'effettiva richiesta, consentendo risparmi energetici considerevoli con benefici per i cittadini e le aziende, e contribuendo alla realizzazione di città digitali più efficienti, sicure e a basse emissioni di CO₂. In questo ambito Telecom Italia ha realizzato l'offerta "Smart Town", basata su piattaforma integrata di servizi per le città "intelligenti" che utilizza impianti di illuminazione pubblica esistenti integrati alle reti di telecomunicazioni per consentire l'attivazione di servizi innovativi per la gestione del territorio, la sicurezza e il risparmio energetico, utilizzabili dalle amministrazioni comunali e dai cittadini. L'efficienza energetica di Telecom Italia ha anche ottenuto l'assegnazione di Certificati Bianchi (o Titoli di Efficienza Energetica, TEE) su nove progetti relativi ad anni pregressi, corrispondenti a oltre 23.000 TEP (tonnellate equivalenti di petrolio) annui risparmiati, e ad un ricavo in termini economici di oltre 16 milioni di euro. Sono in attesa di valutazione ulteriori 18 progetti presentati, sempre relativi agli anni pregressi, corrispondenti a un risparmio annuo, già conseguito, di ulteriori 55.000 TEP. Per ulteriori informazioni [cfr. § Clienti/Servizi innovativi](#) e [§ Ambiente/Cambiamento climatico](#).

Il presidio della supply chain

Il presidio degli aspetti sociali e ambientali nella catena di fornitura rappresenta un tema di rilevanza strategica per Telecom Italia in considerazione degli importanti volumi e della diversificazione dei mercati di approvvigionamento, soprattutto per gli acquisti effettuati nei paesi che richiedono un grado più elevato di attenzione in merito al rispetto di determinati requisiti sociali e ambientali.

Il controllo di tali requisiti permette di minimizzare i rischi legati al processo di fornitura, sia in termini di impatti sulle attività di business sia di ricadute negative sulla reputazione dell'Azienda, e allo stesso tempo di massimizzare le opportunità instaurando un rapporto di collaborazione durevole con benefici in termini di miglioramento dell'efficienza, della produttività, della qualità dei prodotti e di riduzione dei costi nell'ambito della supply chain.

A fine 2009 Telecom Italia ha contribuito alla costituzione del JAC (Joint Audit Cooperation), insieme ad Orange e Deutsche Telekom. L'accordo assegna a ogni membro la responsabilità di gestire degli audit su un numero definito di fornitori e subfornitori comuni. Le verifiche sono condotte da società terze con comprovata esperienza nel settore, selezionate tramite gara sulla base di principi condivisi dai membri del JAC. Nel caso siano rilevate non conformità viene elaborato un piano di azioni correttive di cui viene monitorato costantemente l'avanzamento. I risultati degli audit vengono condivisi fra tutti i membri dell'iniziativa che sono liberi di prendere decisioni in piena autonomia e su base individuale. Lo scambio di informazioni è vincolato da accordi di confidenzialità sottoscritti dai membri del JAC e dai fornitori coinvolti. A fine 2013 ammontano a dieci gli operatori di telecomunicazioni che hanno aderito all'iniziativa. Per ulteriori informazioni [cfr. § Fornitori](#).

Il contributo alla Comunità

Telecom Italia, in quanto grande Azienda, ha un impatto importante sulle comunità dei paesi in cui opera. In primo luogo contribuisce al miglioramento del benessere generale con la distribuzione di una parte del valore prodotto attraverso salari e stipendi, corrispettivi ai fornitori e ai prestatori d'opera, interessi ai prestatori di capitale e dividendi agli azionisti ([cfr. § Valore economico prodotto e distribuito](#)). In aggiunta, gli investimenti realizzati portano un beneficio generale alla comunità in termini di infrastrutture e servizi e stimolano effetti virtuosi sull'indotto.

Il contributo del Gruppo nei confronti della comunità si sostanzia anche nell'offerta di prodotti e servizi che migliorano la qualità della vita delle persone promuovendo nuovi modi di apprendere, viaggiare, lavorare e curarsi, riducendo la necessità di spostamenti sul territorio, a tutto vantaggio del tempo libero e della qualità di vita in genere. Un esempio è rappresentato dalle realizzazioni nel campo dell'e-learning e della didattica digitale evoluta. La domanda di servizi didattici evoluti ha subito una profonda trasformazione nel corso degli ultimi anni. Il focus si è spostato dalla semplice fruizione elettronica di contenuti alla diffusione e condivisione della conoscenza mediante metodologie più coinvolgenti. Le soluzioni già integrate sulla piattaforma di e-learning di Telecom Italia e i prototipi di quelle sviluppate analizzando i requisiti del mondo scolastico soddisfano la domanda di servizi evoluti basati sulla collaborazione, la comunicazione e il coinvolgimento attivo degli utenti finali. Telecom Italia ha siglato un protocollo d'intesa con il MIUR (Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca) per la realizzazione di azioni a supporto del piano scuola digitale che opera su due fronti principali: da un lato, il lancio di nuove attività nell'ambito di Navigare Sicuri digitale ([cfr. § Comunità/Iniziative coerenti con il core business](#)) e, dall'altro, l'avvio - nell'ambito dell'iniziativa ministeriale cl@ssi 2.0 - di sperimentazioni con le scuole primarie e secondarie, orientate all'utilizzo di testi elettronici e strumenti web di didattica digitale ([cfr. § Comunità/Ricerca e sviluppo](#)).

PRINCIPALI RISULTATI DEL 2013

| Risultati ^(*) | Riferimento ai capitoli del Bilancio |
|--|---|
| Riduzione dell'1% dei consumi di energia elettrica | Ambiente/Performance ambientale/Energia |
| Riduzione di circa il 4% dell'energia consumata per autotrazione | Ambiente/Performance ambientale/Energia |
| Aumento del 12% dell'indicatore di eco-efficienza | Ambiente/Performance ambientale/Energia |
| Aumento inferiore al 1% delle emissioni di CO ₂ | Ambiente/Performance ambientale/Emissioni atmosferiche |
| Riduzione di circa il 22% del consumo di carta per uso ufficio | Ambiente/Performance ambientale/Carta |
| Riduzione del 5% del consumo di acqua | Ambiente/Performance ambientale/Acqua |
| Conferma di Telecom Italia e TIM Brasil nei principali indici di sostenibilità mondiali | Introduzione/Posizionamento negli indici |
| Prosegue la progettualità in campo sociale e ambientale, incluse le attività della Fondazione Telecom Italia, per un investimento complessivo nella comunità pari a 46,6 milioni di euro | Comunità/Risposte agli stakeholder Comunità/Misurazione del contributo alla comunità |
| Ottenuti numerosi riconoscimenti per le attività progettuali e di comunicazione legate alla sostenibilità | Introduzione/Altri riconoscimenti |
| Proseguimento del progetto "I care myself" che permette ai dipendenti di iscriversi gratuitamente ad alcune facoltà universitarie | Risorse Umane/Formazione |
| Continuazione delle attività di People Caring a favore dei dipendenti e delle loro famiglie | Risorse Umane/People Caring |

*

Le percentuali in aumento o in diminuzione riportate nella tabella sono calcolate rispetto ai dati 2012. I risultati relativi all'ambiente si riferiscono alla BU Domestic.



Introduzione







1. RIFERIMENTI E GOVERNANCE

Il Gruppo Telecom Italia agisce nella convinzione che le attività di business debbano essere svolte tenendo in considerazione le aspettative degli stakeholder, in linea con i principi stabiliti dagli standard riconosciuti a livello internazionale. Nella definizione e attuazione della strategia e dei programmi di sostenibilità il Gruppo si ispira alle linee guida emanate dai principali organismi mondiali di indirizzo e standardizzazione sulla Corporate Responsibility.

Nel 2002 Telecom Italia ha sottoscritto i principi del Global Compact, il principale riferimento a livello mondiale lanciato nel 2000 dall'ONU per promuovere la tutela dell'ambiente, il rispetto dei diritti umani e degli standard di lavoro, le pratiche anti-corruzione.

Il Sistema di Gestione della sostenibilità tiene conto anche delle normative e dei principali standard internazionali, in particolare:

- direttive, raccomandazioni e comunicazioni della Commissione Europea;
- linee guida dell'OCSE destinate alle imprese multinazionali;
- certificazioni ISO 9000 e ISO 14000 per i Sistemi di Gestione della qualità e ambientali;
- principi delle convenzioni dell'International Labour Organization (ILO) per il rispetto dei diritti fondamentali dei lavoratori;
- standard del Social AccountAbility 8000 (SA 8000), finalizzato a favorire il rispetto dei diritti umani e delle condizioni di lavoro da parte delle aziende e della loro filiera di fornitura;
- AA1000 AccountAbility Principles Standard (APS 2008) elaborato da AccountAbility, organizzazione internazionale che promuove la collaborazione tra gli stakeholder e la definizione di standard e linee guida in materia di sostenibilità. L'APS 2008 fissa i principi che un'Azienda deve rispettare per definirsi responsabile (accountable) per i quali si

IL RIFERIMENTO DELLA SOSTENIBILITÀ DEL GRUPPO SONO I PRINCIPALI STANDARD INTERNAZIONALI DI SETTORE. TELECOM ITALIA HA ADERITO AL GLOBAL COMPACT NEL 2002

rinvia al [§ Reporting](#);

- linee guida ISO 26000, rivolte alle organizzazioni private e pubbliche di qualunque dimensione.

Il sistema di Corporate Governance del Gruppo è fondato sul ruolo centrale del Consiglio di Amministrazione e degli Amministratori indipendenti, sulla trasparenza delle scelte gestionali, sull'efficacia del Sistema di Controllo Interno e sulla rigorosa disciplina dei potenziali conflitti di interesse. Nell'ambito del Sistema di Controllo Interno si colloca il Modello Organizzativo ex D.Lgs. 8 giugno 2001, n. 231, finalizzato a prevenire alcuni reati come la corruzione, la concussioni e i reati societari.

La tematica della sostenibilità è sottoposta alla supervisione del Comitato per il controllo e i rischi che vigila sulla coerenza delle azioni realizzate con i principi posti dal Codice Etico e di Condotta del Gruppo e con i valori in cui il Gruppo si riconosce. Il Comitato monitora inoltre l'evoluzione normativa e delle best practices in materia di corporate social responsibility, inclusi i progetti della Fondazione Telecom Italia.

2. CARTE E CODICI

Gli impegni assunti dal Gruppo verso i propri stakeholder si articolano in un sistema di Carte e Codici disponibili nella sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

Le Carte dei Servizi, che intendono semplificare e rendere sempre più diretto il rapporto con la clientela, espongono i principi di comportamento e gli impegni assunti da Telecom Italia in materia di qualità dei servizi offerti; forniscono inoltre indicazioni per quanto riguarda il miglioramento continuo degli standard di qualità e dei canali di contatto a disposizione dei clienti. Le Carte dei Servizi sono disponibili anche sui siti commerciali del Gruppo (telecomitalia.it, impresasemplice.it, tim.it).

IL SISTEMA DI CARTE E CODICI RACCOGLIE GLI IMPEGNI DEL GRUPPO NEI CONFRONTI DEGLI STAKEHOLDER

Le Condizioni Generali di Abbonamento, che disciplinano i rapporti con la clientela abbonata e si affiancano alle relative Carte dei Servizi, sono pubblicate sui siti telecomitalia.it, tim.it, impresasemplice.it e nuvolaitaliana.it. Le Condizioni Generali di Abbonamento per la telefonia fissa sono pubblicate anche all'interno degli elen-

chi telefonici.

Inoltre, in adempimento a quanto previsto da varie delibere emanate dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni in materia di qualità, sono pubblicati sui siti web di riferimento gli obiettivi annuali dei singoli servizi (telefonia vocale fissa e mobile, accesso a Internet, call center per l'assistenza alla clientela). Una selezione degli obiettivi e dei relativi livelli di raggiungimento è riportata in [Appendice](#).

Gli altri impegni assunti dal Gruppo sono contenuti nei seguenti documenti disponibili nella sezione di sostenibilità del sito Internet:

- “Responsabilità sociale nel Gruppo Telecom Italia” sul rispetto degli standard di lavoro all'interno del Gruppo, con particolare riferimento a lavoro infantile, lavoro obbligato, salute e sicurezza, libertà di associazione, discriminazione, procedure disciplinari, orario di lavoro e retribuzione.
- “Rapporti con i fornitori nel processo di acquisto del Gruppo Telecom Italia” che disciplina l'eticità negoziale del Gruppo (trasparenza, separazione dei ruoli, correttezza, tracciabilità) e i requisiti che Telecom Italia chiede ai propri fornitori in merito a standard di lavoro e ambiente.

- “Policy di Green Procurement” che ha lo scopo di minimizzare gli impatti ambientali direttamente attribuibili all’Azienda e ai propri fornitori nell’ambito del processo d’acquisto.
- “Linee guida del Gruppo Telecom Italia per i contributi volontari alla comunità” che disciplina le modalità con cui il Gruppo effettua gli investimenti a favore delle comunità in cui opera.
- “Codice di comportamento per la riservatezza dei dati relativi agli OLO (Other Licensed Operators)” che assicurano il corretto trattamento e la riservatezza dei dati da parte delle divisioni aziendali che erogano servizi agli altri operatori.
- “Linee guida del Gruppo Telecom Italia per il marketing responsabile” che delinea i principi seguiti dal Gruppo per assicurare pratiche commerciali corrette, trasparenti e leali, aggiuntivi rispetto a quelli contenuti nelle Carte e nei Codici sopra ricordati.

Ulteriori impegni sono contenuti nel “Codice di Autoregolamentazione per i servizi mobili”, nel “Codice di Condotta per i servizi a sovrapprezzo”, nel “Codice di Autodisciplina per la comunicazione commerciale” e nei codici relativi alla tutela dei minori e dei consumatori.

Nel convincimento che il successo dell’impresa non possa prescindere dall’etica nella conduzione degli affari, il Codice Etico e di Condotta sottolinea alcuni principi fondamentali per l’attività dell’Azienda con riferimento ai principali stakeholder con i quali il Gruppo interagisce. Al rispetto del Codice sono tenuti gli organi sociali, il management e i prestatori di lavoro di tutte le società del Gruppo, nonché i collaboratori e i terzi in rapporti d’affari con il Gruppo, nei limiti delle rispettive competenze, funzioni e responsabilità.

Codice Etico e di Condotta del Gruppo Telecom Italia

Il Codice Etico e di Condotta di Telecom Italia sottolinea alcuni principi fondamentali per tutte le persone che lavorano nel Gruppo; tali principi, sotto riportati, sono utili riferimenti comportamentali:

Eccellenza del servizio

Perseguiamo l’eccellenza del servizio verso i nostri clienti, creando valore per l’azionista e le comunità in cui operiamo.

Etica e Compliance

Operiamo nel rispetto delle leggi e dei principi etici di universale accettazione, ispirati a trasparenza, correttezza e lealtà.

Competizione

Promuoviamo una competizione leale, funzionale all’interesse dei clienti e di ciascun attore del mercato.

Risorse umane

Valorizziamo le persone del Gruppo, nel rispetto delle reciproche diversità, in un quadro di lealtà, di osservanza dei valori etici e di fiducia.

Comunicazione

Assicuriamo la trasparenza della nostra azione nei rapporti con i clienti, il mercato, gli investitori, la comunità, i collaboratori e in genere tutti gli stakeholder.

Comunità

Contribuiamo al benessere economico e alla crescita delle comunità nelle quali operiamo, nel rispetto dell’ambiente e dei diritti delle generazioni future.

Salute e Sicurezza

Tuteliamo la sicurezza e la salute nei luoghi di lavoro, assicurando il rispetto dell’integrità fisica e morale, dei diritti e della dignità dei lavoratori.

TABELLA DEGLI HOT TOPICS

| Temi | Stakeholder | Impegno di Telecom Italia | Riferimento |
|-------------------------------------|--|---|--|
| RELAZIONI CON I CLIENTI | Clienti | L'attenzione ai bisogni dei clienti e il miglioramento della loro soddisfazione sono tra i principali obiettivi di Telecom Italia e sono oggetto di numerosi progetti e iniziative. | Clienti/Customer satisfaction |
| DIGITAL INCLUSION | Clienti, Comunità | La diffusione delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni può creare discriminazioni di tipo sociale e geografico. Il rischio di esclusione è elevato soprattutto per alcune fasce di popolazione quali gli anziani, i malati e i diversamente abili. Telecom Italia ha realizzato numerose iniziative per assicurare un'ampia disponibilità delle nuove tecnologie. | Clienti/Servizi innovativi Comunità/Risposte agli stakeholder |
| CAMBIAMENTO CLIMATICO | Clienti, Fornitori, Ambiente, Comunità | Il Gruppo si impegna a ridurre le proprie emissioni di CO ₂ e a fornire servizi che contribuiscono a ridurre le emissioni degli altri settori. | Ambiente/Cambiamento climatico |
| RELAZIONI CON I DIPENDENTI | Risorse Umane | Anche in un momento difficile per l'economia globale il Gruppo ripone la massima attenzione alle esigenze dei dipendenti in termini di formazione, sviluppo e miglioramento del welfare aziendale. | Risorse Umane |
| SUPPLY CHAIN | Fornitori, Ambiente, Comunità | Con la globalizzazione dei mercati e delle forniture il presidio della supply chain diventa un elemento imprescindibile della sostenibilità delle imprese. Il Gruppo sta mettendo in atto una serie di azioni finalizzate alla tutela dell'ambiente e degli standard di lavoro e alla promozione dei principi del sustainable procurement. | Fornitori/Iniziative di sostenibilità Ambiente/Responsabilità di prodotto |
| PRIVACY E SICUREZZA DEI DATI | Clienti | Telecom Italia ha implementato una serie di misure per la tutela della sicurezza dei dati e della privacy di coloro che usano le reti e i servizi. | Clienti/Tutela della privacy e protezione dei dati personali |
| PROTEZIONE DEI MINORI | Clienti | La diffusione di Internet costituisce una grande opportunità ma può essere fonte di pericoli, in particolare per i più giovani. Telecom Italia ha messo in campo una serie di misure per tutelare i minori dai contenuti che possono ledere lo sviluppo psico-fisico e prevenire e rilevare eventuali abusi compiuti attraverso le reti di telecomunicazioni. | Clienti/Protezione dei minori, Comunità/Risposte agli stakeholder |
| RELAZIONI CON AZIONISTI/INVESTITORI | Azionisti | Il dialogo con gli investitori, su temi finanziari e non, riveste un'importanza strategica per una grande società quotata. Per migliorare la comunicazione con gli stakeholder Telecom Italia ha promosso momenti d'incontro dedicati su temi di corporate governance. | Azionisti/La comunicazione finanziaria |

3. HOT TOPICS

La sostenibilità interessa tutti i processi aziendali. Tuttavia alcuni temi rivestono una particolare importanza e sono oggetto di attenta considerazione nell'attuazione del modello di Corporate Responsibility. Si tratta degli "Hot Topics" della sostenibilità, individuati dal Gruppo Telecom Italia sulla base di:

- richieste effettuate dalle agenzie di rating di sostenibilità per l'ammissione agli indici di settore, attraverso i questionari di valutazione della performance del Gruppo;
- richieste degli investitori in occasione di road show dedicati o di contatti one-to-one;
- analisi dei media e dei report pubblicati dalle agenzie specializzate;
- benchmarking delle attività di sostenibilità svolte da altre aziende, nazionali ed estere;
- opinioni espresse dagli stakeholder consultati direttamente (cfr. § Stakeholder Involvement).

Gli Hot Topics riportati nella tabella a fianco, insieme ad altri aspetti delle attività aziendali, sono presi in considerazione nel processo di determinazione della materialità del reporting secondo lo standard AA1000 AccountAbility Principles Standard (APS) – (cfr. § Reporting).

4. POSIZIONAMENTO NEGLI INDICI

Gli indici di sostenibilità sono indici azionari formati da titoli selezionati non solo in base a parametri economico-finanziari ma anche in forza di criteri sociali e ambientali. La selezione è fatta da agenzie di rating specializzate che valutano le aziende sulla base delle informazioni pubbliche o di questionari, tenendo anche in considerazione le opinioni dei media e degli stakeholder. L'ammissione in tali indici rappresenta un risultato importante per le aziende, sia per le ricadute positive in termini di reputazione sia per il fatto che, oltre ai fondi pensione e ai fondi etici, sempre più investitori si indirizzano verso le aziende sostenibili considerandole meno rischiose e più promettenti nel medio/lungo termine.

La partecipazione al processo di valutazione costituisce anche un utile momento di riflessione per l'Azienda sui risultati raggiunti, infatti, a conclusione di tale processo, le indicazioni delle agenzie di rating sono prese in considerazione per pianificare le azioni di miglioramento futuro.

Nel 2013 Telecom Italia è stata confermata per il decimo anno in entrambe le categorie di indici di sostenibilità del Dow Jones:

- Dow Jones Sustainability World Index (DJSI World);
- Dow Jones Sustainability Europe Index (DJSI Europe).

Fin dall'esordio della serie Financial Times Stock Exchange for Good (FTSE4Good) Telecom Italia è presente in tutti gli indici rilevanti:

- FTSE4Good Global;
- FTSE4Good Europe.

Telecom Italia è presente inoltre nei seguenti indici:

- Euronex Vigeo:
 - › Europe 120;
 - › Eurozone 120.

- Ethibel Sustainability Indexes (ESI):
 - › Excellence Europe;
 - › Excellence Global.
- ECPI Indexes:
 - › ECPI Euro Ethical Equity;
 - › ECPI EMU Ethical Equity.

Telecom Italia è inoltre classificata come “prime” nel rating OEKOM.

Tim Participações, la holding quotata del Gruppo TIM Brasil, è stata confermata nell'indice ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial), gestito da BM&F Bovespa (Borsa di São Paulo), insieme al Ministero dell'Ambiente brasiliano e ad altri organi finanziari e di sostenibilità.

5. ALTRI RICONOSCIMENTI

Tra i principali riconoscimenti ottenuti da Telecom Italia sui temi della sostenibilità e della relativa comunicazione si ricordano i seguenti:

- secondo posto nelle classifiche italiana ed europea del “KWD Webranking 2013” che valuta e premia la migliore comunicazione corporate online. Le classifiche predisposte dalla società KWD, divisione digitale di Hallvarsson & Halvarsson, in collaborazione con Lundquist, hanno preso in considerazione rispettivamente le 100 maggiori società italiane e le 500 maggiori società europee per capitalizzazione incluse nell'indice FT Europe 500;
- premio Aretê, assegnato a AvoiComunicare di Telecom Italia per la webserie #acchiappasogni nella categoria Internet. Il riconoscimento di Nuvolaverde, in collaborazione con Confindustria e ABI, Unesco Italia, fondazioni e associazioni segnala i soggetti che si sono distinti per l'efficacia della comunicazione nel rispetto delle regole della responsabilità. Nel 2013 sono stati valutati oltre 140 programmi, iniziative sociali, progetti web, campagne ed eventi;
- certificazione Top Employers 2013, assegnata annualmente alle aziende italiane eccellenti nella gestione delle Risorse Umane.

6. REPORTING

Nel rispetto del principio di materialità, salvo ove diversamente indicato sono prese in considerazione nel reporting di sostenibilità soltanto le società controllate incluse nell'area di consolidamento con ricavi superiori a 300 mila euro e numero di dipendenti superiore a 40. Fanno eccezione le società cessate e le attività non correnti destinate a essere cedute i cui dati sono stati eliminati sia dall'anno in corso sia dai precedenti, per consentirne la comparabilità.

Secondo l'approccio triple bottom line⁽¹⁾ l'analisi e la rappresentazione dei dati economico-finanziari dell'impresa deve avvenire congiuntamente con i risultati ambientali e sociali. L'analisi complessiva della performance aziendale nelle sue tre dimensioni consente

¹
Tale approccio è stato definito per la prima volta da John Elkington nel 1994 nell'articolo “Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development”, California Management Review 36, no. 2: 90-100.

di fornire agli stakeholder un'informazione completa ed esaustiva e facilita il corretto bilanciamento di interessi che contribuisce al successo e alla stessa sopravvivenza dell'impresa nel medio e lungo periodo. Per questo motivo, già a partire dall'esercizio 2002, il Gruppo ha integrato i dati di sostenibilità nella Relazione Finanziaria Annuale, anticipando di fatto l'applicazione della Direttiva europea 51/2003, recepita in Italia con il D.Lgs. 2 febbraio 2007, n. 32.

IL REPORTING SEGUE L'APPROCCIO TRIPLE BOTTOM LINE

Il Bilancio di sostenibilità si basa su un approccio multi-stakeholder, attraverso l'analisi congiunta delle azioni realizzate nei confronti dei principali portatori d'interesse con i quali l'Azienda interagisce. È elaborato a partire da un sistema basato su indicatori (KPI - Key Performance Indicators) che misurano la capacità di risposta e il grado di raggiungimento degli obiettivi precedentemente stabiliti per le aree su cui l'Azienda produce impatti rilevanti.

I KPI sono stati definiti in base:

- all'analisi delle linee guida del Global Reporting Initiative⁽²⁾;
- alle indicazioni ricevute degli stakeholder;
- ai questionari inviati dalle principali agenzie di rating ai fini dell'ammissione agli indici azionari di sostenibilità;
- all'esperienza che l'Azienda ha maturato negli anni sul tema della sostenibilità.

²

Il Global Reporting Initiative (GRI) è un organismo internazionale che ha sviluppato delle linee guida universalmente applicabili per la stesura dei report di sostenibilità

I KPI sono gestiti su un sistema applicativo dedicato (BPC) che utilizza la stessa piattaforma per il reporting finanziario e il controlling.

AccountAbility 1000 e raccordo GRI/Global Compact

Il Bilancio di sostenibilità si basa sui principi dell'AA1000 AccountAbility Principles Standard (APS 2008), adottato dal Gruppo a partire dal Bilancio 2009, di seguito riportati:

- **inclusività:** identificazione degli stakeholder e delle loro aspettative e sviluppo di strategie di coinvolgimento volte a migliorare la performance di sostenibilità dell'Azienda;
- **materialità:** individuazione delle tematiche significative per l'organizzazione e i suoi stakeholder;
- **rispondenza:** descrizione delle iniziative messe in atto dall'Azienda per rispondere alle aspettative degli stakeholder.

L'aderenza del Bilancio di sostenibilità di Telecom Italia allo standard AA1000 è verificata dalla società di revisione PricewaterhouseCoopers (cfr. § [Relazione della società di revisione](#)).

Attraverso l'analisi di materialità Telecom Italia individua gli aspetti prioritari sui quali focalizzare le proprie azioni. L'analisi è frutto di un processo periodico di valutazione delle aspettative degli stakeholder e delle priorità interne, condotto dalla struttura di Corporate Social Responsibility in collaborazione con le altre funzioni aziendali per le rispettive aree di competenza.

Il processo prevede tre fasi chiave:

- individuazione e aggiornamento degli aspetti di sostenibilità da tenere in considerazione;
- prioritizzazione degli aspetti individuati per livello di importanza interna (Telecom Italia) ed esterna (stakeholder) al fine di individuare gli aspetti materiali;
- validazione degli aspetti materiali e individuazione delle modalità di rendicontazione dei risultati raggiunti.

Di seguito viene descritto il criterio per la definizione della materialità per gli stakeholder e per Telecom Italia:

- per gli stakeholder deriva dalla valutazione del contesto nel quale Telecom Italia opera, dall'evoluzione delle tendenze che caratterizzano il settore delle telecomunicazioni e i settori serviti dai propri prodotti e servizi, dagli impegni assunti dall'Azienda a livello nazionale e internazionale, dai feedback e dalle richieste ricevute dagli stakeholder. Gli stakeholder considerati comprendono agenzie di rating etico, istituzioni, associazioni, ONG, dipendenti, fornitori, competitor e clienti.
- per Telecom Italia è determinato sulla base dell'analisi della strategia di breve e lungo termine, tenendo in considerazione anche la performance di sostenibilità del Gruppo.

La matrice seguente illustra gli aspetti materiali identificati:



L'analisi è stata condotta partendo dai KPI indicati dal GRI.

Dai risultati riportati nel grafico, emerge un crescente interesse da parte degli stakeholder sulle tematiche connesse a prodotti e servizi ICT che tengono conto di aspetti socio-ambientali e di sicurezza. Per alcuni specifici stakeholder, ad esempio Risorse Umane e

Clienti, l'interesse è ovviamente maggiore per le tematiche che li riguardano direttamente. La tabella seguente fornisce l'indicazione dei capitoli/paragrafi e delle pagine in cui viene fatto riferimento ai principi del Global Compact e ai relativi indicatori del GRI.

| Principi del Global Compact (GC) | Indicatori rilevanti del GRI | Capitoli/paragrafi di riferimento | Pagina |
|---|---|---|------------------------------|
| 1. Promuovere e rispettare i diritti umani universalmente riconosciuti nell'ambito delle rispettive sfere di influenza. | HR1-7, LA4, LA7-9, LA13, PR1, PR8 | Riferimenti e Governance, Carte e Codici, Reporting, Stakeholder Involvement, Fornitori, Comunità, Risorse Umane | 17, 18, 22, 27, 51, 77, 99 |
| 2. Assicurarci di non essere, seppure indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani. | HR1-7 | Riferimenti e Governance, Carte e Codici, Fornitori, Risorse Umane | 17, 18, 51, 99 |
| 3. Sostenere la libertà di associazione dei lavoratori e riconoscere il diritto alla contrattazione collettiva. | HR1-3, HR5, LA4-5 | Carte e Codici, Reporting, Stakeholder Involvement, Risorse Umane | 18, 22, 27, 99 |
| 4. Eliminare tutte le forme di lavoro forzato e obbligatorio. | HR1-3, HR7 | Carte e Codici, Fornitori, Risorse Umane | 18, 51, 99 |
| 5. Eliminare il lavoro minorile. | HR1-3, HR6 | Carte e Codici, Fornitori, Risorse Umane | 18, 51, 99 |
| 6. Eliminare ogni forma di discriminazione in materia di impiego e professione. | HR1-4, LA2, LA13 | Carte e Codici, Stakeholder Involvement, Fornitori, Risorse Umane | 18, 27, 51, 99 |
| 7. Sostenere un approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali. | EC2, EN18, EN26 | Hot Topics, Reporting, Stakeholder Involvement, Fornitori, Ambiente, Risultati 2013 e Obiettivi 2014 in Appendice | 21, 22, 27, 51, 57, 127, 130 |
| 8. Intraprendere iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale. | EN3, EN5-6, EN8, EN16-19, EN22-23, EN26-29, PR3 | Stakeholder Involvement, Fornitori, Ambiente, Risultati 2013 e Obiettivi 2014 in Appendice | 27, 51, 57, 127, 130 |
| 9. Incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente. | EN5-7, EN18, EN26 | Hot Topics, Reporting, Ambiente, Comunità | 21, 22, 57, 77 |
| 10. Contrastare la corruzione in ogni sua forma, incluse l'estorsione e le tangenti. | SO2-4 | Riferimenti e Governance, Carte e Codici, Fornitori, Azionisti | 17, 18, 51, 119 |

Il Content Index (Indice dei contenuti), che costituisce uno dei documenti su cui il Gruppo viene esaminato dal GRI ai fini dell'ottenimento della qualificazione, e l'Application Level Table (Tabella dei livelli di applicazione), che riporta i requisiti richiesti per i diversi livelli di qualificazione dal GRI, sono disponibili nella sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com. A partire dal 2008 Telecom Italia è qualificata dal GRI con il livello A+ sul reporting di sostenibilità.

7. RISULTATI 2013 E OBIETTIVI 2014

Sono riportati in Appendice al presente Bilancio.

Gli obiettivi di natura qualitativa per i fornitori sono inclusi nel relativo capitolo.

8. GESTIONE DELLA SOSTENIBILITÀ

Mission e struttura

La gestione della sostenibilità in Telecom Italia è assicurata dalla struttura Corporate Social Responsibility che svolge le seguenti attività:

- promuove a livello di Gruppo la politica di corporate social responsibility;
- progetta piani e programmi di sostenibilità, collaborando con le funzioni aziendali che ne hanno la responsabilità operativa;
- contribuisce alla diffusione di un corretto approccio alla sostenibilità all'interno dell'Azienda in un'ottica di miglioramento continuo;
- assicura il reporting verso l'esterno delle attività di sostenibilità svolte;
- gestisce i rapporti con le agenzie di rating specializzate ai fini dell'ammissione agli indici azionari di sostenibilità;
- rappresenta il Gruppo nei tavoli di lavoro nazionali e internazionali sul tema.

Le linee programmatiche su cui si basa il modello di gestione della sostenibilità sono le seguenti:

- inserimento di una sintesi dei dati sulla sostenibilità nel Bilancio consolidato, a conferma della volontà del Gruppo di presentare la propria performance finanziaria congiuntamente a quella non finanziaria;
- collaborazione con gli stakeholder rilevanti attraverso progetti e iniziative a vario livello (cfr. [§ Stakeholder Involvement](#));
- definizione di obiettivi quantitativi in linea con i temi di maggiore rilievo per la sostenibilità (cfr. [Appendice](#));
- integrazione tra sostenibilità e innovazione: una specifica sezione è dedicata ai temi della responsabilità d'impresa all'interno del Piano tecnologico, documento con cui l'Azienda definisce la propria strategia in termini di mantenimento ed evoluzione della rete trasmissiva;
- conferma degli impegni internazionali in materia di sostenibilità, tra cui l'adesione al Global Compact e al relativo network italiano e al Corporate Responsibility Charter dell'ETNO (European Telecommunications Network Operators' Association);
- contributo a progetti e iniziative, su base nazionale e internazionale, sviluppati anche nell'ambito delle organizzazioni di settore (cfr. [§ Ambiente/Performance ambientale](#) e [§ Fornitori](#));
- adesione ai principali standard internazionali in materia di sostenibilità (cfr. [§ Riferimenti e Governance](#) e [§ Reporting](#));
- miglioramento continuo della propria performance, anche attraverso il benchmarking con i peer;
- contributo alla diffusione di un corretto approccio ai temi della sostenibilità attraverso la realizzazione di iniziative di comunicazione all'interno e all'esterno dell'Azienda (cfr. [§ Ambiente/Strategia](#)).

9. STAKEHOLDER INVOLVEMENT

Il coinvolgimento degli stakeholder, a partire dall'ascolto delle loro istanze, rappresenta uno dei pilastri del modello di sostenibilità di Telecom Italia.

Per facilitare il dialogo con gli stakeholder sui temi di maggiore interesse, nell'area contatti della sezione di sostenibilità del sito [telecomitalia.com](https://www.telecomitalia.com) sono riportati i riferimenti dei responsabili della funzione Corporate Social Responsibility.

Nella tabella alla pagina seguente si riportano le principali iniziative di coinvolgimento degli stakeholder nei processi aziendali, classificate secondo le linee guida raccomandate da AccountAbility (cfr. [§ Reporting](#)), ad eccezione delle iniziative relative ai Concorrenti e alle Istituzioni per le quali si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito [telecomitalia.com](https://www.telecomitalia.com).

| | | INIZIATIVE | | | |
|-------------|----------|--|--|--|---|
| | | INFORMAZIONE | CONSULTAZIONE | DIALOGO | PARTNERSHIP |
| STAKEHOLDER | AMBIENTE | Dichiarazioni ambientali di prodotto rivolte ai clienti – Linea Telecom Italia Green (Ambiente/ Responsabilità di Prodotto/Telecom Italia Green) | | Collaborazione con altri operatori di TLC sui temi di rilevanza ambientale nell'ambito delle associazioni di settore, tra cui GeSI ed ETNO (Ambiente/ Stakeholder rilevanti e Cambiamento climatico) | |
| | | | | Il progetto di comunicazione integrata AvoiComunicare stimola la discussione sui temi ambientali e sociali (telecomitalia.com) | |
| | COMUNITÀ | | Fondazione Italiax10, iniziativa di Fondazione Telecom Italia, ha coinvolto i collaboratori del Gruppo Telecom Italia a presentare progetti, in partnership con le loro onlus di fiducia, in tre ambiti: Diritti violati, Cura e assistenza degli anziani non autosufficienti e Contrasto alla povertà (Comunità/Risposte agli stakeholder) | I progetti “Navigare Insieme” e “Navigare Sicuri” hanno coinvolto giovani, adulti e anziani sull’educazione digitale e della navigazione sicura in Internet (Comunità/Risposte agli stakeholder) | Numerosi progetti realizzati in partnership con aziende, università, centri di ricerca e organizzazioni non governative e della società civile (Comunità/Risposte agli stakeholder e Ricerca e Sviluppo) |

INIZIATIVE

| | INFORMAZIONE | CONSULTAZIONE | DIALOGO | PARTNERSHIP |
|---------------|--|---|--|---|
| RISORSE UMANE | Attività di comunicazione interna (Risorse Umane/ Comunicazione interna) | Progetto "Archimede" (Risorse Umane/ Progetti e attività di ascolto) | Caselle mail, Intranet, blog, community virtuali, convention multimediali per dialogare con i dipendenti (Risorse Umane/ Progetti e attività di ascolto) | Programmi di selezione e formazione realizzati con centri di ricerca, università, associazioni e fondazioni del terzo settore (Risorse Umane/ Selezione) |
| | Corsi in materia di salute e sicurezza (Risorse Umane/Tutela della salute e della sicurezza) | Iniziativa realizzata da parte del Centro People Caring per rispondere alle esigenze dei dipendenti (Risorse Umane/People Caring) | Sessioni informative e di confronto con le organizzazioni sindacali su temi d'interesse (Risorse Umane/ Relazioni industriali) | Nell'ambito della partnership strategica con Bocconi, è stata istituita una nuova cattedra intitolata "TIM Chair in Market Innovation". Oggetto di studio è la comprensione degli strumenti e degli approcci strategico-organizzativi aziendali che favoriscono l'innovazione e la creazione di nuovi mercati, strategie e marketing (Risorse Umane/ Selezione) |
| | | Iniziativa per migliorare la gestione della diversità in Azienda (Risorse Umane/People Caring) | Servizio di counselling per affrontare le situazioni di disagio personale e lavorativo vissute dai dipendenti (Risorse Umane/People Caring) | Iniziativa di volontariato con il coinvolgimento di dipendenti e di partner esterni (Risorse Umane/People Caring) |
| | | Coinvolgimento dei dipendenti nel programma di valutazione dello stress da lavoro (Risorse Umane/Tutela della salute e della sicurezza) | | Prosegue il progetto "I care myself", condiviso con le principali organizzazioni sindacali, che permette ai dipendenti di iscriversi gratuitamente ad alcune facoltà universitarie (Risorse Umane/ Formazione) |

| | | INIZIATIVE | | | |
|-------------|-----------|---|--|---|---|
| | | INFORMAZIONE | CONSULTAZIONE | DIALOGO | PARTNERSHIP |
| STAKEHOLDER | CLIENTI | Informazione sulle Carte dei Servizi e le Condizioni Generali di Abbonamento tramite i siti web del Gruppo (Introduzione/Carte e Codici) | La soddisfazione dei clienti viene rilevata sistematicamente (Clienti/Customer satisfaction) | Collaborazione con le associazioni dei consumatori (Clienti/Procedure di conciliazione) | Partecipazione a gruppi di lavoro nazionali e internazionali, in partnership con agenzie ONU, associazioni non governative e di settore sul tema della tutela dei minori da possibili abusi compiuti attraverso Internet (Clienti/Protezione dei minori su telecomitalia.com) |
| | | | | Utilizzo di strumenti web basati sui social network da parte degli operatori del customer care per dialogare con i clienti e condividere conoscenze (Clienti/Qualità del servizio e su telecomitalia.com) | Progetti in partnership con istituzioni e altre aziende per la sperimentazione e la realizzazione di servizi innovativi (Clienti/Servizi innovativi) |
| | FORNITORI | Scambio di informazioni e di documentazione con i fornitori attraverso il portale "Vendors hub" (Fornitori/Iniziativa di coinvolgimento) | Settima edizione del sondaggio di soddisfazione sull'area Acquisti e più in generale su Telecom Italia da parte dei principali fornitori del Gruppo (Fornitori/Iniziativa di coinvolgimento) | Arete di collaborazione dedicate ai principali fornitori disponibili sul portale Vendors Hub (Fornitori/Iniziativa di coinvolgimento) | Progetto JAC che prevede attività di CSR audit condotte sugli stabilimenti di fornitori e subfornitori comuni sulla base di un accordo firmato con altri operatori di TLC (Fornitori/Verifiche di sostenibilità) |
| | | | Invio di un questionario di autovalutazione ai fornitori a maggior rischio in termini di sostenibilità (Fornitori/Iniziativa di coinvolgimento) | | |
| | AZIONISTI | Il club degli azionisti "TI Alw@ys ON" (telecomitaliaclub.it) fornisce importanti informazioni agli investitori individuali e al pubblico in generale (Azionisti/Comunicazione finanziaria) | | Conference call trimestrali, incontri presso le sedi istituzionali del Gruppo (reverse road show), partecipazioni a conferenze di settore per un totale di oltre 400 investitori incontrati (Azionisti/Comunicazione finanziaria) | |
| | | Comunicazione finanziaria online (Azionisti/Comunicazione finanziaria) | | Momenti d'incontro con gli stakeholder su temi di corporate governance (Azionisti/Comunicazione finanziaria) | |

10. DUE DILIGENCE DEI DIRITTI UMANI

Nel 2005 Kofi Annan, allora Segretario Generale delle Nazioni Unite, nominò il Prof. John Ruggie dell'Università di Harvard proprio Rappresentante Speciale per il Business e i Diritti Umani, per la realizzazione dei relativi Principi Guida, successivamente approvati dal Consiglio dei Diritti Umani delle Nazioni Unite nel 2011.

Tali Principi forniscono alle aziende una panoramica sull'attività di due diligence del rispetto dei diritti umani e offrono un modello di gestione del rischio d'influenza negativa sugli stessi.

Nello specifico, Telecom Italia:

- dal 2008 al 2011 ha partecipato al Global Compact Human Rights Working Group delle Nazioni Unite e, successivamente, al Peer Learning Group on Business and Human Rights costituito all'interno del Global Compact Network Germania;
- nel 2012 ha partecipato al primo Company Coaching and Capacity Assessment on Business and Human Rights, organizzato dal Global Compact Network Germania durante il quale fu presentato il tool OCAI (Organisational Capacity Assessment Instrument) per la due diligence sui diritti umani nelle imprese. I principali obiettivi che la due diligence si prefigge sono:
 - › aumentare la consapevolezza dell'impresa/funzione aziendale in relazione alla propria collocazione sul rispetto dei diritti umani;
 - › evidenziare gli eventuali divari o coerenze all'interno dell'impresa;
 - › aiutare a valutare e migliorare la capacità dell'impresa/funzione aziendale a gestire gli impatti prodotti sui diritti umani;
 - › permettere il confronto con imprese simili (peer);
 - › definire l'aspirazione appropriata dell'impresa/funzione aziendale e il percorso per soddisfarla;
- nel 2013 ciascuna delle nove funzioni aziendali selezionate⁽³⁾ ha compilato il questionario individualmente e in coerenza con la propria mission. La prima fase della due diligence si è conclusa con i feedback che la funzione Corporate Social Responsibility ha fornito alle strutture coinvolte. Sono attualmente in corso di definizione le azioni mirate a migliorare l'attuale performance⁽⁴⁾ sul tema dei diritti umani.

La due diligence è in corso di ultimazione anche nel Gruppo TIM Brasil.

3

BSO/Vendor Assessment & Processes Governance; Compliance/Compliance 231; PRA/Privacy; PRA/Tutela del Consumatore (per il servizio VAS); PRA/Tutela del Consumatore (per l'accesso ai servizi TLC); PV/Health & Safety; PV/Pari Opportunità; PV/Relazioni Industriali; PV/Relazioni Industriali (per la policy sui Diritti Umani).

4

Su una scala da 1 a 6 (dove 1 è il livello minimo e 6 il massimo) il voto medio di tutte le risposte fornite dalle Funzioni coinvolte è stato 4,3 (definito dal tool OCAI livello "Proactive Experimentation").

11. VALORE ECONOMICO PRODOTTO E DISTRIBUITO

5

Non è evidenziato nella tabella il valore distribuito allo stakeholder Comunità per il quale si rinvia al relativo capitolo.

Di seguito si riporta il valore economico prodotto e distribuito agli stakeholder⁽⁵⁾. Dal 2008 è stata adottata la modalità di presentazione raccomandata dal Global Reporting Initiative (GRI), con opportuni adattamenti.

| | 2013 | 2012 |
|--|---------------|---------------|
| (milioni di euro) | | |
| VALORE ECONOMICO PRODOTTO DIRETTAMENTE | | |
| A) TOTALE RICAVI E PROVENTI OPERATIVI | 23.731 | 26.044 |
| B) INTERESSI ATTIVI E DIVIDENDI INCASSATI | 149 | 167 |
| C) PLUSVALENZE (MINUSVALENZE) DA REALIZZO DI ATTIVITÀ NON CORRENTI | (82) | 52 |
| D) VALORE ECONOMICO PRODOTTO DIRETTAMENTE (A+B+C) | 23.798 | 26.263 |
| VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO | | |
| E) COSTI OPERATIVI | 10.976 | 12.067 |
| F) COSTI DEL PERSONALE | 3.087 | 3.333 |
| G) AZIONISTI E FINANZIATORI | 2.508 | 3.047 |
| H) IMPOSTE E TASSE | 961 | 988 |
| I) VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO (E+F+G+H) | 17.532 | 19.435 |
| VALORE ECONOMICO NON DISTRIBUITO (D-I) | 6.266 | 6.828 |

| | 2013 | 2012 |
|----------------------------|--------------|--------------|
| (milioni di euro) | | |
| SALARI E STIPENDI | 2.183 | 2.386 |
| ONERI SOCIALI | 788 | 847 |
| ALTRI ONERI | 116 | 100 |
| COSTI DEL PERSONALE | 3.087 | 3.333 |

| | 2013 | 2012 |
|----------------------------------|---------------|---------------|
| (milioni di euro) | | |
| ACQUISTI DI MATERIE E SERVIZI | 10.377 | 11.289 |
| ALTRI COSTI OPERATIVI(*) | 1.190 | 1.355 |
| VARIAZIONE DELLE RIMANENZE | (48) | 4 |
| ATTIVITÀ REALIZZATE INTERNAMENTE | (543) | (581) |
| COSTI OPERATIVI | 10.976 | 12.067 |

*

Comprende principalmente svalutazioni e oneri connessi alla gestione dei crediti non finanziari per 380 milioni di euro (501 milioni di euro nel 2012), accantonamenti per rischi per 100 milioni di euro (197 milioni di euro nel 2012) e contributi e canoni per l'esercizio di attività di TLC per 482 milioni di euro (548 milioni di euro nel 2012), al netto di "Imposte indirette e tasse" per 128 milioni di euro (119 milioni di euro nel 2012) incluse nella voce "Imposte e tasse".

| | 2013 | 2012 |
|---------------------------------|--------------|--------------|
| (milioni di euro) | | |
| DIVIDENDI DISTRIBUITI | 595 | 993 |
| INTERESSI PASSIVI | 1.913 | 2.054 |
| AZIONISTI E FINANZIATORI | 2.508 | 3.047 |

| | 2013 | 2012 |
|--------------------------------------|------------|------------|
| (milioni di euro) | | |
| IMPOSTE DIRETTE | 833 | 869 |
| IMPOSTE INDIRETTE E TASSE | 128 | 119 |
| IMPOSTE E TASSE | 961 | 988 |
| DI CUI RELATIVE AD ATTIVITÀ ITALIANE | 819 | 792 |
| DI CUI RELATIVE AD ATTIVITÀ ESTERE | 142 | 196 |

Stakeholder esterni







I servizi innovativi

dell'Azienda per migliorare la vita
delle persone

1. CLIENTI

1.1 STRATEGIA

Le Società del Gruppo Telecom Italia fondano l'eccellenza dei prodotti e servizi offerti sull'attenzione alla clientela.

L'obiettivo perseguito è di garantire una risposta immediata e competente alle esigenze dei clienti, uniformando i propri comportamenti a correttezza negoziale, trasparenza nei rapporti e negli impegni contrattuali, cortesia e collaborazione, nella logica della centralità del cliente e nel pieno rispetto dei principi stabiliti dalle procedure aziendali. In tale contesto è altresì valorizzata l'attività di collaborazione con le associazioni dei consumatori anche attraverso la stipula di accordi specifici in materia.

1.2 STAKEHOLDER RILEVANTI

Gli stakeholder rilevanti sono:

- i clienti consumer (residenziali), con particolare attenzione ai clienti con bisogni specifici (diversamente abili, anziani, minori, ecc.);
- i clienti business, top (grandi clienti) e Pubblica Amministrazione;
- le associazioni dei consumatori.

1.3 QUALITÀ DEL SERVIZIO

Telecom Italia ha ampliato il sistema di ascolto del cliente che prevede indagini di soddisfazione sui processi e i servizi erogati, sistemi di monitoraggio della Customer Experience, attraverso i quali è approfondita l'interazione cliente-azienda, e sistemi di ascolto tramite web per cogliere con tempestività le opportunità di miglioramento.

Per conoscere le principali attività realizzate nel 2013 finalizzate al miglioramento della customer experience del cliente, si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

Il governo da parte del top management dei temi di qualità connessi all'ascolto dei clienti è realizzato attraverso lo Steering Committee Quality Governance, presieduto dall'Amministratore Delegato, che si riunisce con periodicità mensile con lo scopo di:

- indirizzare e supervisionare le iniziative/attività orientate al miglioramento end-to-end della qualità dei processi;
- monitorare i risultati di qualità ottenuti, analizzandoli anche in relazione ai requisiti di qualità richiesti dalle Autorità garanti, ai reclami di maggiore significatività/ricorrenza della clientela e, più in generale, ai feedback provenienti da tutti gli stakeholder;
- supervisionare il processo di certificazione di qualità nel lancio dei nuovi prodotti/servizi offerti alla clientela, in particolare di quelli a maggiore impatto in termini d'immagine e posizionamento competitivo sul mercato.

Dal 2012 Telecom Italia realizza il monitoraggio delle "conversazioni" nel web riguardanti i temi di qualità del settore TLC relativi al mercato fisso e mobile e ai segmenti consumer e business. L'osservazione si avvale di uno strumento di ricerca e analisi semantica degli argomenti maggiormente discussi in rete e di analisi del "tono" (web sentiment) delle conversazioni su Telecom Italia e i competitor. L'obiettivo è conoscere tempestivamente la percezione dei clienti sulle offerte e i servizi, ottenendo approfondimenti su temi specifici a supporto del business.

L'utilizzo dei social network nel customer care

Telecom Italia nel 2013 ha rafforzato la propria presenza nei social network (Facebook e Twitter), in particolare curando l'assistenza ai clienti. I risultati mostrano un alto livello di gradimento, con incrementi sensibili rispetto ai valori del 2012, dovuto anche alla maggiore capacità di fornire le risposte alla clientela. Sono stati registrati ottimi risultati nei tempi e nel numero di risposte di assistenza fornite, tanto da far considerare TIM tra i 10 migliori brand su Facebook a livello mondiale^(*). L'attività sui social network ha anche curato gli approfondimenti e le informazioni sulle offerte disponibili, garantendo alla clientela uno strumento di facile consultazione e approfondimento per gli aspetti commerciali.

Telecom Italia ha inoltre consolidato la leadership in termini di community generale (oltre 4 milioni di likers e più di 700.000 followers) con i seguenti brand: Telecom Italia, TIM, Impresa Semplice, Cubovision, Cubomusica, Working Capital, Seria A TIM, Nuvola Italiana.

Per informazioni sugli strumenti social a disposizione degli operatori dei call center, in particolare TUO, si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

^{*}
Fonte: SocialBakers.

Nel 2013 sono stati letti e analizzati oltre 1,6 milioni di documenti provenienti da circa 19.500 fonti.

1.4 CUSTOMER SATISFACTION

L'ascolto del cliente in Telecom Italia

Il sistema di ascolto finalizzato al monitoraggio della soddisfazione del cliente ha per oggetto le seguenti aree:

- processi ed eventi operativi rilevati "a caldo", cioè in un momento immediatamente successivo a un evento specifico (es. delivery, assurance, vendita, assistenza commerciale);
- canali di contatto con il cliente (es. punti vendita, customer care, web, fatturazione);
- offerte e servizi chiave (es. broadband fisso e mobile);
- ciclo di vita (customer journey) monitorato nelle fasi caratterizzanti la relazione del cliente con il proprio gestore;
- customer satisfaction "a freddo", cioè non collegata a un evento specifico, rilevata attraverso il Customer Satisfaction Index - CSI - che adotta gli standard internazionali d'indagine statistica (modello ACSI – American Customer Satisfaction Index) per rilevare la percezione di qualità sui principali driver di soddisfazione riferibili ai diversi segmenti di clientela (consumer fisso, consumer mobile, small enterprise fisso e mobile, large/medium enterprise e vertical), anche in relazione ad analoghi servizi offerti dai principali concorrenti (tranne che per il segmento vertical). Il CSI è certificato in conformità alla norma UNI 11098:2003 (linee guida per la rilevazione della soddisfazione del cliente e la misurazione degli indicatori del relativo processo).

Nel 2013 le survey di Customer Satisfaction sono state rivisitate al fine di ampliare la rilevazione della Customer Experience.

Si riportano di seguito i valori del CSI per segmento relativi a Telecom Italia.



SEGMENTO CLIENTELA

| | 2013 | 2012 ^(*) |
|------------------------------------|--------------|---------------------|
| CONSUMER | 75,84 | 75,45 |
| SMALL ENTERPRISE | 65,56 | 65,88 |
| LARGE/MEDIUM ENTERPRISE + VERTICAL | 71,75 | 71,38 |
| TOTALI | 73,01 | 72,76 |

La soddisfazione media è misurata su scala 0-100, dove 0 corrisponde a "per niente soddisfatto" e 100 corrisponde a "completamente soddisfatto".

*

Per la lettura del trend, il risultato 2012 è stato ricalcolato in funzione del nuovo modello CSI 2013.

I dati della seguente tabella si riferiscono al valore progressivo annuo della soddisfazione complessiva della clientela, rilevata "a caldo" sui servizi di customer care di Telecom Italia.

TIPOLOGIA CLIENTELA CUSTOMER CARE

| | Soddisfazione complessiva | |
|-------------------------------|---------------------------|------|
| | 2013 | 2012 |
| 187 TELEFONIA FISSA CONSUMER | 8,48 | 8,46 |
| 119 TELEFONIA MOBILE CONSUMER | 8,72 | 8,69 |
| 191 TELEFONIA FISSA BUSINESS | 8,18 | 8,10 |
| 191 TELEFONIA MOBILE BUSINESS | 8,13 | 8,22 |

Soddisfazione media misurata su scala 1-10, dove 1 corrisponde a "per niente soddisfatto" e 10 corrisponde a "completamente soddisfatto".

La customer satisfaction nei sistemi d'incentivazione

Nell'ambito dei sistemi d'incentivazione manageriale di Telecom Italia è diffusa la presenza di obiettivi legati alla soddisfazione del cliente, in coerenza con il piano industriale di periodo. Gli obiettivi sono misurati per mezzo degli indici di customer satisfaction, monitorati attraverso le rilevazioni periodiche: il CSI complessivo per l'Azienda e gli indicatori di customer satisfaction specifici per segmento di clientela.

Per processi e attività particolarmente critici (front-end commerciale e tecnico) sono previsti ulteriori obiettivi specifici legati a parametri di qualità, coerenti con i criteri stabiliti per gli indicatori di customer satisfaction aziendale e di segmento.

Anche nel sistema d'incentivazione collettiva del personale della Divisione Caring Service e di Open Access (canvass) sono previsti obiettivi specifici legati alla customer satisfaction.

Per quanto riguarda i dati relativi alla customer satisfaction del Brasile si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

1.5 CERTIFICAZIONI

Per le aree aziendali che hanno un impatto rilevante sulla comunità, attraverso prodotti e servizi offerti, il Gruppo ha ottenuto le certificazioni che assicurano l'adozione di procedure e comportamenti in linea con le aspettative degli stakeholder.

Di seguito si riportano le certificazioni conseguite per le principali attività:

- attenzione al cliente e alla qualità dei prodotti e servizi offerti: norma UNI EN ISO 9001:2008;
- tutela degli aspetti ambientali: norma UNI EN ISO 14001:2004;
- gestione dell'energia basata su normative nazionali: norma ISO 50001;
- salute e sicurezza sul lavoro: norma BS OHSAS 18001:2007;
- tutela del capitale umano da parte delle aziende e dei loro fornitori: standard SA 8000;
- sicurezza delle informazioni: norma ISO 27001:2005;
- servizi di Information Technology: norma ISO/IEC 20000-1:2005;
- qualità dei servizi di call center: norma EN 15838:2010;
- processi di produzione del software e delle soluzioni informatiche: certificazioni CMMI-DEV (Capability Maturity Model Integration - Development).

Informazioni dettagliate sulle certificazioni conseguite dalle diverse funzioni/società del Gruppo sono disponibili nella sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

1.6 DIGITAL INCLUSION

La diffusione delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni crea opportunità di progresso per la popolazione. Telecom Italia è consapevole della necessità di gestire questa diffusione in maniera ottimale contribuendo a coordinare le azioni di tutti gli attori dell'ecosistema della banda larga, anche per evitare di esporre la comunità a divari di natura geografica e socio-culturale.

Digital Inclusion geografica

Per fronteggiare il divario tecnologico generatosi nelle cosiddette zone marginali del territorio italiano, che altrimenti resterebbero escluse dai programmi ordinari degli operatori di telecomunicazione a causa della scarsa redditività degli investimenti, tra il 2005 e il 2013 Telecom Italia ha realizzato un programma d'investimenti straordinari che ha permesso di fornire la copertura ADSL a circa 4.000 nuovi comuni che rappresentano oltre il 12% della popolazione (più di 6 milioni di cittadini).

A dicembre 2013 Telecom Italia ha attivato circa 9.300 centrali, più del doppio rispetto alle 4.500 centrali abilitate all'offerta di servizi a banda larga presenti a fine 2005. Inoltre, al piano di estensione delle coperture, Telecom Italia ha affiancato un piano integrativo di ampliamento della rete attiva, laddove necessario a garantire la piena fruibilità del servizio da parte dei clienti e lo sviluppo della digital inclusion.

Nella tabella seguente si riportano le percentuali di copertura a dicembre 2013.

| | |
|----------------------------|-------|
| Copertura ADSL(*) | 98,40 |
| Copertura UMTS e HSDPA(**) | 87,50 |
| Copertura LTE(**) | 49,00 |

*

La percentuale si riferisce alle linee telefoniche fisse.

**

La percentuale si riferisce alla popolazione residente. I valori di copertura possono subire variazioni con riferimento agli aggiornamenti ISTAT e di urbanizzazione.

Per favorire la digital inclusion e la copertura delle aree geografiche a “fallimento di mercato” Telecom Italia non può prescindere da interventi congiunti “pubblico-privato”.

Le modalità di intervento finora seguite sono state essenzialmente due, entrambe pienamente in linea con le norme europee in materia di concorrenza:

- la prima è caratterizzata da un approccio “centrale” che vede la presenza di Infratel Italia S.p.A. (Infrastrutture e Telecomunicazioni per l'Italia)⁽⁶⁾ con il ruolo di soggetto pubblico che realizza le infrastrutture passive di rete a banda larga (cavi in fibra ottica), organiche e integrate sul territorio nazionale, con l'obiettivo di aumentare la digital inclusion nelle aree a minore redditività del Paese;
- la seconda modalità è caratterizzata da un approccio “locale”, fondato sulle Regioni che promuovono i progetti volti ad aumentare la digital inclusion, per esempio attraverso forme di finanziamento imperniate su gare pubbliche secondo il c.d. “modello claw-back” che prevede l'assegnazione di contributi a compensazione della mancata redditività degli investimenti.

6

La società è stata costituita su iniziativa del Dipartimento Comunicazioni del Ministero dello Sviluppo Economico (MISE) e di Invitalia, l'Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa, ed è il soggetto attuatore del Programma Banda Larga.

Per ulteriori informazioni si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

Digital Inclusion socio-culturale

In un mondo in cui la tecnologia agevola i contatti con le persone, Telecom Italia contribuisce al superamento delle barriere socio-culturali che limitano la possibilità di partecipare alla società dell'informazione e di goderne i benefici attraverso la diffusione della banda larga e dei servizi associati. Alcuni esempi di servizi innovativi finalizzati a promuovere la digitalizzazione di importanti settori di attività (per es. quello sanitario) sono riportati nel paragrafo seguente.

Per quanto riguarda, invece, le iniziative attuate da Telecom Italia per l'inclusione sociale di clienti con bisogni specifici (non udenti, diversamente abili, anziani, minori, ecc.) si rinvia al § [Comunità](#) e alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

1.7 SERVIZI INNOVATIVI

Smart Services

Nell'ambito dei servizi indirizzati al settore pubblico, in conformità all'ADI (l'Agenda Digitale Italiana) e alle Direttive europee, nel 2013 Telecom Italia ha consolidato e razionalizzato l'offerta degli Smart Services, famiglia di servizi che cura l'efficienza energetica e i servizi digitali della città, ai quali ha affiancato Urban Security e Scuola Digitale, che erogano nuovi servizi dedicati alla sicurezza, all'ambiente, alla mobilità e alla scuola, fornendo una risposta globale alle esigenze del territorio e delle città. L'obiettivo è promuovere il modello di "città intelligenti" per il miglioramento della qualità della vita attraverso lo sviluppo di servizi digitali innovativi che traghettino i Comuni verso un modello di Smart Community (come indicato dall'Agenda Digitale), in grado di abilitare nuove forme di collaborazione tra cittadini e amministratori pubblici.

Smart
SERVICES

| Smart Town | Smart Building | Nuvola IT Urban Security | Nuvola IT scuola digitale |
|---|---|---|---|
| <p>Gestione integrata delle reti infrastrutturali del territorio.</p> <p>Servizi abilitati:</p> <ul style="list-style-type: none"> • pianificazione dei consumi di energia elettrica e manutenzione; • videosorveglianza; • comunicazione digitale con i cittadini e i fruitori in genere (es. i turisti); • hot spot Wi-Fi (accesso alla banda larga). | <p>Gestione intelligente e automazione degli edifici.</p> <p>Servizi abilitati:</p> <ul style="list-style-type: none"> • monitoraggio e riduzione dei consumi (elettricità, acqua, ecc.), principalmente per la Pubblica Amministrazione Centrale; • videosorveglianza; • comunicazione digitale; • estensione della rete informatica (LAN) dell'edificio tramite l'utilizzo della rete elettrica, attraverso un dispositivo da collegare alla presa dell'impianto elettrico. | <p>Gestione della sicurezza partecipata e controllo del territorio urbano.</p> <p>Servizi abilitati:</p> <ul style="list-style-type: none"> • gestione informatizzata del processo di attività sanzionatoria relativa al Codice della Strada (CdS) ed Extra CdS per la Pubblica Amministrazione Locale; • gestione partecipata delle problematiche urbane, con segnalazione dei fenomeni di sicurezza, inciviltà e degrado urbano; • monitoraggio territoriale e ambientale in tempo reale, rivolto al contesto urbano e naturale delle città (umidità, temperatura, inquinamento acustico, CO₂, gas inquinanti, ecc.); • monitoraggio dell'occupazione dei parcheggi su suolo pubblico. | <p>Gestione digitale integrata della didattica e dell'amministrazione della scuola.</p> <p>Servizi abilitati:</p> <ul style="list-style-type: none"> • connettività a banda larga e mobile; • cloud per la didattica (servizi e soluzioni, storage per i contenuti multimediali); • strumenti per la didattica digitale (teledidattica, didattica collaborativa e partecipata con piattaforme di education, social learning); • informatizzazione delle aule (LIM[*], notebook e tablet); • sistemi di interazione scuole-famiglie; • digitalizzazione dei servizi amministrativi. |

*
Lavagna Interattiva Multimediale.

Per ulteriori informazioni in merito agli Smart Services si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

I servizi innovativi di e-health

Telecom Italia, anche insieme a partner esterni, è attiva nella definizione e nello sviluppo di soluzioni complete per i servizi sanitari a livello nazionale, regionale e locale. I servizi, orientati al miglioramento della sanità italiana e della qualità ed efficacia delle cure sanitarie, offrono a medici, infermieri e pazienti la possibilità di svolgere numerose attività da remoto.

Tra le principali applicazioni di sanità elettronica disponibili o in fase di sviluppo si evidenziano:

- i prodotti e i servizi a valore, rivolti alla medicina generale, per abilitare i nuovi modelli di cure primarie e l'offerta di servizi proattivi di medicina (es. campagne di screening della popolazione gestite dai medici di base);
- l'archiviazione legale d'immagini diagnostiche digitali in rete, garantendo l'autenticità e l'integrità dei documenti;
- la gestione dei processi sanitari, amministrativi, logistici e delle informazioni sanitarie di un paziente, per tutta la sua degenza;
- la gestione e il coordinamento delle centrali operative dedicate all'emergenza sanitaria (118) e alla continuità assistenziale;
- il telemonitoraggio sanitario (Nuvola IT Home Doctor e Fisis@Home).

Tutte le soluzioni rispettano i requisiti di privacy dei dati e sicurezza delle transazioni, richiesti dai processi sanitari.

Nuvola IT Home Doctor

Permette ai pazienti affetti da patologie croniche, o in deospedalizzazione protetta, di effettuare il monitoraggio dei parametri fisiologici (peso corporeo, pressione arteriosa, frequenza cardiaca, saturazione dell'ossigeno ematico, glicemia, spirometria, elettrocardiogramma, ecc.) direttamente dalla propria abitazione o in strutture appositamente attrezzate (ambulatori, studi medici, ecc.). Il sistema è composto da una piattaforma tecnologica e un software configurati sul cellulare (in alternativa su pc o tablet) del paziente e sul pc del personale sanitario. I pazienti, in base ai piani stabiliti dal medico, ricevono sul proprio cellulare i messaggi di promemoria delle misurazioni da effettuare, le rilevano con apparati elettromedicali portatili dotati di interfaccia bluetooth e attraverso il telefonino le comunicano in modo automatico alla piattaforma di rete.

Il servizio presenta benefici in termini di miglioramento della qualità della vita dei pazienti e di ottimizzazione dei costi della struttura sanitaria.

Per potenziare le funzionalità del servizio e

incrementare la presenza di Telecom Italia nel settore delle soluzioni socio-assistenziali, sono in corso attività di sperimentazione in diversi ambiti, quali:

- l'inserimento di nuovi dispositivi volti a aumentare le patologie monitorabili (es. il controllo delle piaghe diabetiche attraverso fotografie superficiali della cute);
- l'utilizzo delle nuove TV connesse a internet per migliorare l'usabilità dei servizi sanitari tramite diverse modalità di visualizzazione delle misure e accesso ai servizi;
- i servizi per la prevenzione e il benessere orientati a fornire soluzioni a persone sane che le aiutino a mantenere, se non migliorare, il loro stato di salute, soprattutto in ambiti non convenzionali come le scuole o gli ambienti di lavoro;
- i servizi per supportare la mobilità dei pazienti con gravi limitazioni che smarriscono la strada con molta facilità e possono trovarsi in luoghi pericolosi, tramite soluzioni basate sulla localizzazione e meccanismi di aiuto da parte dei famigliari o di Centri Servizio.

Sanità digitale

La disponibilità delle informazioni (dati e documenti) è un fattore abilitante della nuova sanità, che tra i suoi obiettivi prioritari ha la maggiore adeguatezza, il supporto al re-engineering dei processi di prevenzione, diagnosi, cura e assistenza, l'empowerment del paziente. Telecom Italia è presente in modo attivo nell'evoluzione dei servizi tramite l'innovazione di diversi ambiti tecnologici ICT che possono migliorare e rendere maggiormente efficiente il sistema sanitario. Rilevanti esempi sono le seguenti soluzioni per:

- Big&Open Data, che permettono di analizzare grandi quantità di dati eterogenei di tipo medicale o farmacologico, provenienti da fonti aperte e distribuite;
- Cloud che permettono di erogare servizi in modalità distribuita, rendendo le soluzioni maggiormente scalabili ed economiche;
- l'Identità digitale sicura su mobile Health, che permettono di abilitare in modo semplice e sicuro l'accesso ai servizi digitali della Pubblica Amministrazione (ad esempio tramite un'autenticazione forte di Secure SIM).

Per ulteriori esempi di servizi di e-health (es. prevenzione di disturbi alimentari nelle scuole e geolocalizzazione delle persone affette da determinate patologie) si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

1.8 RICERCA E INNOVAZIONE NELLA E-SECURITY

Telecom Italia è impegnata nelle attività di ricerca e innovazione riguardanti la sicurezza delle informazioni e delle reti. Tra le attività realizzate nel corso del 2013 sono da evidenziare:

- l'analisi e la definizione di modelli di sicurezza per la standardizzazione delle future embedded SIM (eSIM)⁽⁷⁾;
- l'ampliamento degli strumenti e delle modalità di riconoscimento e analisi del malware⁽⁸⁾ sulle reti fisse e mobili;
- l'evoluzione delle tecniche per l'analisi del livello di rischio delle applicazioni per smartphone e tablet;
- l'ideazione e la realizzazione di approcci e strumenti per l'indagine di sicurezza attraverso l'analisi visuale dei dati (Security Visual Analytics);
- la predisposizione di strumenti per il monitoraggio e l'analisi del web e delle altre fonti liberamente accessibili alla ricerca di informazioni rilevanti per la sicurezza ICT (Open Source Intelligence);
- la definizione, nell'ambito del gruppo di lavoro ETSI (European Telecommunications Standards Institute) - ISG (Industry Specification Groups), di un framework completo relativo agli indicatori di sicurezza da utilizzare per la misura delle performance e il benchmarking delle operation di security;
- la prosecuzione delle attività internazionali nell'ambito delle iniziative finanziate dalla Comunità Europea: progetto IST NEMESYS (Information Society Technologies, enhanced Network security for seamless service provisioning in the smart Mobile EcoSYSTEM) e progetto CIP (Competitiveness and Innovation framework Programme) Advanced Cyber Defence Center;
- l'ampliamento dell'attività di presidio e indirizzo di standard e forum con i lavori svolti in ambito ETSI, GSMA Security Group, 3GPP (The 3rd Generation Partnership Project), ETIS (The Global IT Association for Telecommunications), ENISA (European Network and Information Security Agency) e CSA (Cloud Security Alliance);
- l'avvio della collaborazione con l'EIT (European institute of Innovation and Technology), ICT Labs e la guida della Action Line su Privacy, Security & Trust.

7

I casi d'uso riportati nelle specifiche dell'architettura e requisiti includono:

- la fornitura via etere da remoto di una (o più) credenziali dell'operatore in una SIM;
- il comando da remoto via etere dell'abilitazione/disabilitazione delle credenziali del gestore, all'interno della SIM, consentendo il cambiamento dell'operatore attivo;
- la cancellazione via etere delle credenziali di un operatore all'interno della SIM.

8

Software creato con il solo scopo di compromettere la sicurezza di un computer o sistema informatico. Il termine deriva dalla contrazione delle parole inglesi malicious e software.

1.9 PROTEZIONE DEI MINORI

Numerose sono state le iniziative poste in essere dalle società del Gruppo Telecom Italia per la tutela dei minori da contenuti che possono ledere lo sviluppo psico-fisico (per esempio contenuti violenti, razzisti o offensivi dei sentimenti religiosi, pornografici, ecc.).

Tra queste, sono state adottate precise linee guida per la classificazione e la verifica dei contenuti erogati che riguardano sia quelli offerti direttamente dalle società del Gruppo sia quelli di proprietà di terzi che offrono servizi propri, acquistando spazi all'interno dei portali di Telecom Italia. Tali linee guida sono regolarmente aggiornate per tener conto di nuovi codici, norme e piattaforme.

In Italia, in conformità alla normativa vigente e ai codici di autoregolamentazione sottoscritti dal Gruppo, sono implementati sistemi di pubblicazione selettiva, filtraggio e procedure finalizzate a impedire ai minori l'accesso a contenuti per adulti su tutte le piattaforme di servizio del Gruppo (IPTV, cubovision mediante decoder, web, applicazione su tablet/smartphone, smart tv, xbox, servizi WAP). In particolare:

- **IPTV:** l'accesso è consentito solo agli abbonati e l'abbonamento può essere sottoscritto solo da adulti. Il setting di default non prevede la visione di contenuti per adulti e può essere cambiato solo successivamente alla digitazione del PIN fornito al sottoscrittore maggiorenne. Si può accedere ai contenuti on demand per adulti solo a partire dalle ore 23.00 e fino alle 7.00 del mattino;
- **cubovision:** i contenuti per adulti sono accessibili solo mediante decoder. Sono contenuti pay per view, fruibili solo previo inserimento di PIN parental control e PIN acquisti. La funzione del parental control è regolata nelle condizioni legali e viene ricordata anche nella comunicazione recapitata al cliente dopo la sottoscrizione del servizio;
- **servizi WAP:** i contenuti, sia di servizi di Telecom Italia che di terze parti, sono preventivamente sottoposti a moderazione da parte di Telecom Italia per la verifica del rispetto delle linee guida di classificazione ed erogati da una piattaforma centralizzata. Il PIN per accedere ai contenuti per adulti è fornito via SMS su richiesta del cliente, a seguito del controllo della maggiore età dell'intestatario della linea.

LA MASSIMIZZAZIONE DEI VALORI DEL WEB E IL SUO USO CONSAPEVOLE RAPPRESENTANO UNA PRIORITÀ PER IL GRUPPO

Per i servizi erogati tramite connessione IP è disponibile il software Alice Total Security, che include servizi di antivirus e antispyware, parental control, firewall, protezione avanzata dei download, anti-phishing, protezione dai messaggi di posta indesiderata (SPAM), protezione PC wireless.

Sul versante della lotta alla pedopornografia online e degli illeciti informatici, dal punto di vista organizzativo, Telecom Italia ha individuato, all'interno della struttura aziendale Security (funzione Risk Prevention & IT Security Governance), il ruolo di "Referente per la Polizia Postale". Tale figura gestisce i rapporti e i flussi informativi con la Polizia Postale (CNCPO – Centro Nazionale per il Contrasto della Pedopornografia Online, CNAIPIC – Centro Nazionale Anticrimine Informatico per la Protezione delle Infrastrutture Critiche, ecc.) e le Autorità competenti e ha il compito di coordinare, all'interno del Gruppo Telecom Italia, il processo di abuse management nel rispetto del quadro legislativo di riferimento. Inoltre il Gruppo Telecom Italia ha adottato un modello organizzativo ex D.Lgs. 231/2001 nel quale sono stati definiti gli strumenti necessari a presidiare e prevenire la commissione di illeciti e, in particolare, la diffusione di materiale pedopornografico, nonché la gestione organizzativa/disciplinare degli illeciti informatici. A tal fine Telecom Italia ha messo in campo risorse, tecnologie, processi e strumenti per la prevenzione e il contrasto degli "abuse", ovvero di qualsiasi attività commessa in violazione delle regole comportamentali e legislative che

disciplinano l'uso dei servizi di rete, dei sistemi informatici o dei mezzi di comunicazione in genere. In quest'ottica sono state realizzate iniziative d'informazione destinate a minori, genitori e insegnanti, sui rischi connessi alle nuove tecnologie e alla navigazione in Internet (chat line, instant messaging, forum, community, ecc.). Queste iniziative hanno visto il coinvolgimento di alcuni importanti stakeholder pubblici e privati, individuati soprattutto in base alle attività e all'impegno nella salvaguardia dei diritti dell'infanzia (tra cui, per esempio, la Polizia Postale e delle Comunicazioni, Save the Children, Adiconsum, GSMA, ITU, ecc.).

Il Gruppo ha inoltre attivato opportuni sistemi di filtraggio e prevenzione degli abusi anche per i servizi erogati in Brasile. In particolare i servizi WAP con contenuti "sexy" richiedono l'autenticazione dell'utente, mentre l'erogazione di video "adult" su piattaforma IP, disponibile solo in modalità on demand, prevede l'inserimento di un PIN.

L'impegno di Telecom Italia per diffondere un corretto approccio culturale al tema e prevenire la commissione d'illeciti si sostanzia in numerose iniziative per le quali si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

1.10 PROCEDURE DI CONCILIAZIONE

La procedura di conciliazione fra Telecom Italia e le associazioni dei consumatori firmatarie dell'accordo quadro, per la risoluzione extragiudiziale delle controversie telefoniche, è stato il primo esempio di conciliazione paritetica in Italia. Il modello, introdotto in via sperimentale nel 1991 dall'allora SIP, è diventato operativo su tutto il territorio nazionale nel 1993 e, nel 1995, il progetto è stato riconosciuto dall'Unione Europea come "Progetto pilota per l'accesso dei consumatori alla giustizia". Il modello, ancora oggi adottato, è stato nel corso degli anni adeguato alle nuove normative ed esigenze, informatizzato e reso più fruibile, pur mantenendo quei valori basilari che ne avevano fatto uno strumento di eccellenza, contribuendo a migliorare la trasparenza del sistema, il rapporto con la clientela e alcuni processi operativi dell'Azienda stessa. Ad oggi l'accordo di conciliazione è stato sottoscritto da venti associazioni dei consumatori.

LO SPORTELLO UNICO PER LA SOLUZIONE DELLE CONTROVERSIE SI CONFERMA STRUMENTO EFFICACE E APPREZZATO DAI CLIENTI

Nel 2009 Telecom Italia, in ottemperanza agli impegni volontariamente assunti e approvati dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni nel dicembre 2008, ha avviato la gestione delle domande di conciliazione presentate dalla clientela anche presso le sedi dei Co.Re.Com. (Comitati Regionali per le Comunicazioni) e delle Camere di Commercio, in un'ottica di "sportello unico", replicando il modello organizzativo applicato con successo per la conciliazione paritetica. In questo modo i clienti che non desiderano rivolgersi alle associazioni dei consumatori hanno a disposizione uno strumento alternativo per risolvere la controversia con una procedura snella ed extragiudiziale.

La gestione delle conciliazioni si basa sull'attenzione alle esigenze del cliente e consente, indipendentemente dalla procedura scelta, di migliorare la sua relazione con l'Azienda.

Ad oggi il modello "sportello unico" ha consentito sia il pieno adempimento degli impegni assunti con l'AGCOM sia il raggiungimento dei risultati qualitativi e numerici attesi; tra l'altro, si assiste ad un peso sempre maggiore del canale Co.Re.Com. rispetto agli altri canali. Per quanto riguarda il numero di domande di conciliazione paritetiche discusse nel 2013, si conferma il consolidamento rispetto all'anno precedente: le domande sono risultate

pari a 6.095 mentre nell'anno precedente erano state 5.962 (il numero di domande conciliate è stato pari al 95,9%; nel 2012 era stato il 95,3%).

Il numero di domande discusse presso i Co.Re.Com. e le C.C.I.A.A. è diminuito del 12% rispetto all'anno precedente (15.817 nel 2013 e 17.977 nel 2012) e la percentuale di conciliazione si è mantenuta pressochè costante (84,9% nel 2013, 85,1% nel 2012).

A supporto dell'attività di conciliazione Telecom Italia ha promosso:

- seminari e iniziative di formazione condivisa che vedono il coinvolgimento del personale dedicato di Telecom Italia, dell'AGCOM, dei Co.Re.Com. e delle associazioni dei consumatori;
- dibattiti, convegni, interviste e altre iniziative di divulgazione con la partecipazione dei Vertici aziendali per la diffusione di un corretto approccio culturale al tema.

Per informazioni sulle procedure di conciliazione adottate in Brasile si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

1.11 TUTELA DELLA PRIVACY E PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI

Per assicurare la protezione dei dati personali nello svolgimento delle attività d'impresa, Telecom Italia si è dotata dal 2003 di un modello organizzativo articolato, nel quale si colloca la Funzione Privacy che presidia, a livello di Gruppo, la corretta applicazione della normativa di settore (D.Lgs. 196/03, c.d. "Codice Privacy"). In questo contesto, in occasione della costituzione o dell'acquisizione di nuove società, la Capogruppo assicura anche il supporto necessario per individuare e realizzare gli adempimenti necessari.

Il recepimento delle disposizioni di legge e delle indicazioni del Garante per la protezione dei dati personali è assicurato tramite il costante aggiornamento delle normative e policy di Gruppo. Tra queste è particolarmente significativo il "Sistema delle regole per l'applicazione della normativa privacy nel Gruppo Telecom Italia" che definisce le disposizioni e le indicazioni operative per ogni adempimento di interesse.

Il quadro delle disposizioni aziendali relative al trattamento dei dati personali è stato arricchito nel 2013 con l'emissione di una policy sui requisiti di compliance per le applicazioni mobili e le piattaforme che le gestiscono, nel rispetto, tra le altre, delle indicazioni recentemente fornite dal Garante italiano e dal Gruppo dei Garanti della privacy europei per la protezione delle grandi quantità di dati personali oggi gestiti dalle app.

Inoltre, nel corso del 2013 Telecom Italia ha continuato a porre in essere le azioni necessarie per l'attuazione, nei processi interni, delle disposizioni in materia di eventuali violazioni della sicurezza dei dati personali trattati in relazione ai servizi di comunicazione elettronica (c.d. "data breach"). In particolare, anche alla luce delle linee guida adottate ad aprile 2013 dal Garante della privacy, è stata emessa e capillarmente diffusa a tutte le funzioni aziendali, una specifica procedura interna che descrive le attività da svolgere e le relative responsabilità qualora si verificassero eventi classificabili come data breach. Ai fini della diffusione e della corretta applicazione delle normative interne viene svolta una costante attività di formazione, che nel 2013 si è concretizzata in 13 incontri ai quali hanno partecipato i responsabili e referenti di funzioni centrali e territoriali. Tali incontri hanno avuto un approccio operativo con lo scopo di fornire alle strutture coinvolte gli strumenti utili a coniugare il perseguimento degli obiettivi di business con il rispetto della normativa. È stato coinvolto il personale appartenente alle Funzioni deputate agli adempimenti relativi al trattamento dei dati personali dei dipendenti e quello della Direzione Business (Sales e Marketing) riguardo le modalità di contatto verso i clienti e di promozione di prodotti e servizi. Inoltre, sono stati dedicati a risorse neoassunte specifici incontri

incentrati sugli aspetti della normativa più significativi per le comunicazioni elettroniche e altri focalizzati sulla gestione dei dati di traffico telefonico e telematico nell'ambito dei periodici seminari di formazione dei conciliatori, a cui partecipano rappresentanti di Telecom Italia e delle associazioni dei consumatori.

L'effettiva applicazione delle normative è monitorata tramite un sistema di controllo basato su procedure di autovalutazione periodica da parte dei responsabili del trattamento e su verifiche a campione svolte dalle competenti funzioni centrali sulla base di procedure e metodologie definite.

Sul versante dei progetti più innovativi e dello sviluppo di nuovi servizi, il 2013 si è caratterizzato per l'approvazione, da parte del Garante della privacy, delle modalità previste da Telecom Italia per tutelare i dati personali dei propri clienti nell'ambito della fornitura di servizi di TV interattiva (Cubovision) sempre più aderenti agli interessi e alle scelte dei consumatori. Inoltre, il Garante della privacy ha espresso proprio parere favorevole anche in merito al progetto di firma digitale con autenticazione biometrica, sviluppato dalla società del Gruppo IT Telecom per consentire ad un importante cliente del settore bancario di gestire le transazioni dei propri clienti in modalità paperless con migliore efficienza e riducendo l'impatto sull'ambiente.

Nell'ambito della tutela della privacy in relazione alle nuove tecnologie, Telecom Italia partecipa anche alle iniziative avviate al riguardo dalla Commissione Europea (CE) per promuovere nella UE lo sviluppo di servizi di cloud computing aderenti ai requisiti previsti dalla normativa comunitaria. In particolare, Telecom Italia è attivamente presente nei gruppi di lavoro internazionali che hanno ricevuto dalla CE il mandato di sviluppare standard, modelli contrattuali e un codice di condotta di riferimento per i fornitori di tali servizi.

Per informazioni in merito alla tutela della privacy e alla protezione dei dati personali in Brasile si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.



Garantire l'acquisto di prodotti e servizi
alle migliori condizioni economiche nel

rispetto dei requisiti

di qualità, sicurezza e sostenibilità

2. FORNITORI

2.1 STRATEGIA

Nel Gruppo Telecom Italia il processo di acquisto è finalizzato all'approvvigionamento di prodotti e servizi alle migliori condizioni di mercato, assicurandone al contempo i requisiti di qualità, sicurezza e rispetto sociale e ambientale. Il processo di acquisto si basa sul confronto competitivo di offerte tecnico-economiche di fornitori selezionati in base a procedure aziendali valide a livello di Gruppo e improntate all'eticità negoziale.

Il Gruppo intende garantire la qualità dei processi di acquisto e il loro miglioramento continuo, anche in ottica di sustainable procurement, conseguendo le relative certificazioni di qualità.

2.2 STAKEHOLDER RILEVANTI

Gli stakeholder rilevanti sono i fornitori e subfornitori dai quali il Gruppo acquista beni e/o servizi.

2.3 GENERALITÀ

Il processo di selezione, valutazione e controllo dei fornitori del Gruppo Telecom Italia si concretizza, per i mercati di acquisto a maggior rischio, in una fase pre-contrattuale di qualificazione per la valutazione delle loro caratteristiche economico-finanziarie e tecnico-organizzative. Queste, una volta accertate, consentono l'iscrizione all'Albo Fornitori.

Ogni fornitore del Gruppo deve impegnarsi per sé e per gli eventuali subappaltatori autorizzati, collaboratori e dipendenti, ad osservare i principi etico-comportamentali del Codice Etico e di Condotta del Gruppo.

Nel corso della fornitura le aziende iscritte che abbiano ricevuto ordini di acquisto sono di norma sottoposte ai controlli della qualità entrante (vincolante ai fini dell'accettazione e utilizzo del bene acquistato) e del vendor rating (valutazione sistematica della fornitura).

Le strutture di acquisto che operano a diretto riporto del Business Support Officer sono focalizzate su comparti specifici in modo da fornire risposte puntuali alle esigenze espresse dai clienti interni e dagli stakeholder. Tali aspettative vengono costantemente monitorate tramite sondaggi di verifica della qualità dei servizi erogati che coinvolgono sia i clienti interni sia i fornitori (cfr. § Iniziative di coinvolgimento).

2.4 INIZIATIVE DI SOSTENIBILITÀ

Di seguito si riportano le principali iniziative attuate nel 2013.

- È proseguita l'implementazione del nuovo processo che definisce le attività volte al miglioramento della Corporate Social Responsibility (CSR) della supply chain, attraverso una più articolata sistematizzazione degli elementi di valutazione della sostenibilità dei fornitori nelle fasi di qualificazione, qualità entrante e vendor rating.

Gli aspetti più significativi del processo riguardano:

- › la classificazione dei fornitori in base ai rischi potenziali legati alla loro performance di sostenibilità, attraverso una specifica metodologia che considera gli aspetti socio-ambientali e di continuità di business connessi ai mercati d'acquisto in cui operano. Per questo, i mercati sono stati classificati in funzione di parametri quali le aree geografiche di riferimento e i rischi ad esse collegati, il potenziale impatto sull'ambiente e sulla società delle attività dei fornitori e dei prodotti/servizi forniti lungo il loro intero ciclo di vita, l'impatto sulla reputazione di Telecom Italia come cliente;
- › la realizzazione di una matrice che, mettendo in relazione la spesa relativa allo specifico mercato d'acquisto con l'indice di rischio calcolato sulla base dei parametri descritti, ha consentito di suddividere i mercati d'acquisto in quattro classi, individuando quelli più critici dal punto di vista della sostenibilità e dell'impatto economico. I fornitori appartenenti alle classi a maggior rischio saranno oggetto di audit di CSR, effettuati da personale aziendale o di aziende terze specializzate nel settore. Tali audit saranno ripetuti periodicamente per seguire l'attuazione di eventuali azioni correttive e, in caso di esito positivo, per verificare il mantenimento nel tempo del livello di prestazioni riscontrato;
- › la predisposizione di un questionario di autovalutazione da sottoporre nella fase di qualificazione ai nuovi fornitori appartenenti ai comparti di acquisto a maggior rischio per quanto riguarda la sostenibilità e, periodicamente, ai fornitori già qualificati. Il questionario, aggiornato periodicamente in funzione dei risultati e dell'evoluzione del processo di qualificazione, è stato elaborato sulla base dei principali requisiti presenti negli standard di riferimento per la gestione d'impresa responsabile, sia dal punto di vista del rispetto dei valori etici sia della salvaguardia dell'ambiente (quali SA 8000,

Global Compact e ISO 14001) e delle migliori prassi industriali del settore. Il questionario di autovalutazione di sostenibilità, già inviato in via sperimentale nel 2011 e nel 2012 a oltre 100 fornitori significativi individuati secondo la metodologia sopra descritta, è stato implementato nel corso del 2013 nell'applicativo che gestisce il processo di qualificazione dei fornitori e sarà esteso nel 2014 ai fornitori significativi, operanti nei mercati classificati a rischio di sostenibilità.

- Nel mese di ottobre 2013 è stata confermata la certificazione di conformità alla norma ISO 9001:2008 del “Sistema di Gestione per la Qualità” per tutte le funzioni d’acquisto rientranti nella responsabilità del Business Support Officer, con un particolare riconoscimento delle iniziative intraprese nel campo della sostenibilità. La certificazione ha comportato la mappatura di 26 processi delle funzioni con la definizione di 140 indicatori di performance che consentono il monitoraggio e il miglioramento della gestione dei servizi forniti a clienti interni e ai fornitori.
- È proseguita l’applicazione della policy di green procurement, definita nel 2009, che fornisce le linee guida per stabilire i requisiti ambientali dei prodotti/servizi acquistati. La policy considera tutte le fasi di vita del prodotto: progettazione, produzione, utilizzo, fine vita. Il documento, pubblicato sul portale fornitori “Vendors Hub” di Telecom Italia e nella sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com, contribuisce a orientare le politiche d’acquisto a favore di prodotti e servizi a basso impatto ambientale.
- Per un maggiore coinvolgimento dei fornitori, alcune domande del sondaggio di soddisfazione annuale (cfr. § [Iniziative di coinvolgimento](#)) vertono sulla policy di green procurement e sull’aderenza del fornitore ai principi in essa enunciati.

2.5 VERIFICHE DI SOSTENIBILITÀ

Sono proseguite le attività di verifica del livello di performance di CSR di fornitori e subfornitori comuni nell’ambito dell’iniziativa denominata Joint Audit Cooperation (JAC), come previsto dal Protocollo d’Intesa sottoscritto a fine 2009 da Telecom Italia S.p.A., France Telecom S.A. (ora Orange) e Deutsche Telekom AG. All’iniziativa hanno successivamente aderito: nel 2011 Belgacom SA, KPN B.V., Swisscom Ltd., Vodafone Group Services Limited; nel 2012 Telenor ASA e TeliaSonera AB; nel 2013 Verizon.

Gli obiettivi del Joint Audit Cooperation sono:

- verificare il livello di sostenibilità dei fornitori/subfornitori più rilevanti, comuni ai membri del JAC, con stabilimenti produttivi localizzati in aree geografiche caratterizzate da un significativo livello di rischio socio-ambientale. Le verifiche sono effettuate attraverso audit condotti da terze parti sulla base di una metodologia specifica sviluppata dagli stessi membri del JAC che successivamente ne condividono i risultati;
- contribuire alla crescita della sostenibilità dei fornitori/subfornitori coinvolti attraverso la definizione e l’attuazione di azioni correttive e programmi di miglioramento continuo, instaurando con essi un rapporto di collaborazione durevole con benefici reciproci in termini di efficienza, produttività e riduzione dei rischi nell’ambito della supply chain.

Nel periodo 2010-2013, grazie al progressivo incremento del numero dei membri del JAC, sono stati condotti 112 audit – di cui 38 nel 2013 - presso stabilimenti produttivi (di fornitori e subfornitori) localizzati in Asia, Centro e Sud America ed Europa dell’Est. Le verifiche sono state compiute tramite società internazionali specializzate, selezionate tramite gara, e hanno riguardato un totale di circa 400.000 lavoratori. I fornitori inclusi nelle campagne di audit appartengono ai comparti di produzione di dispositivi e apparati d’utente, apparati di rete e apparecchiature IT.

Per tutte le non conformità riscontrate, sono stati redatti specifici piani di azioni correttive

ATTRAVERSO IL JOINT AUDIT COOPERATION (JAC) PROMUOVIAMO LA SOSTENIBILITÀ NELLA CATENA DI FORNITURA

che definiscono, tra le altre, le modalità e le tempistiche di soluzione. L'attuazione di detti piani è costantemente monitorata dai membri del JAC.

Nel complesso il lavoro svolto ha permesso di verificare il 41% dell'ordinato dei principali mercati d'acquisto rientranti tra quelli a maggior rischio socio ambientale (cfr. § Iniziative di sostenibilità).

Nel gennaio 2013 ha avuto luogo a Shanghai (Cina) il secondo "JAC CSR Forum", al quale hanno partecipato circa 150 ospiti in rappresentanza di operatori di TLC, fornitori, organizzazioni attive nell'ambito della CSR e Organizzazioni Non Governative.

Il tema del Forum, fra i cui obiettivi rientrano la crescita e un maggior coinvolgimento dei fornitori nei temi della sostenibilità, è stato: "Progress, perspectives and next steps". Nel corso del Forum si è data evidenza dei risultati ottenuti e si è discusso delle sfide da affrontare per accrescere la sostenibilità del comparto.

Grazie ai risultati raggiunti, l'iniziativa ha destato l'interesse di altri operatori di telecomunicazioni. I membri del JAC stanno attualmente valutando ulteriori richieste di adesione pervenute.

2.6 INIZIATIVE DI COINVOLGIMENTO

È ormai consolidato l'utilizzo del Portale Fornitori (Vendors Hub), avviato a fine 2011 con lo scopo di migliorare la comunicazione e ottimizzare i processi operativi, applicando le logiche del social networking al contesto di business. Il Portale conta 1.600 vendor attivi sulla piattaforma applicativa.

Il ricorso al Portale consente al fornitore di accedere ad un'area riservata con visibilità sui principali dati ed eventi rilevanti nella relazione con Telecom Italia e gestire direttamente tutte le informazioni che lo riguardano con rilevanti vantaggi in termini di fluidità e trasparenza della relazione. All'interno del Vendors Hub è attiva anche un'area pubblica contenente informazioni destinate ai fornitori potenziali.

Lo scambio della documentazione avviene in modalità elettronica (per es. offerte, ordini d'acquisto, contratti, documentazione per la qualificazione, sondaggi), riducendo così gli impatti ambientali connessi ai consumi di carta, al trasporto dei documenti e alla loro conservazione.

Per il settimo anno consecutivo i principali fornitori del Gruppo sono stati coinvolti nel sondaggio di soddisfazione sull'area Acquisti e, più in generale, su Telecom Italia. Il questionario online, composto da 27 domande, è rimasto attivo per due settimane. L'analisi ha coinvolto 1.323 fornitori attivi nel Vendors Hub con una percentuale di adesione pari al 48,3%, più alta di quella registrata nelle precedenti edizioni e superiore di circa sei punti percentuali a quella ottenuta nel 2012. La valutazione globale del rapporto di fornitura con il Gruppo Telecom Italia ha ottenuto il punteggio di 75/100, coincidente con quello ottenuto nel 2012. Si consolida quindi il positivo risultato della soddisfazione registrato nelle rilevazioni passate.

Le due e-community avviate negli anni precedenti per i fornitori dei comparti delle infrastrutture civili e lavori di rete, volte a migliorare il dialogo su tematiche riguardanti prevalentemente la sostenibilità sociale e ambientale, sono state sostituite dalle corrispondenti Aree di Collaborazione, disponibili nel Vendors Hub.

2.7 RISULTATI 2013 E IMPEGNI 2014

| Argomento | Impegni 2013 | Status | Impegni 2014 |
|-------------------------------------|--|--|--|
| Certificazioni ISO 9001 e ISO 14001 | Mantenimento delle certificazioni ISO 9001 dell'area Acquisti e ISO 14001 per le attività di Infrastructural Purchasing e di Facility Management, con ottenimento delle previste estensioni. | Raggiunto per quanto riguarda il mantenimento della certificazione ISO 9001. | Mantenimento certificazioni ISO 9001 dell'area Acquisti. |
| Certificazione ISO 50001 | Ottenimento della certificazione ISO 50001 per la funzione Energy Purchasing & Management. | Certificazione ottenuta ad aprile 2013. | Mantenimento della certificazione ISO 50001 per la funzione Energy Purchasing & Management. |
| Progetto e-community | Mantenimento delle e-community attive. | Raggiunto attraverso la migrazione delle e-community sulle Aree di Collaborazione disponibili nel Vendors Hub. | |
| Green Procurement | Proseguimento nell'implementazione del processo di verifica e miglioramento della sostenibilità della supply chain. | Raggiunto | Proseguimento dell'implementazione del processo di verifica e miglioramento della sostenibilità della supply chain. |
| Controlli sui fornitori | Applicazione del questionario di autovalutazione per i nuovi fornitori (cfr. § Iniziative di sostenibilità). | In corso | Consolidamento del processo di applicazione del questionario di sostenibilità ai nuovi fornitori. |
| | Proseguimento dell'attività di audit su stabilimenti produttivi di fornitori localizzati all'estero, operata nell'ambito del JAC (cfr. § Verifiche di sostenibilità). | Raggiunto | Proseguimento dell'attività di audit su stabilimenti produttivi di fornitori localizzati all'estero operata nell'ambito del JAC. |



Il contributo delle


soluzioni offerte dalle Tecnologie

dell'Informazione e della Comunicazione
alla salvaguardia del pianeta
per noi e per le generazioni future

3. AMBIENTE

Proteggere l'ambiente, migliorare l'efficienza energetica e offrire servizi in grado di ridurre le emissioni di gas ad effetto serra ed altri inquinanti sono le direttrici di intervento fondamentali del Gruppo Telecom Italia per favorire lo sviluppo sostenibile nelle proprie aree di influenza. Le azioni specifiche messe in atto sono quindi volte a ridurre i propri impatti ambientali e a proporre soluzioni tecnologiche rivolte alle persone, alle imprese e alla Pubblica Amministrazione per la realizzazione di una società digitale, più inclusiva e vivibile (cfr. § [Cambiamento climatico](#)).

Gli indicatori principali attraverso cui viene misurata la performance ambientale del Gruppo Telecom Italia nel 2013 hanno mostrato i seguenti andamenti:



| INDICATORE | TREND |
|---|-----------------------|
| CONSUMO DI ENERGIA ELETTRICA | ● PRESSOCHÉ INVARIATO |
| EMISSIONI DI CO ₂ IN ATMOSFERA | ● IN LIEVE AUMENTO |
| CONSUMO DI ACQUA | ● IN DIMINUIZIONE |
| ECO-EFFICIENZA | ● IN CRESCITA |

3.1 STRATEGIA

La strategia ambientale delle società del Gruppo è fondata sui seguenti principi:

- ottimizzazione dell'utilizzo delle fonti energetiche e delle altre risorse naturali;

- ricerca continua del miglioramento della performance ambientale attraverso la minimizzazione degli impatti negativi e la massimizzazione di quelli positivi;
- adozione di politiche di acquisto sensibili alle tematiche ambientali;
- diffusione di un corretto approccio alle tematiche ambientali.

Per gestire in modo efficace e sostenibile i propri processi operativi caratterizzati da particolari impatti ambientali Telecom Italia si è dotata di un Sistema di Gestione Ambientale (SGA) certificato in base alla norma ISO 14001. In alcune realtà il Sistema di Gestione Ambientale è integrato con quello per la Gestione della Sicurezza basato sulla norma OHSAS 18001: entrambi hanno ottenuto la relativa certificazione. Per ulteriori dettagli sul tema si rinvia al sito telecomitalia.com.

3.2 STAKEHOLDER RILEVANTI

Lo stakeholder Ambiente è rappresentato dalle prossime generazioni e dal loro diritto di vivere in un contesto non compromesso dagli effetti negativi causati dallo sviluppo di quelle precedenti. L'interesse di questo soggetto collettivo si concretizza nelle istanze espresse da:

- associazioni ambientaliste nazionali e internazionali;
- istituzioni nazionali e sovranazionali;
- la Comunità in genere, con particolare riferimento alle aree territoriali in cui Telecom Italia opera;
- associazioni di settore e organizzazioni no profit attive su tematiche di rilievo ambientale. Fra queste in particolare: CSR Europe, Academy of Business in Society (ABIS), European Telecommunications Network Operators' Association (ETNO), European Telecommunications Standards Institute (ETSI), Global e-Sustainability Initiative (GeSI), Carbon Disclosure Project (CDP), European Round Table of Industrialists (ERT), International Telecommunication Union (ITU).

Telecom Italia è attenta alle esigenze espresse dagli stakeholder interessati alla protezione dell'ambiente e ha sviluppato con essi diversi canali di comunicazione come AvoiComunicare, il Festival della Scienza, il Future Centre di Venezia e le pagine che trattano temi ambientali che sono accessibili sui siti Internet e Intranet di Gruppo, a cui si aggiungono momenti e occasioni di incontro con gli stessi stakeholder. Telecom Italia promuove e in alcuni casi coordina progetti su temi ambientali in ambito nazionale e internazionale.

3.3 PERFORMANCE AMBIENTALE

Le informazioni sulla performance ambientale sono ricavate elaborando dati gestionali, in parte oggetto di stime. I dati riportati di seguito riguardano il consumo di energia (riscaldamento, autotrazione ed energia elettrica), l'eco-efficienza, le emissioni atmosferiche, i consumi di acqua e di carta e la produzione di rifiuti. Onde permettere un confronto puntuale, le informazioni riportate per il segmento Media vengono riferite, anche per il 2011 e il 2012, allo stesso perimetro consolidato nel 2013, a valle delle dismissioni che hanno interessato le attività. In ogni caso la dimensione complessiva, e quindi l'incidenza sulla performance di Gruppo, del segmento Media, si sono ridotte in modo rilevante, come si può evincere dalla variazione percentuale del valore degli indicatori principali nel 2013 rispetto agli anni precedenti. In taluni casi il valore degli indicatori considerati è diventato zero, e questo spiega una variazione negativa del 100% rispetto all'anno/agli anni precedenti.

Energia

I consumi di energia del Gruppo Telecom Italia vengono presentati seguendo le linee guida proposte dal Global Reporting Initiative con riferimento, in particolare, ai consumi diretti per riscaldamento, autoproduzione di energia elettrica e autotrazione (Scope 1), e a quelli indiretti per acquisto e consumo di energia elettrica (Scope 2), secondo il GreenHouse Gas Protocol⁽⁹⁾.

9

Il GHG Protocol (GreenHouse Gas Protocol Initiative), istituito nel 1998 nell'ambito del World Resources Institute e del World Business Council for Sustainable Development, sviluppa metodologie di calcolo e studi volti a promuovere l'innovazione e l'assunzione di responsabilità sul cambiamento climatico.

RISCALDAMENTO

Energia per riscaldamento: % di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo

| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
|---|----|--------------------|---------------|-----------|-----------|--------------|
| ENERGIA GENERATA DA GASOLIO | MJ | 108.152.289 | 99,77% | 0% | 0% | 0,23% |
| ENERGIA GENERATA DA GAS NATURALE | MJ | 686.974.478 | 93,97% | 0% | 0% | 6,03% |
| TOTALE ENERGIA PER RISCALDAMENTO | MJ | 795.126.767 | 94,76% | 0% | 0% | 5,24% |

RISCALDAMENTO

Totale energia per riscaldamento: % di incidenza delle Business Unit sul valore di Gruppo e variazione % rispetto ai due anni precedenti

| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
|--------------|----|--------------------|----------|---------|--------|----------|
| | MJ | 795.126.767 | 94,76% | 0% | 0% | 5,24% |
| 2013 SU 2012 | | 23,42% | 27,97% | 0% | (100)% | (23,40)% |
| 2013 SU 2011 | | 19,97% | 24,45% | 0% | (100)% | (24,43)% |

I dati della tabella evidenziano, rispetto al 2012 e al 2011, in particolare per la BU Domestic, una crescita dei consumi per riscaldamento dovuta essenzialmente alla rivisitazione del processo di valorizzazione dei consumi a seguito di un importante conguaglio sui consumi di gas naturale degli anni precedenti, reso disponibile dalla società fornitrice solo nel corso del 2013. Il sistema di rilevazione dei consumi dei grandi stabili è stato reso più efficiente da parte del distributore.

In Brasile non è necessario il ricorso al riscaldamento degli ambienti grazie alle particolari condizioni climatiche.

AUTOTRAZIONE⁽¹⁰⁾

10

I dati riportati nelle tabelle relative all'autotrazione riguardano tutti i veicoli del Gruppo (industriali, commerciali, in uso ai dirigenti/quadri/venditori), sia in affitto sia di proprietà. Solo per utilizzi significativi e con caratteristiche di continuità d'uso sono compresi veicoli, consumi e percorrenze di proprietà o in uso alla forza vendita di Tim Brasil.

| | | Energia per autotrazione ^(*) : % di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo | | | | |
|--|----|---|---------------|--------------|--------------|--------------|
| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
| ENERGIA DA BENZINA SENZA PIOMBO | MJ | 62.003.861 | 18,65% | 81,25% | 0% | 0,10% |
| ENERGIA DA GASOLIO | MJ | 655.486.802 | 96,88% | 0,13% | 0,90% | 2,09% |
| ENERGIA DA GPL | MJ | 5.728.466 | 100% | 0% | 0% | 0% |
| ENERGIA DA GAS NATURALE | MJ | 511.341 | 100% | 0% | 0% | 0% |
| TOTALE ENERGIA PER AUTOTRAZIONE | MJ | 723.730.470 | 90,21% | 7,08% | 0,82% | 1,89% |

*

Rappresenta la conversione in Megajoule dei consumi di benzina senza piombo, gasolio e GPL (espressi in litri) e di gas naturale (espressi in kg).

AUTOTRAZIONE

Totale energia per autotrazione: % di incidenza delle Business Unit sul valore di Gruppo e variazione % rispetto ai due anni precedenti

| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
|--------------|----|--------------------|----------|---------|----------|----------|
| | MJ | 723.730.470 | 90,21% | 7,08% | 0,82% | 1,89% |
| 2013 SU 2012 | | (2,92)% | (3,67)% | 8,40% | (21,83)% | 6,11% |
| 2013 SU 2011 | | (6,45)% | (8,19)% | 20,94% | (4,60)% | (1,73)% |

AUTOTRAZIONE

Numero totale di veicoli: % di incidenza delle Business Unit sul valore di Gruppo e variazione % rispetto ai due anni precedenti

| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
|--------------|----|---------------|----------|---------|----------|----------|
| | n. | 20.017 | 93,86% | 4,97% | 0,22% | 0,95% |
| 2013 SU 2012 | | (0,94)% | (1,42)% | 17,49% | (55,00)% | (5,91)% |
| 2013 SU 2011 | | (2,79)% | (3,67)% | 26,14% | (50,55)% | (9,05)% |

AUTOTRAZIONE

Percorrenza totale: % di incidenza delle Business Unit sul valore di Gruppo e variazione % rispetto ai due anni precedenti

| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
|--------------|----|--------------------|----------|---------|----------|----------|
| | km | 312.370.570 | 92,64% | 5,10% | 0,78% | 1,48% |
| 2013 SU 2012 | | (2,94)% | (3,38)% | 10,47% | (31,60)% | 6,74% |
| 2013 SU 2011 | | (5,96)% | (7,05)% | 16,49% | (1,53)% | (1,74)% |

Il contenimento dei consumi energetici per autotrazione è dovuto alla riduzione della percorrenza chilometrica degli automezzi sul territorio italiano, che invece risulta in sensibile aumento in Brasile.

Si riportano di seguito i consumi di energia elettrica per il funzionamento degli impianti di telecomunicazioni e impianti civili/industriali.

ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATA E PRODOTTA

| | | Consumo di energia elettrica: % di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo | | | | |
|--|-----|---|---------------|---------------|--------------|--------------|
| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
| ENERGIA ELETTRICA DA FONTI MISTE | kWh | 2.363.172.937 | 81,91% | 17,11% | 0,81 % | 0,17% |
| ENERGIA ELETTRICA DA FONTI RINNOVABILI | kWh | 39.122.154 | 89,18% | 0% | 0% | 10,82% |
| TOTALE ENERGIA ELETTRICA | kWh | 2.402.295.091 | 82,03% | 16,83% | 0,79% | 0,35% |

ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATA E PRODOTTA

| | | Consumo totale di energia elettrica: % di incidenza delle Business Unit sul valore di Gruppo e variazione % rispetto ai due anni precedenti | | | | |
|--------------|-----|---|----------|---------|----------|----------|
| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
| | kWh | 2.402.295.091 | 82,03% | 16,83% | 0,79% | 0,35% |
| 2013 SU 2012 | | 0,10% | (1,11)% | 10,78% | (24,49)% | (51,29)% |
| 2013 SU 2011 | | 0,03% | (2,07)% | 16,37% | (20,97)% | (53,43)% |

Nel 2013 i consumi energetici a livello di Gruppo, rispetto ad entrambi gli anni di confronto in tabella, sono rimasti sostanzialmente invariati pur a fronte dell'aumentato volume di traffico dei dati gestiti: in Italia si registra un'ulteriore diminuzione rispetto agli anni precedenti, mentre in Brasile l'aumento è significativo. In generale l'incremento dei consumi sarebbe ben più rilevante a fronte dello sviluppo della rete e dei servizi di telecomunicazioni se non venissero poste in essere azioni mirate alla ricerca dell'efficienza energetica. L'obiettivo di riduzione per il 2013, fissato nel 2012 per Telecom Italia S.p.A., è stato raggiunto.

Il Gruppo, in linea con la politica energetica adottata, ha proseguito anche quest'anno in:

- una continua ricerca del risparmio energetico, ossia recupero energetico senza azioni strutturali, ma attraverso azioni organiche – per es. allineamento delle temperature e ridefinizione delle policy di Gruppo, miglioramento dell'efficienza degli impianti di cogenerazione esistenti e delle stazioni di energia, ricalibratura dei set-point in siti con più impianti, gruppi frigo con cogenerazione, free cooling, disalimentazione degli apparati obsoleti;
- interventi di upgrade tecnologico e generazione distribuita, con investimenti rivolti alla ricerca di un "minor consumo ad un minor costo", come nuove tecnologie di free cooling

con priorità su condizionamento, illuminazione degli uffici e dei siti industriali, impianti di trigenerazione (anche micro), geotermia e altre fonti rinnovabili;

PROSEGUE L'IMPEGNO PER IL MIGLIORAMENTO DELL'EFFICIENZA ENERGETICA

- interventi su organizzazione ed energy engagement per individuare i “fattori abilitanti” al fine di conseguire risparmio energetico, definire ruoli dedicati per guidare l’implementazione delle iniziative, divulgare i risultati raggiunti a tutti i livelli e sostenere in Azienda la cultura del risparmio energetico.

In dettaglio, in Italia nel corso del 2013, sono proseguite le iniziative di risparmio energetico avviate in precedenza e sono state messe in campo nuove iniziative quali:

- ammodernamento tecnologico ed efficientamento degli impianti asserviti a centrali e Stazioni Radio Base (SRB) che hanno interessato 650 stazioni di energia (2,8% del totale), 591 impianti di condizionamento dedicati (1,4% del totale) e 1.818 batterie (4,5% del totale);
- nell’ambito degli interventi sugli impianti tecnologici a servizio di immobili e apparati per telecomunicazioni:
 - › è stato portato a compimento nel 2013 il programma di sostituzione negli spazi comuni delle lampade tradizionali (neon e dicroiche) con innovativi sistemi illuminanti a LED⁽¹¹⁾ a basso consumo, avviato fin dal 2011. Complessivamente ne sono state sostituite oltre 350.000 e si calcola un risparmio pari a oltre 9 GWh annui di energia ogni 100.000 sostituzioni effettuate. I benefici dell’iniziativa sono riscontrabili anche in termini di maggiore vita delle lampade a LED, minore attività di manutenzione programmata e minor invasività delle stesse perché la sostituzione delle lampade non comporta la sostituzione delle plafoniere, nonché dal minor impatto ambientale conseguente all’abbattimento del numero di tubi fluorescenti esauriti;
 - › è stata avviata la sostituzione di lampade illuminanti (plafoniere) negli uffici. Tali lampade saranno dotate di rilevatori di presenza e di regolazione di luminosità in funzione del livello di illuminazione proveniente dall’esterno. Il programma prevede la sostituzione entro il 2015 di 30.000 plafoniere che utilizzano LED a basso consumo;
 - › Telecom Italia prevede di ridurre del 50% entro il 2016 i consumi per illuminazione, che nel 2011 ammontavano a oltre 80 GWh. Questo obiettivo va oltre alle attese espresse dalla Digital Agenda for Europe che prevede per il 2020 una riduzione del 20% dell’energia elettrica utilizzata per l’illuminazione attraverso l’adozione di sorgenti luminose allo stato solido e di sistemi di gestione intelligenti;
- nell’ambito del piano di telealimentazione da centrale telefonica delle cabine di telefonia pubblica, avviato nel mese di ottobre 2011, completamento a inizio 2013 del piano di cessazioni commerciali previsto, raggiungendo un totale di 27.500 cessazioni da inizio progetto. Tale intervento ha prodotto un risparmio energetico complessivo di circa 10 GWh/anno. Le cabine telealimentate vengono illuminate con lampade a LED a basso consumo, controllate da sensori di presenza;
- è stato avviato il programma di audit energetici su centrali e Centri Elaborazione Dati (CED) ricompresi nei 100 edifici più energivori del Gruppo. Nel corso del 2013 sono stati implementati alcuni fra gli interventi di efficienza individuati in seguito ai primi audit energetici effettuati (circa 24 interventi). Inoltre è in fase di realizzazione un significativo intervento sul CED di Bari con un saving annuo stimato superiore ai 3 GWh. In particolare è stata avviata la sostituzione dei gruppi frigo presenti con nuovi gruppi frigo più performanti e la rimozione/riassegnazione delle macchine attualmente installate;
- nell’ambito degli interventi per incrementare l’autoproduzione di energia sono stati messi in campo i seguenti progetti:
 - › conclusa la fase di trasformazione in assetto trigenerativo di 4 dei 5 impianti di micro-cogenerazione (Asti, Verona, Salerno, Treviso). In attesa di completamento l’inter-

11

LED è l’acronimo di Light Emitting Diode, o Diodo Emittitore di Luce; si tratta di dispositivi a stato solido che sostituiscono le sorgenti di luce tradizionali come le normali lampade a filamento incandescente o al neon e sono caratterizzati da elevata efficienza luminosa e affidabilità oltre che da basso consumo energetico.

vento di adeguamento previsto sul sito di Lanciano. Tali impianti a regime saranno in grado di produrre efficientemente circa 5,5 GWh annui di energia;

- › realizzati e installati 7 nuovi impianti tradizionali di trigenerazione (taglia maggiore di 0,5 MWe) e 2 impianti plug&play (240 kWe). Si stima di completare il collaudo di tutti gli impianti la cui realizzazione è stata avviata nel corso di quest'anno entro il primo semestre del 2014. Tali impianti a regime saranno in grado di produrre circa 70 GWh/anno. Sono stati inoltre individuati ulteriori 6 siti per la realizzazione di impianti plug&play, la cui realizzazione è stata avviata a fine 2013 e sarà completata entro il 2014;
- › la performance degli impianti di trigenerazione esistenti è stata ulteriormente migliorata incrementando le ore di funzionamento con l'obiettivo di allinearle al best performer (verso 8.000 ore/anno). L'incremento di efficienza degli impianti di trigenerazione nel corso del 2013 è stato focalizzato espressamente sulla generazione del freddo in considerazione delle specifiche esigenze energetiche locali degli impianti asserviti ai grandi CED, caratterizzati da importanti consumi di energia elettrica, associati ad esigenze di raffrescamento di impianti e sistemi di elaborazione nonché di riscaldamento dei limitrofi locali adibiti ad uso ufficio. L'autoproduzione efficiente di energia elettrica, termica e frigorifera è realizzata attraverso impianti di trigenerazione dimensionati in base alle esigenze locali;
- › installazione di pannelli fotovoltaici su 106 siti di piccola taglia individuati fra le centrali di rete fissa e le SRB. Tale progetto, avviato a fine 2012, è stato completato nel primo semestre del 2013. Si prevede un risparmio energetico di circa 1 GWh/anno;
- › realizzazione di un impianto sperimentale di solar-cooling presso un sito di rete fissa di medie dimensioni per la produzione di acqua refrigerata per il condizionamento tramite assorbimento di energia termica solare. Il progetto è stato completato nel 2013 e sarà in grado di produrre un risparmio annuo pari a 0,25 GWh;
- nell'ambito degli interventi di energy management sono stati messi in campo i seguenti progetti:
 - › controllo dei consumi in tempo reale tramite submetering presso circa 2.700 siti pari al 53% dei consumi di Telecom Italia (equivalenti allo 0,5% dei consumi elettrici in Italia). Tale attività prevede l'installazione di misuratori di consumo energetico per monitorare l'utilizzo di energia elettrica delle componenti core dell'infrastruttura tecnologica con l'obiettivo di individuare e porre in essere azioni di recupero efficienza;
 - › monitoraggio delle policy in termini di allineamento delle temperature nelle Stazioni Radio Base, nelle principali centrali di rete fissa e negli uffici. La rete di sensori installata e presidiata dallo Smart Center Telecom Italia consente di rilevare puntualmente le temperature di esercizio degli apparati tecnologici e le condizioni ambientali degli uffici. Il monitoraggio e la verifica costante del rispetto delle policy tecniche e normative consente di correggere tempestivamente situazioni anomale o di guasto garantendo condizioni ambientali ed operative ottimali con evidenti benefici energetici;
- nell'ambito dei progetti di efficienza di Information Technology sono proseguite le seguenti iniziative:
 - › sostituzione delle macchine con consumi elevati con nuovi server con consumi ridotti;
 - › consolidamento storage;
 - › efficientamento storage (data rationalization, storage virtualization);
 - › installazione di ulteriori apparati thin client.

Tutte le iniziative individuate e avviate consentiranno risparmi energetici per circa 9 GWh/anno a regime.

- proseguendo nella ricerca dell'efficienza e nella messa in atto di pratiche di responsabilità ambientale, nell'ambito degli interventi di Printing on Demand (PoD), in collabo-

razione con la funzione IT, nel primo semestre 2013 è stata aggiornata l'impostazione delle stampanti per effettuare le stampe in modalità 2UP – 2 pagine su ogni facciata – cosa che ha consentito di ridurre ulteriormente il consumo di carta (-20 milioni di fogli A4/anno).

Si prevede inoltre di avviare, nel 2014, ulteriori interventi:

- incremento dell'efficienza delle stazioni di energia: la tecnologia scelta per gli apparati di alimentazione consente di raggiungere elevati livelli di efficienza allineati alle best practice di settore. Il monitoraggio del rendimento elettrico consente di intervenire per correggere ed ottimizzare il funzionamento delle stazioni di energia, minimizzando l'energia dissipata dagli apparati;
- miglioramento della Power Usage Effectiveness (PUE) su centrali di rete fissa: tramite i dati raccolti dai sistemi di monitoraggio vengono elaborati indicatori di performance energetica utilizzati per la suddivisione delle centrali di rete fissa in cluster di efficienza utili nella prioritizzazione degli interventi di recupero di efficienza energetica;
- sviluppo di sistemi di controllo operativo locale per le componenti compressori e free cooling nelle centrali: tale iniziativa prevede, laddove non già presente, l'adozione di sistemi di controllo locale programmabili che consentano di massimizzare l'utilizzo di sistemi di raffreddamento che si avvalgono dello scambio termico con l'ambiente esterno in via prioritaria rispetto all'impiego di condizionatori, minimizzando quindi l'assorbimento elettrico;
- avvio di un piano di interventi per l'applicazione del free cooling a Stazioni Radio Base Shelter e Room;
- avvio di un progetto per il controllo dei consumi degli impianti termici di riscaldamento.

Un ulteriore progetto in fase di avvio che coinvolgerà l'intera popolazione aziendale è il progetto Energy Engagement, che prevede una campagna di sensibilizzazione dell'utenza al fine di incentivare comportamenti "efficienti da un punto di vista energetico", diffondere la giusta attenzione verso il risparmio energetico e coinvolgere tutte le risorse del Gruppo nella riduzione dei consumi energetici.

È stata inoltre avviata a settembre 2013 la vendita a clienti esterni dei servizi di Energy Management basati sulle piattaforme e sul know how dello Smart Center di Telecom Italia.

Nel corso del 2013 sono stati riconosciuti a Telecom Italia Titoli di Efficienza Energetica (TEE) per nove progetti relativi ad anni pregressi. I TEE, istituiti con decreto ministeriale del 20 luglio 2004, detti anche "certificati bianchi", sono emessi dal GSE⁽¹²⁾ per premiare i soggetti che realizzano progetti innovativi che portano ad un significativo risparmio di energia elettrica o carburante. Un certificato bianco corrisponde a 1 TEP (Tonnellata Equivalente di Petrolio) risparmiata. I certificati bianchi hanno un valore economico, poiché vengono acquistati dai soggetti (quali le imprese che producono energia elettrica) che provocano, attraverso le proprie attività, elevate emissioni di CO₂, per compensarle con tali "crediti" acquistati da soggetti che volontariamente realizzano efficienze energetiche. In questo modo i soggetti "obbligati" possono più facilmente raggiungere i target di riduzione imposti dall'Autorità evitando sanzioni. La valorizzazione dei nove progetti riconosciuti a Telecom Italia è pari a oltre 23.000 TEP annue risparmiate e ad un ricavo incrementale di oltre 16 milioni di euro. Sono in fase di valutazione ulteriori 18 progetti che corrispondono ad un risparmio di oltre 55.000 TEP per anno.

Nel 2013 Telecom Italia ha conseguito la certificazione ISO 50001. Tale certificazione è la migliore best practice a livello internazionale nella gestione dell'energia basata su normative nazionali. La ISO 50001 supporta le organizzazioni e le aziende di ogni tipo nel mettere in atto i processi necessari per analizzare il consumo di energia (di tutti i vettori,

12

Gestore dei Servizi Energetici, GSE S.p.A. opera per la promozione dello sviluppo sostenibile attraverso la qualifica tecnico-ingegneristica e la verifica degli impianti a fonti rinnovabili e di cogenerazione ad alto rendimento; riconosce inoltre gli incentivi per l'energia elettrica prodotta e immessa in rete da tali impianti - www.gse.it

quindi elettrica, gas, acqua), definire obiettivi e indicatori di prestazione energetica, ridurre i consumi e individuare le opportunità per migliorare il rendimento energetico e ridurre gli sprechi.

Sempre in tema certificazioni si prevede a breve l'avvio della certificazione ISO 14064. Le norme ISO 14064 hanno lo scopo principale di apportare credibilità e garanzia ai processi di rendicontazione e monitoraggio delle emissioni di gas ad effetto serra (GHG), in relazione alle dichiarazioni di emissione delle organizzazioni e dei progetti di riduzione delle stesse. Nel 2013 Telecom Italia ha rinnovato un importante accordo con il Ministero dell'Ambiente legato al Progetto Carbon Footprint. Il carbon footprint misura l'impatto delle attività umane sul pianeta terra, considerando le emissioni dirette e indirette di CO₂ in atmosfera. L'accordo rappresenta un ulteriore segnale del connubio fra innovazione e sostenibilità ambientale, quale elemento di specificità del sistema produttivo italiano. Il Ministero dell'Ambiente ha infatti istituito una task force per la valutazione dell'impronta ambientale con lo scopo di quantificare le emissioni di gas serra e lavorare al loro abbattimento. Il Ministero si propone di promuovere prodotti e pratiche efficaci di gestione e riduzione delle emissioni di gas inquinanti generate lungo la filiera produttiva attraverso accordi volontari con le imprese e le organizzazioni ed è in tale contesto che si colloca l'accordo concluso con Telecom Italia. L'obiettivo specifico dell'intesa è quello di valutare due ambiti:

- riduzione delle emissioni dei nostri clienti grazie all'utilizzo di nuove tecnologie e servizi che consentono di lavorare ovunque (smart working);
- valutazione e minimizzazione dell'impronta ambientale di un edificio Telecom ad uso promiscuo, rappresentativo della realtà aziendale. È stata pertanto avviata l'analisi su un sito di Bologna che sarà il primo edificio a diventare ad impatto ambientale «quasi zero», nonché certificato ISO 50001.

Indicatore di eco-efficienza

Telecom Italia misura la propria efficienza energetica mediante un indicatore che mette in relazione il servizio offerto alla clientela in termini di bit trasmessi con l'impatto sull'ambiente rappresentato dai joule di energia consumati. Vengono presi in considerazione i valori di traffico dati e voce da rete fissa/mobile e i consumi energetici industriali (per uso trasmissivo e di condizionamento delle centrali), civili (energia elettrica per uso ufficio, condizionamento e riscaldamento sedi) e i consumi per autotrazione. La tabella e il grafico che seguono mostrano l'andamento dell'indicatore di eco-efficienza negli ultimi tre anni.

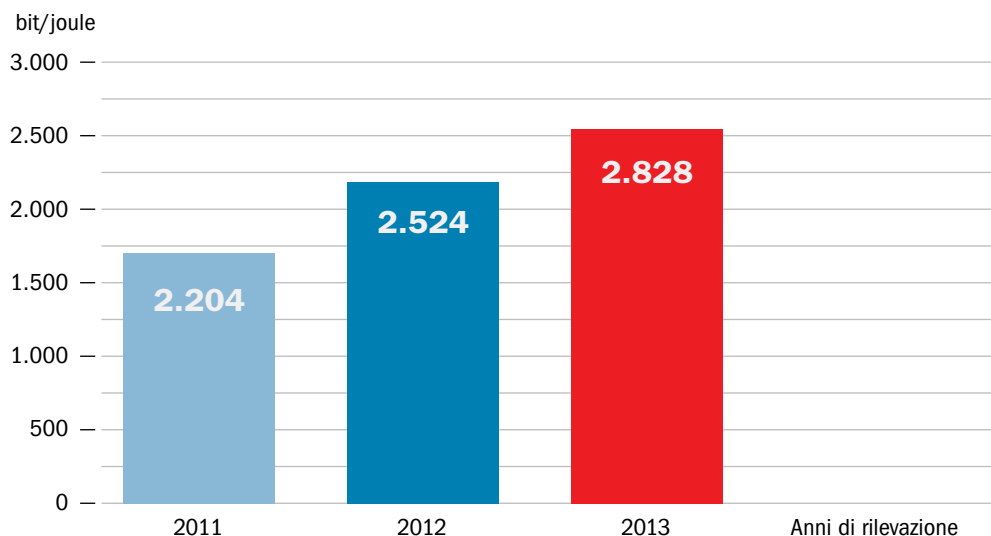
ECO-EFFICIENZA

| Indicatore di eco-efficienza: valore attuale e variazione % rispetto ai due anni precedenti | | | |
|---|----------------------------|--------------|--------------|
| | BU Domestic ^(*) | 2013 su 2012 | 2013 su 2011 |
| bit/joule | 2.828 | 12,04% | 28,31% |

*

Nel Bilancio di sostenibilità del 2012 il dato era riferito a Telecom Italia S.p.A.. Dal Bilancio 2013 l'indicatore è relativo alla BU Domestic. La coincidenza dei perimetri è giustificata poiché l'indicatore prende in considerazione il traffico complessivo generato dalle società del Gruppo operanti a livello nazionale e i corrispondenti consumi energetici.

INDICATORE DI ECO-EFFICIENZA - TELECOM ITALIA S.p.A



Nel 2013 il valore dell'indicatore è risultato ancora una volta al di sopra delle attese. Per il 2014 è stato definito un obiettivo di 3.100 bit/joule, con un incremento del 9,6% rispetto al 2013 (cfr. § Appendice/Obiettivi 2014 e pluriennali).

Emissioni atmosferiche

Le emissioni di gas ad effetto serra del Gruppo sono costituite quasi esclusivamente da anidride carbonica e sono da ricondursi all'utilizzo di combustibili fossili per riscaldamento, autotrazione, produzione e acquisto di energia elettrica, spostamenti del personale (in occasione di viaggi di lavoro o per spostamenti casa-lavoro). Vengono inoltre considerate e convertite in kg di CO₂ equivalente anche le dispersioni di gas idroclorofluorocarburi (HCFC) e idrofluorocarburi (HFC) dagli impianti di condizionamento.

Anche per le emissioni in atmosfera vengono seguite le linee guida del Global Reporting Initiative che rimandano alle definizioni del GHG Protocol, distinguendo tra emissioni dirette (Scope 1: utilizzo di combustibili fossili per autotrazione, riscaldamento, generazione di energia elettrica), emissioni indirette (Scope 2: acquisto di energia elettrica a uso industriale e civile) e altre emissioni indirette (Scope 3). Le emissioni in atmosfera riportate nel presente Bilancio, salvo diversa indicazione, sono state calcolate in base ai coefficienti aggiornati resi disponibili dal GHG Protocol⁽¹³⁾.

Nella tabella che segue sono riportate le emissioni complessive di CO₂ del Gruppo Telecom Italia.

13

Per il calcolo delle emissioni legate al consumo di energia elettrica acquistata sul mercato italiano è stato utilizzato il coefficiente più aggiornato (2009) calcolato dal GHG Protocol - che prende in considerazione il mix energetico nazionale - pari a 386 grammi di CO₂/kWh. Per il Brasile sono stati utilizzati i coefficienti medi per il 2011, 2012 e 2013 calcolati e pubblicati dal locale Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, pari rispettivamente a circa 29,2, 65,3 e 96 (quest'ultimo non ancora confermato) grammi di CO₂/kWh. Questa tendenza dimostra un sempre maggiore ricorso da parte del Brasile all'utilizzo di combustibili fossili.

EMISSIONI ATMOSFERICHE

| | | Emissioni dirette di CO ₂ ex Scope 1 GRI: % di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo | | | | |
|--|----|--|---------------|--------------|--------------|--------------|
| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
| EMISSIONI DI CO ₂ PER AUTOTRAZIONE | kg | 53.905.899 | 90,55% | 6,72% | 0,82% | 1,91% |
| EMISSIONI DI CO ₂ PER RISCALDAMENTO | kg | 45.378.959 | 95,01% | 0% | 0% | 4,99% |
| EMISSIONI DI CO ₂ EQUIVALENTI PER DISPERSIONI HCFC/HFC(*) | kg | 11.849.200 | 100 % | 0% | 0% | 0% |
| EMISSIONI DI CO ₂ DA GENERAZIONE ELETTRICA DA COGENERAZIONE | kg | 43.354.080 | 100% | 0% | 0% | 0% |
| EMISSIONI DI CO ₂ DA GENERAZIONE ELETTRICA MEDIANTE GASOLIO | kg | 2.869.311 | 80,57% | 16,16% | 3,22% | 0,05% |
| TOTALE EMISSIONI DIRETTE DI CO₂ – EX SCOPE 1 GRI | kg | 157.357.449 | 94,97% | 2,60% | 0,34% | 2,09% |

* La valorizzazione degli idroclorofluorocarburi (HCFC) e idrofluorocarburi (HFC), in termini di emissioni di CO₂ equivalenti, è effettuata facendo riferimento a specifici parametri del Global Warming Potential per i due gas: l'indice è basato su una scala relativa che confronta il gas considerato con un'uguale massa di biossido di carbonio il cui GWP è pari a 1. Il GWP utilizzato per HCFC è pari a 1.780 e quello per HFC è pari a 1.300.

EMISSIONI ATMOSFERICHE

| | | Totale emissioni dirette di CO ₂ ex Scope 1 GRI: % di incidenza delle Business Unit sul valore di Gruppo e variazione % rispetto ai due anni precedenti | | | | |
|--------------|----|--|----------|---------|----------|----------|
| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
| | kg | 157.357.449 | 94,97% | 2,60% | 0,34% | 2,09% |
| 2013 SU 2012 | | 8,66% | 9,58% | 7,68% | (25,87)% | (16,13)% |
| 2013 SU 2011 | | (2,61)% | (2,37)% | 7,63% | (20,73)% | (18,51)% |

EMISSIONI ATMOSFERICHE

| | | Emissioni indirette di CO ₂ ex Scope 2 GRI: % di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo | | | | |
|---|----|--|---------------|--------------|--------------|--------------|
| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
| EMISSIONI DI CO ₂ DA ACQUISTO DI ENERGIA ELETTRICA PRODOTTA DA FONTI MISTE | kg | 763.175.702 | 93,75% | 5,08% | 0,96% | 0,21% |
| TOTALE EMISSIONI INDIRETTE DI CO₂ – EX SCOPE 2 GRI | kg | 763.175.702 | 93,75% | 5,08% | 0,96% | 0,21% |

EMISSIONI ATMOSFERICHE

Totale emissioni indirette di CO₂ ex Scope 2 GRI: % di incidenza delle Business Unit sul valore di Gruppo e variazione % rispetto ai due anni precedenti

| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
|--------------|----|--------------------|----------|---------|----------|----------|
| | kg | 763.175.702 | 93,75% | 5,08% | 0,96% | 0,21% |
| 2013 SU 2012 | | 0,51% | (1,14)% | 62,89% | (24,53)% | (22,80)% |
| 2013 SU 2011 | | 1,41% | (2,10)% | 283,32% | (21,02)% | (32,78)% |

EMISSIONI ATMOSFERICHE

Altre emissioni indirette di CO₂ ex Scope 3 GRI: % di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo

| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
|--|----|-------------------|---------------|---------------|---------------|--------------|
| EMISSIONI DI CO ₂ DA SPOSTAMENTI CASA-LAVORO(*) | kg | 64.031.153 | 93,37% | 5,32% | 0,15% | 1,16% |
| EMISSIONI DI CO ₂ DA SPOSTAMENTI AEREI(**) | kg | 15.060.647 | 68,64% | 31,36% | 0% | 0% |
| TOTALE ALTRE EMISSIONI INDIRETTE DI CO₂ – EX SCOPE 3 GRI | kg | 79.091.800 | 88,66% | 10,28% | 0,12 % | 0,94% |

*

Nella determinazione dell'impatto degli spostamenti casa-lavoro si prendono a riferimento dati statistici elaborati sul personale aziendale.

**

Il calcolo delle emissioni per gli spostamenti aerei è stato effettuato utilizzando i coefficienti proposti dal GHG Protocol sulla base del numero di tratte effettivamente operate, suddivise in funzione della tipologia di durata del singolo viaggio (breve o lunga).

EMISSIONI ATMOSFERICHE

Totale altre emissioni indirette di CO₂ ex Scope 3 GRI: % di incidenza delle Business Unit sul valore di Gruppo e variazione % rispetto ai due anni precedenti

| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
|--------------|----|-------------------|----------|---------|----------|----------|
| | kg | 79.091.800 | 88,66% | 10,28% | 0,12 % | 0,94% |
| 2013 SU 2012 | | (0,42)% | 0,44% | (5,26)% | (3,45)% | (19,67)% |
| 2013 SU 2011 | | (4,48)% | (4,17)% | 4,92% | (84,64)% | (40,21)% |

EMISSIONI ATMOSFERICHE

Totale emissioni di CO₂: % di incidenza delle Business Unit sul valore di Gruppo e variazione % rispetto ai due anni precedenti

| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
|--------------|----|--------------------|----------|---------|----------|----------|
| | kg | 999.624.951 | 93,54% | 5,10% | 0,80% | 0,56% |
| 2013 SU 2012 | | 1,64% | 0,55% | 40,93% | (24,42)% | (18,58)% |
| 2013 SU 2011 | | 0,27% | (2,30)% | 135,39% | (24,83)% | (26,41)% |

Le emissioni di CO₂ in atmosfera sono aumentate in modo non significativo rispetto all'anno precedente. Di seguito si riportano alcune considerazioni sul contributo delle singole voci:

- riduzione delle emissioni dovuta a minori consumi per autotrazione;
- aumento delle emissioni di CO₂ equivalente, relative alle dispersioni di gas HCFC e HFC utilizzati negli impianti di condizionamento;
- incremento delle emissioni imputabili alla cogenerazione/trigenerazione, conseguenti alla scelta aziendale di investire maggiormente su tale tecnologia con positivi ritorni economici e ambientali. L'incremento è comunque compensato dal minor acquisto di energia elettrica dalla rete, che comporta complessivamente un bilancio positivo in termini di emissioni;
- lieve aumento delle emissioni da generatori elettrici a gasolio in contesti caratterizzati da indisponibilità della rete di distribuzione elettrica;
- lieve aumento delle emissioni da consumo di energia elettrica acquistata;
- aumento delle emissioni per viaggi di servizio in aereo effettuati dai dipendenti, che avrebbero comunque subito un incremento più rilevante senza il maggior ricorso ai servizi di audio e video-conferenza.

CONSUMO DI ACQUA

| | | Consumo di acqua: % di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo | | | | |
|---|----------------|---|---------------|--------------|--------------|--------------|
| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
| CONSUMO DI ACQUA PRELEVATA DA POZZI ARTESIANI | m ³ | 367.910 | 0% | 0% | 0% | 100% |
| CONSUMO DI ACQUA PRELEVATA DA ENTI EROGATORI | m ³ | 4.509.603 | 95,14% | 4,65% | 0,01% | 0,20% |
| CONSUMO DI ACQUA PRELEVATA DA ALTRE FONTI | m ³ | 20.276 | 0% | 100% | 0% | 0% |
| TOTALE CONSUMO DI ACQUA^(*) | m ³ | 4.897.789 | 87,60% | 4,69% | 0,01% | 7,70% |

*

L'impatto rilevante della BU Olivetti è dovuto al prelievo da pozzi artesiani per la componente industriale.

CONSUMO DI ACQUA

| | | Totale consumo di acqua: % di incidenza delle Business Unit sul valore di Gruppo e variazione % rispetto ai due anni precedenti | | | | |
|--------------|----------------|---|----------|---------|----------|----------|
| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
| | m ³ | 4.897.789 | 87,60% | 4,69% | 0,01% | 7,70% |
| 2013 SU 2012 | | (14,13)% | (5,41)% | 6,87% | (97,21)% | (59,80)% |
| 2013 SU 2011 | | (12,40)% | (4,40)% | 28,35% | (97,28)% | (58,53)% |

I consumi di acqua, in particolare della BU Olivetti, evidenziano una riduzione significativa effetto di una più accurata valorizzazione dei consumi stessi, realizzata sulla base dei dati contabili fatturati.

Carta

CARTA PER USO UFFICIO

| | | Carta acquistata per uso ufficio: % di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo | | | | |
|----------------------------------|----|---|---------------|---------------|--------------|--------------|
| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
| CARTA NON RICICLATA ACQUISTATA | kg | 2.994 | 49,77% | 50,23% | 0% | 0% |
| CARTA RICICLATA ACQUISTATA | kg | 2.089 | 0% | 100% | 0% | 0% |
| CARTA CERTIFICATA FSC ACQUISTATA | kg | 356.640 | 83,08% | 13,63% | 0,14% | 3,15% |
| TOTALE CARTA ACQUISTATA | kg | 361.723 | 82,32% | 14,43% | 0,14% | 3,11% |

CARTA PER USO UFFICIO

| | | Totale carta acquistata per uso ufficio: % di incidenza delle Business Unit sul valore di Gruppo e variazione % rispetto ai due anni precedenti | | | | |
|--------------|----|---|----------|----------|----------|----------|
| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
| | kg | 361.723 | 82,32% | 14,43% | 0,14% | 3,11% |
| 2013 SU 2012 | | (21,96)% | (21,76)% | (17,22)% | (94,82)% | 12,50% |
| 2013 SU 2011 | | (33,11)% | (33,13)% | (31,09)% | (94,75)% | 12,50% |

Gli acquisti di carta continuano a essere orientati, sia per gli usi d'ufficio sia per l'uso commerciale (bollette telefoniche), verso le tipologie che rispondono ai più elevati standard ambientali basati sulla gestione responsabile delle foreste secondo i requisiti del Forest Stewardship Council - FSC (cfr. fsc.org).

La riduzione dei consumi di carta per uso ufficio, esposta in tabella, segue un trend storico frutto dell'opera di sensibilizzazione sull'utilizzo responsabile della carta in ambito lavorativo e di razionalizzazione dei consumi ottenuta attraverso il progetto Printing on Demand, che prevede l'impiego di stampanti condivise ad alte prestazioni e modalità di settaggio rispondenti al risparmio dei consumi energetici e di materiale. Sono continuate le attività volte alla riduzione complessiva dei consumi di carta per uso commerciale, tra cui la promozione presso i clienti del ricorso a fatture ed estratti conto in formato elettronico.

Nel corso del 2013 è stata avviata la prima campagna di affissioni pubblicitarie facendo ricorso a carta di tipo FSC (2.462 kg rispetto alle 36 tonnellate di carta per manifesti complessivamente utilizzate). Tale iniziativa verrà estesa nel 2014 a tutte le affissioni pubblicitarie di Telecom Italia che si presume interesseranno una quantità di carta pari a circa 30 tonnellate.

L'attività di raccolta differenziata dei rifiuti negli uffici, organizzata nella totalità delle sedi aziendali ad uso ufficio, ha consentito, nel corso del 2013, l'avvio a riciclo di quasi 20 mila tonnellate di carta raggiungendo l'obiettivo fissato nel 2012.

Rifiuti

I dati indicati nella tabella si riferiscono alle quantità di rifiuti conferiti⁽¹⁴⁾ e contabilizzati per legge⁽¹⁵⁾.

14

Per "rifiuti conferiti" si intendono i rifiuti consegnati al trasportatore per l'avvio a riciclo e recupero o smaltimento.

15

Lievi scostamenti rispetto alla situazione definita al 31 dicembre si potranno avere fino al 30 marzo successivo in quanto la fonte dei dati è rappresentata dai registri di carico e scarico dei rifiuti che si consolidano una volta verificato il peso reale a destino; l'informazione è fornita al produttore del rifiuto entro tre mesi dal conferimento e ciò giustifica la possibilità di scostamento del dato.

RIFIUTI CONFERITI

| | | Rifiuti conferiti: % di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo | | | | |
|------------------------------------|----|--|---------------|--------------|--------------|--------------|
| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
| RIFIUTI PERICOLOSI | kg | 5.180.570 | 93,41% | 6,06% | 0% | 0,53% |
| RIFIUTI NON PERICOLOSI | kg | 11.310.588 | 93,91% | 3,50% | 0,14% | 2,45% |
| TOTALE RIFIUTI CONFERITI(*) | kg | 16.491.158 | 93,75% | 4,31% | 0,10% | 1,84% |

* I dati non includono i pali telefonici di competenza della BU Domestic in quanto non conferiti come rifiuti ordinari ma gestiti in base all'accordo di programma concluso nel 2003 con il Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio, il Ministero delle Attività Produttive e le imprese di produzione e di recupero, previo parere favorevole della conferenza Stato-Regioni-Province autonome. Nel 2013 sono stati dismessi da Telecom Italia 138.224 pali, per un peso equivalente di 11.057.851 kg.

RIFIUTI CONFERITI

| | | Totale rifiuti conferiti: % di incidenza delle Business Unit sul valore di Gruppo e variazione % rispetto ai due anni precedenti | | | | |
|--------------|----|--|----------|----------|----------|----------|
| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
| | kg | 16.491.158 | 93,75% | 4,31% | 0,10% | 1,84% |
| 2013 SU 2012 | | (14,63)% | (14,34)% | 8,52% | (86,45)% | (38,35)% |
| 2013 SU 2011 | | (17,85)% | (16,44)% | (23,23)% | (86,04)% | (42,56)% |

RIFIUTI CONFERITI

| | | Rifiuti avviati a riciclo o recupero: % di incidenza delle Business Unit sul valore di Gruppo | | | | |
|--|----|---|----------|---------|-------|----------|
| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
| RIFIUTI AVVIATI A RICICLO O RECUPERO | kg | 15.091.886 | 95,47% | 2,93% | 0% | 1,60% |
| % RIFIUTI AVVIATI A RICICLO O RECUPERO | | 91,52% | 93,19% | 62,34% | 0% | 79,39% |

I dati relativi ai rifiuti presentano un andamento variabile nel tempo in relazione ai quantitativi e alle tipologie consegnati alle ditte incaricate per il loro trattamento. Il dato di maggior rilievo, per quanto riguarda Telecom Italia, è rappresentato dal rapporto fra i rifiuti prodotti e quelli conferiti per riciclo/recupero che si mantiene su un livello notevole.

Il Decreto ministeriale n. 65 dell'8 marzo 2010 (pubblicato in Gazzetta Ufficiale il 10 mag-

gio 2010) ha reso esecutivo, a partire dal 18 giugno 2010, il processo di ritiro dei Rifiuti da Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche (RAEE) da parte di tutti i canali di vendita di Telecom Italia con la conseguente iscrizione in qualità di “distributore” all’Albo Nazionale Gestori Ambientali.

Telecom Italia ha rigenerato nel 2013 un elevato numero di apparati tecnici di proprietà (5.021 apparati di trasmissione dati, 23.759 prodotti di fonia, 15.510 apparati ISDN e 49.582 apparati di telefonia pubblica) e commerciali (tra cui 23.652 modem e altri prodotti di telefonia fissa e 105.847 prodotti di telefonia mobile). Tale attività ha una duplice valenza: contribuire alla riduzione dei RAEE prodotti e, al contempo, generare un beneficio economico derivante dalla differenza tra il costo che dovrebbe essere sostenuto per l’acquisto di apparati nuovi e il costo di rigenerazione.

Telecom Italia ha stipulato contratti mirati alla valorizzazione di prodotti e materiali giunti a fine vita, con l’obiettivo di permettere il recupero di componentistica e materie prime. Ciò ha permesso di evitare che nel corso dell’anno trascorso 791.385 prodotti venissero inviati in discarica e di ottenere tangibili benefici economici grazie alla loro valorizzazione.

Emissioni elettromagnetiche

L’attenzione del Gruppo Telecom Italia al tema delle emissioni elettromagnetiche si sostanzia:

- nella gestione attenta degli impianti durante tutto il ciclo di vita e nel rispetto della normativa vigente e degli standard interni di efficienza e di sicurezza;
- nell’uso e nella ricerca costante di strumenti tecnologici all’avanguardia per l’attività di controllo e di verifica;
- nel monitoraggio sistematico dei livelli di emissioni elettromagnetiche degli impianti, finalizzato a garantire il rispetto dei limiti di legge e al mantenimento di elevati standard di sicurezza per la popolazione e per i lavoratori. In base ai controlli effettuati sul territorio italiano le emissioni elettromagnetiche generate rientrano ampiamente nei limiti di legge;
- nell’attività di certificazione dei terminali per telefonia mobile venduti sul mercato con il brand TIM. TILab svolge su tutti i prodotti tecnologicamente innovativi i test per la verifica del SAR (Specific Absorption Rate) dichiarato dai fornitori. Tale parametro stima la quantità di energia elettromagnetica per unità di massa corporea assorbita dal corpo umano in caso di esposizione al campo elettromagnetico generato dai terminali mobili. Telecom Italia certifica e mette in vendita attraverso la propria rete commerciale solo terminali mobili che presentano un valore di SAR inferiore al valore limite fissato dalla normativa europea. Nel determinare tale conformità Telecom Italia segue le indicazioni definite nelle linee guida ICNIRP (International Commission on Non-Ionizing Radiation Protection) e successive dichiarazioni di conformità⁽¹⁶⁾. Tale qualificazione, effettuata in fase di pre-commercializzazione in cui spesso Telecom Italia non dispone del valore di SAR dichiarato dal fornitore, conferisce al test un valore ulteriore rispetto a un semplice controllo di qualità;
- nelle attività congiunte con alcune ARPA per la valutazione dei campi elettromagnetici irradati dalle SRB, tenendo conto dell’effettiva potenza trasmessa in funzione del traffico e dei meccanismi di power control, in conformità con le variazioni del DPCM 8/7/2003 contenute nel Decreto legge sulla crescita 179/2012. Analoga attenzione è posta alle emissioni dei terminali mobili attivi sulle bande di frequenza operate da Telecom Italia.

16

Guidelines for Limiting Exposure to Time-Varying Electric, Magnetic, and Electromagnetic Fields (up to 300 GHz). Health Physics 74 (4): 494-522; 1998; Statement on the “Guidelines for limiting exposure to time-varying electric, magnetic and electromagnetic fields (up to 300 GHz)”. Health Physics 97(3):257-259; 2009.

3.4 CAMBIAMENTO CLIMATICO

La Green Economy viene riconosciuta come elemento trainante verso lo sviluppo sostenibile e lo sradicamento della povertà. Il settore dell'Information and Communication Technology (ICT) può fornire un contributo importante allo sviluppo dell'economia, al miglioramento dell'efficienza energetica e alla lotta contro i cambiamenti climatici, come dimostrato da vari studi e analisi del settore ICT, e recentemente riconfermato dal Rapporto SMARTer 2020⁽¹⁷⁾, pubblicato nel mese di dicembre del 2012 dalla Global e-Sustainability Initiative. L'approccio seguito dal Gruppo per contrastare il cambiamento climatico si fonda su tre livelli sinergici di azione:

- la riduzione delle proprie emissioni dirette e indirette di gas serra;
- il contenimento delle emissioni degli altri settori e dei clienti in generale attraverso il supporto alla dematerializzazione e l'offerta di servizi che promuovano nuovi modi di lavorare, apprendere, viaggiare e, più in generale, di vivere;
- il contributo alla diffusione di una cultura basata su un corretto approccio ai temi ambientali all'interno e all'esterno dell'Azienda.

IL SETTORE ICT PUÒ CONTRIBUIRE A CONTRASTARE I CAMBIAMENTI CLIMATICI

17

Il rapporto "GeSI SMARTer 2020: The Role of ICT in Driving a Sustainable Future" rappresenta l'aggiornamento del rapporto SMART2020 pubblicato nel 2008.

La riduzione delle emissioni

L'impatto ambientale di Telecom Italia in termini di emissioni di CO₂ è determinato essenzialmente, come illustrato nei paragrafi precedenti, da emissioni dirette derivanti dall'utilizzo di combustibili fossili, indirette per l'acquisto di energia elettrica e altre emissioni indirette dovute, per esempio, agli spostamenti casa-lavoro e alle trasferte effettuate in aereo dal personale aziendale.

Per quanto riguarda le iniziative di riduzione messe in atto si rinvia ai [§ Performance ambientale/Energia](#) e [Performance ambientale/Emissioni atmosferiche](#).

Telecom Italia come parte della soluzione

Il settore ICT è chiamato a svolgere un ruolo importante nella lotta ai cambiamenti climatici favorendo la sostituzione di prodotti fisici e servizi tradizionali con prodotti e processi digitali (cfr. [§ Clienti/Servizi innovativi](#)), in grado di favorire la dematerializzazione della società, riducendo l'esigenza di spostamento fisico di persone e cose. In generale:

- i servizi di audio/videoconferenza e il telelavoro riducono la necessità di spostamenti fisici delle persone;
- la fatturazione e i pagamenti online, oltre a permettere il risparmio di carta e quindi dell'energia relativa alla produzione e al trasporto, eliminano gli spostamenti per effettuare i pagamenti;
- i servizi di telemedicina riducono la necessità di incontri medico-paziente;
- i sistemi di infomobilità, utilizzando informazioni ottenute da terminali mobili, permettono di ottimizzare i flussi di traffico riducendo i tempi di percorrenza e le emissioni di gas serra;
- i sistemi di monitoraggio e analisi dei consumi consentono di ottimizzare l'efficienza energetica di uffici e abitazioni.

Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione possono influenzare le caratteristiche di prezzo, efficienza e convenienza relativa dei prodotti e servizi finendo per incidere sulla stessa domanda di servizi aumentando complessivamente la domanda energetica. Possono inoltre accelerare l'obsolescenza dei prodotti e rendere necessaria la gestione dei rifiuti tecnologici che ne derivano. È responsabilità del settore ICT, e quindi anche di

TELECOM ITALIA MIRA A SVILUPPARE PRODOTTI E SERVIZI A BASSO IMPATTO AMBIENTALE

Telecom Italia, tenere in considerazione questi effetti puntando alla ricerca e sviluppo di prodotti a basso impatto ambientale lungo tutto il proprio ciclo di vita (cfr. § [Responsabilità di prodotto](#)).

Nel 2013 in Telecom Italia sono state gestite in maniera centralizzata oltre 1.000 audioconferenze e circa 5.260 videoconferenze fra le sedi di Roma e Milano privilegiando anche in termini di crescita relativa rispetto all'anno scorso i collegamenti video. Grazie anche all'introduzione di uno specifico portale di prenotazione automatica dei servizi di audio e videoconferenza, sono state gestite autonomamente dai dipendenti 27.718 videoconferenze (+48% rispetto al 2012) e 72.729 audioconferenze (+27% rispetto al 2012). Si stima che il ricorso a questi sistemi di comunicazione abbia permesso di evitare consistenti emissioni di anidride carbonica (e altri inquinanti) connesse all'utilizzo dei mezzi di trasporto⁽¹⁸⁾.

18

A ogni videoconferenza prendono mediamente parte circa 10 persone e la metà di queste avrebbe viaggiato per partecipare all'incontro. Si può stimare, per le sole videoconferenze realizzate fra le sedi direzionali di Roma e Milano, una mancata emissione complessiva pari a 1.200 tonnellate di anidride carbonica.

3.5 RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO

Per migliorare il profilo di responsabilità di prodotto a livello aziendale, i prodotti/servizi commercializzati da Telecom Italia S.p.A. vengono esaminati anche in funzione dei seguenti criteri:

- salute e sicurezza dei consumatori;
- etichettatura di prodotti e servizi (labelling);
- comunicazioni di marketing;
- rispetto della privacy;
- conformità alle normative applicabili;
- impatto ambientale del prodotto.

I prodotti commercializzati sono sottoposti a test tecnici volti ad assicurare la conformità alle direttive europee e alle leggi nazionali, in particolare:

- la normativa UE sulla protezione e sicurezza nell'uso delle apparecchiature da parte dei clienti;
- la normativa RoHS che proibisce l'uso di determinate sostanze nelle apparecchiature elettriche ed elettroniche;
- la normativa RAEE sullo smaltimento dei prodotti a fine ciclo di vita;
- i regolamenti europei n. 1275/2008 e 278/2009 che implementano la direttiva EuP (Energy-using Products) per i terminali e i relativi alimentatori esterni.

Telecom Italia Green

Telecom Italia ha lanciato già alla fine degli anni 90 una serie di attività interne di ricerca e sviluppo per realizzare terminali a impatto ambientale ridotto. Migliorare l'efficienza ambientale dei prodotti proposti ai clienti, sia privati che business, implica l'ottimizzazione dei consumi energetici e l'applicazione di regole di "Design For Environment" che permettano di ridurre gli impatti sull'ambiente, in particolare nella fase di produzione e nella gestione del fine vita degli apparati.

Seguendo e ampliando questa logica è stato creato il logo Telecom Italia Green che identifica sia le iniziative e i progetti "verdi" di Telecom Italia sia i prodotti eco-compatibili.



Per i prodotti e le iniziative che recano tale marchio vengono fornite informazioni sulle caratteristiche e sulle specifiche soluzioni adottate, in virtù delle quali è dimostrabile la loro eco-compatibilità e/o il vantaggio che se ne ricava in termini ambientali. Nel caso dei prodotti queste informazioni sono riportate sia sulla dichiarazione ambientale inserita nella confezione redatta in conformità alla Norma UNI EN ISO 14021, sia nella sezione di soste-

nibilità del sito telecomitalia.com in cui sono disponibili anche informazioni sulle caratteristiche di eco-compatibilità delle iniziative e dei progetti.

Fanno parte della linea Green alcuni prodotti, sviluppati in collaborazione con i fornitori, dedicati alla clientela business e consumer.

In ambito Home Networking, continua il progetto di ottimizzazione degli aspetti ambientali negli scenari evolutivi della digital home, attraverso l'elaborazione di soluzioni eco-efficienti per access gateway, terminazioni di rete, terminali fissi, terminali mobili, access point wireless.

- Prosegue la distribuzione degli "Access Gateway Wi-Fi N" della nuova linea di prodotti "Telecom Italia Green". È in corso il deployment del nuovo modem di fascia alta "AG ADSL FIBRA" associato alle offerte NGAN⁽¹⁹⁾, su cui sono stati applicati gli stessi principi di ottimizzazione energetica e ambientale già sperimentati sul primo prodotto. Inoltre, è entrato a far parte della linea green anche il prodotto "Fritzbox! 7270", prodotto da AVM e utilizzato da Telecom Italia per il supporto di scenari small business. Questo apparato, oltre ad avere una performance rilevante dal punto di vista del contenimento dei consumi, presenta particolari caratteristiche di eco-compatibilità, come dettagliato sulle pagine dedicate a Telecom Italia Green del portale telecomitalia.com. I prodotti della linea sono corredati di una dichiarazione ambientale che dimostra i miglioramenti conseguiti sul fronte dell'efficienza energetica e dell'ecodesign.
- Per le categorie di prodotti "modem/access gateway" Telecom Italia ha richiesto all'Autorità per l'Energia Elettrica e il Gas (AEEG) i corrispondenti Titoli di Efficienza Energetica (Certificati Bianchi).

Le dichiarazioni ambientali più recenti prodotte sono relative a terminali telefonici cordless e corded (Sirio Maxi, e-Pure, Facile Mini, Sirio Classico). È in fase di finalizzazione la dichiarazione relativa al quattordicesimo prodotto della linea (il cordless Facile Maxi). La redazione di dichiarazioni ambientali per i prodotti della linea Green è resa possibile grazie alla stretta collaborazione con i fornitori, e per quanto riguarda lo schema di base per le dichiarazioni ambientali di prodotto di tipo III è stata approvata da EPD System la proposta avanzata da Telecom Italia e Politecnico di Torino relativa alle Product Category Rules (PCR) per home gateways, da adottare come linea guida per la redazione di etichette ambientali basate su dati di analisi LCA (Life Cycle Assessment). Il riferimento è lo standard ISO 14025 "Environmental Declarations - Type II (EPDs)".

È in fase conclusiva il collaudo sperimentale per un servizio "smart home" di monitoraggio dei consumi energetici in ambito rete domestica, incentrato su un'applicazione residente su un Access Gateway prototipale, dotato di modularità software (tecnologia OSGi⁽²⁰⁾). Il collaudo si basa sulla soluzione tecnica elaborata dall'associazione Energy@Home, di cui Telecom Italia è leader, e ha l'obiettivo di dimostrare in modo quantitativo i risparmi possibili grazie all'adozione di un sistema in grado di monitorare i consumi, forzare stati di funzionamento dei dispositivi controllati a basso assorbimento di energia, evitare i sovraccarichi e favorire il comportamento virtuoso dei clienti finali in ottica di risparmio energetico.

19

Next Generation Access Network

20

Open System Gateway initiative -
www.osgi.org





Il ruolo di una grande azienda nelle

Comunità

dei Paesi in cui opera

4. COMUNITÀ

4.1 STRATEGIA

Le società del Gruppo intendono contribuire al benessere economico e alla crescita delle comunità nelle quali operano attraverso l'erogazione di servizi efficienti e tecnologicamente avanzati.

In coerenza con tali obiettivi e con le responsabilità assunte verso i diversi stakeholder, il Gruppo considera la ricerca e l'innovazione condizioni prioritarie di crescita e successo. Compatibilmente con la propria natura di soggetti privati e le connesse esigenze di una gestione economicamente efficiente, le società del Gruppo tengono in considerazione nelle scelte effettuate la rilevanza sociale dei servizi di telecomunicazioni, rispondendo ai bisogni della collettività anche nelle sue componenti più deboli.

Le società del Gruppo considerano con favore e, se del caso, forniscono sostegno a iniziative sociali, culturali e educative orientate alla promozione della persona e al miglioramento delle sue condizioni di vita.

La tabella seguente riepiloga la strategia d'investimento nella comunità del Gruppo, definita anche sulla base dei principi d'inclusione e materialità dello standard AccountAbility 1000 (cfr. § Introduzione/Reporting):

| Macro aree di intervento | Individuazione dei progetti | Realizzazione dei progetti |
|--|--|---|
| <p>Gli investimenti nella comunità riguardano due principali aree d'intervento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • attività volontarie coerenti con il core business del Gruppo, collegate all'offerta di servizi ICT^(*); • attività finalizzate allo sviluppo generale della comunità, che comprendono principalmente le attività della Fondazione Telecom Italia. | <p>Telecom Italia individua i progetti da realizzare sulla base di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • consultazione degli stakeholder e contatti diretti con le associazioni della società civile; • progetti di partnership con stakeholder e associazioni; • benchmark con gli altri operatori di TLC europei; • partecipazione ad associazioni di settore; • conoscenza delle problematiche di settore condivisa con le altre funzioni del Gruppo; • sollecitazioni esterne come risposta a urgenze sociali (per esempio nel caso di terremoti). | <p>La realizzazione di ciascun progetto passa attraverso 4 fasi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • pianificazione: vengono individuati gli obiettivi da raggiungere, i destinatari del progetto, le tempistiche delle singole attività, la durata complessiva dell'iniziativa, i modi per monitorare il progetto, il budget. • selezione: <ul style="list-style-type: none"> - tramite bandi pubblici, come nel caso di molti dei progetti seguiti dalla Fondazione Telecom Italia; - tramite scelta diretta dell'Azienda, maturata a valle del processo di consultazione degli stakeholder, in coerenza con le linee guida per i contributi volontari alla Comunità^(**) • gestione: di regola avviene attraverso partnership o accordi quadro. Talvolta vengono effettuate delle erogazioni in denaro lasciando la gestione dell'attività all'ente/associazione beneficiari. • controllo: avviene con modalità differenti a seconda delle peculiarità dei singoli progetti. |

*
Nel presente capitolo sono riportati esclusivamente i prodotti/servizi offerti a titolo gratuito mentre quelli che, pur avendo un impatto significativo sulla comunità, sono offerti a pagamento, sono inclusi nel § Clienti.
**

Le linee guida per i contributi volontari alla comunità sono disponibili sul sito telecomitalia.com, sezione sostenibilità, alla voce codici e politiche, politiche per l'ambiente e il sociale.

4.2 STAKEHOLDER RILEVANTI

Per i progetti con le comunità, le società del Gruppo interagiscono con:

- la società civile: tutti i cittadini e quelli con particolari esigenze (giovani, anziani, diversamente abili, ecc.), le loro associazioni rappresentative e le no profit in genere;
- le istituzioni: enti locali e istituzioni centrali nazionali e sovranazionali;
- gli istituti universitari e di ricerca;
- i media tradizionali e i social media.

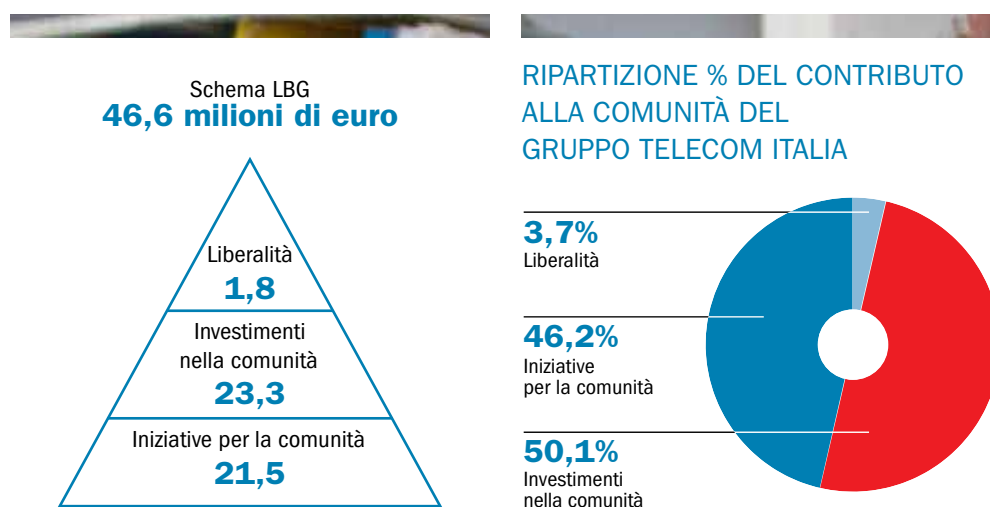
4.3 MISURAZIONE DEL CONTRIBUTO ALLA COMUNITÀ

Il contributo del Gruppo Telecom Italia alla comunità, calcolato secondo le linee guida del London Benchmarking Group (LBG), ammonta per il 2013 a 46,6 milioni di euro (36,4 milioni di euro nel 2012).

Il calcolo del contributo è stato effettuato utilizzando dati gestionali, in parte oggetto di stime.

Il LBG, fondato nel 1994, è un'associazione a cui aderiscono oltre 100 grandi società internazionali e rappresenta lo standard di riferimento a livello mondiale per la classificazione dei contributi volontari delle aziende a favore della comunità.

In coerenza con il modello LBG, per misurare e rappresentare l'impegno del Gruppo nei confronti della comunità, i contributi erogati sono stati suddivisi in tre categorie (Liberalità, Investimenti nella comunità, Iniziative per la comunità), utilizzando la consueta rappresentazione a piramide che pone all'apice le iniziative in cui prevale lo spirito di liberalità e alla base le iniziative in cui al beneficio verso la comunità si affianca un interesse commerciale dell'Azienda. Per ulteriori informazioni sul modello LBG e sui relativi criteri di classificazione degli investimenti nei 3 livelli, si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com e al sito lbg-online.it.



4.4 RISPOSTE AGLI STAKEHOLDER

Le iniziative coerenti con il core business

Di seguito sono riportati alcuni progetti realizzati nel 2013 in risposta ai bisogni della comunità, utilizzando le tecnologie alla base dell'offerta di servizi di Telecom Italia.

Raccolte fondi

Le raccolte fondi rivestono una particolare importanza, soprattutto per affrontare situazioni di emergenza. Da oltre un decennio Telecom Italia è un attore fondamentale nella catena di solidarietà legata a progetti con finalità umanitarie, scientifiche o ambientali, che supporta offrendo la possibilità di fare una donazione del valore di 1 o 2 euro mediante l'invio di un SMS e di 2, 5 o 10 euro tramite una telefonata da rete fissa a un numero dedicato. Gli importi raccolti vengono devoluti interamente senza alcuna trattenuta, né da parte del fisco che grazie all'opera di sensibilizzazione compiuta dalle società di TLC e dalle Onlus ha esentato tali operazioni dall'applicazione dell'IVA, né da parte dell'Azienda per i costi sostenuti.

Nel 2013 sono state realizzate 111 campagne e sono stati raccolti circa 18 milioni di euro.⁽²¹⁾

21

L'importo raccolto non è direttamente attribuibile alle iniziative citate a causa dello sfasamento temporale tra fatturazione e incasso.

Inclusione Digitale

Telecom Italia sviluppa e sostiene da tempo progetti di media education con l'obiettivo di sensibilizzare i giovani ad un uso consapevole della Rete e stimolare l'interesse dei senior verso le nuove tecnologie digitali, per la progressiva costruzione di una comprensione e sensibilità nei confronti del fenomeno digitale nel suo complesso.

Di seguito le principali iniziative realizzate nel 2013:

- “Navigare Sicuri” è il progetto di educazione all’uso consapevole e responsabile di Internet e dei media digitali tra i bambini, i ragazzi e i loro educatori, sviluppato in collaborazione con il MIUR, Fondazione Movimento Bambino, Save The Children e Atlantyca. Nel triennio 2010-2013 sono stati affrontati temi importanti quali: adescamento, cyberbullismo, furto d’identità, sexting, internet addiction disorder, pirateria, in incontri in 40 città di 20 regioni, 252 scuole primarie e secondarie di primo grado (76 nel 2012-2013), con oltre 80.000 studenti formati tramite il materiale divulgativo (30.000 nel 2012-2013). Il website del progetto conta oltre 200.000 visitatori unici, con 50.000 liker su Facebook e 20.000 follower su Twitter. Tra gli awards conseguiti, ricordiamo il protocollo di intesa con il MIUR, l’inserimento nel piano CSR ITA-EU, la citazione come best practice del FOSI (Family Online Safety Institute);
- nel 2013 è stato sviluppato il progetto “Anche io ho qualcosa da dire”, coinvolgendo oltre 30.000 studenti in incontri autorganizzati in 3 città con esperti del tema della sicurezza dei minori su internet sotto le diverse prospettive: formativa, medica, pediatrica, psicologica, sociale, giuridica, tecnico-informatica, ricevendo anche l’attenzione del Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano con un messaggio nella tappa inaugurale;
- “Navigare Insieme” è il progetto dedicato all’inclusione digitale degli over60, in coerenza con i precedenti progetti di Telecom Italia di educazione digitale degli anziani Internet Saloon e Telemouse. Le attività formative si sono svolte sino a maggio 2013, con 200 corsi in 104 scuole ed in 33 “palestre digitali” di 16 città, grazie a 3.000 tra studenti e volontari di 7 associazioni, e in Rete, grazie al coinvolgimento di esperti del mondo di internet con un percorso di e-learning web.

Oltre 10.000 gli over60 formati, mentre il sito web del progetto registra circa 100.000 visitatori unici, con 28.000 liker su Facebook e 16.000 follower su Twitter.

Cultura e Digitale

Telecom Italia dal 2009 ha avviato un percorso di collaborazione con le maggiori realtà artistiche e culturali italiane per lo sviluppo di progetti finalizzati ad avvicinare contenuti culturali d’eccellenza e linguaggi digitali, capitalizzando le possibilità di interazione offerte dalla Rete.

Telecom Italia ha assunto un ruolo riconosciuto dai partner delle iniziative di diffusione digitale in ambito culturale nei campi della musica (Accademia di Santa Cecilia, Fondazione Musica per Roma), dell’opera (Fondazione Lirico Sinfonica Petruzzelli e Teatri di Bari), della letteratura (Festivaletteratura), della Scienza (Festival della Scienza, MUSE), dell’arte classica (Museo Villa Borghese) e contemporanea (MAXXI, AMACI) e delle arti performative (Fondazione Romaeuropa), sottolineato anche dall’aggiudicazione del Premio Cultura + Impresa, prima edizione dell’iniziativa promossa dal comitato no profit Cultura + Impresa dedicata alle migliori partnership e sponsorship in ambito culturale in Italia.

Queste iniziative consentono inoltre di generare opportunità esclusive per le risorse del Gruppo accrescendone il senso di appartenenza, grazie ad iniziative quali visite dedicate (Villa Borghese, MAXXI, Romaeuropa Festival, Digital Life, Giornata del Contemporaneo) o partecipando a concerti o eventi dedicati (Family Concert, Festival della Scienza).

La partnership con Accademia Nazionale di Santa Cecilia si sviluppa nel progetto PappanoinWeb, ideato per portare la grande musica classica sul web, che nel 2013, alla sua terza edizione, registra per i 3 concerti diretti dal Maestro Pappano trasmessi live su telecomitalia.com oltre 50.000 utenti in streaming (150.000 nei tre anni) e un milione di utenti raggiunti su Twitter.

La partnership con la Fondazione Lirico Sinfonica Petruzzelli e Teatri di Bari realizza nel 2013 il progetto OperainWeb, trasmettendo live su telecomitalia.com alcune opere liriche, con oltre 12.000 utenti collegati in streaming, e il progetto OperainClasse, uno spettacolo didattico pensato per i ragazzi.

La partnership con il Festivalletteratura di Mantova nella edizione 2013 testimonia l'impegno nella diffusione delle esperienze culturali contemporanee, con oltre 30 incontri aperti al pubblico protagonisti alcuni dei più importanti scrittori contemporanei e gli autori emergenti italiani. Oltre 200.000 le presenze fisiche totali, 22.000 gli ospiti in 60 ore di programmazione promosse da Telecom Italia, trasmesse live su telecomitalia.com con circa 20.000 utenti collegati in streaming e con 800.000 utenti raggiunti su Twitter. La partnership con il Festival della Scienza di Genova promuove le esperienze scientifiche nazionali ed internazionali, grazie ad una piattaforma web che dal 2010 viene arricchita di contenuti originali. Nella sola edizione 2013 sono oltre 200.000 le presenze fisiche registrate, con workshop ed eventi promossi da Telecom Italia e trasmessi live su telecomitalia.com con circa 20.000 utenti collegati in streaming e con 850.000 utenti raggiunti su Twitter.

La partnership con la Fondazione Romaeuropa, rivolta alla promozione delle arti performative attraverso il connubio con le nuove tecnologie digitali, sviluppa nel 2013 il progetto Metamondi, 4 appuntamenti selezionati dal programma del Romaeuropa Festival trasmessi in streaming live con oltre 12.000 utenti collegati, e la mostra sulle interazioni arte moderna – digitale Digital Life 2013 – Liquid Landscapes presso il MACRO Testaccio di Roma, con oltre 13.000 visitatori. La partnership con il MUSE di Trento ha sviluppato la mostra “Digital Way of Living”, occasione per rendere tangibile la tecnologia digitale e la rivoluzione digitale. La partnership con il Museo Galleria Borghese con il progetto ArteinWeb ha permesso di inaugurare un filone progettuale di contaminazione tra opere d'arte di valore universale e loro reinterpretazione secondo i canoni del digitale, in particolare della fotografia grazie alla Mostra “Candida Hofer”. La partnership tra Telecom Italia e MAXXI realizza il progetto MAXXlinWeb, rivolto alla promozione delle arti contemporanee attraverso il connubio con le nuove tecnologie digitali, sia attraverso dialoghi con i principali attori dell'arte e dell'architettura contemporanea, erogati in streaming ad oltre 20.000 utenti, sia in mostre interne alle sedi aziendali.

Iniziative finalizzate allo sviluppo generale della Comunità

Le società del Gruppo Telecom Italia sono particolarmente attente alle esigenze delle comunità in cui operano e realizzano iniziative e progetti di ampio respiro finalizzati al loro sviluppo sociale ed economico.

Fondazione Telecom Italia

La Fondazione Telecom Italia (FTI) è espressione dell'impegno sociale di Telecom Italia, da cui eredita i principi etici fondanti, lo spirito di "innovazione tecnologica", l'attenzione al territorio, il forte impegno di responsabilità verso la comunità, che fanno parte del DNA del Gruppo.

I valori che nel tempo hanno definito l'identità di FTI sono:

- intuizione creativa legata allo spirito di innovazione tecnologica
- maestria dell'artefice legata al territorio
- attenzione al sociale, come impegno verso la comunità.

La mission è favorire e supportare, tramite modelli replicabili, misurabili e basati sull'uso delle tecnologie, le tre aree di intervento sulle quali concentra attività e risorse:

- nel sociale, con iniziative educative e assistenziali dedicate alle categorie e alle fasce di popolazione meno protette o comunque svantaggiate
- nella valorizzazione della progettualità applicata all'educazione, all'istruzione e alla ricerca scientifica
- per la tutela del patrimonio storico-artistico, sviluppando modi e forme di fruizione e diffusione della conoscenza del patrimonio stesso.

È una fondazione d'impresa dotata di un fondo di gestione legato alla redditività del Gruppo Telecom Italia, nella misura dello 0,5 per mille dell'EBITDA consolidato dell'anno precedente. Nel 2013 l'erogazione di Telecom Italia a FTI è stata pari a 5,8 milioni di euro.

Le attività della Fondazione si svolgono secondo i criteri riportati di seguito.

| | |
|---------------------------------------|--|
| MODALITÀ | <ul style="list-style-type: none"> • Fondazione Telecom Italia opera attraverso bandi e open call, in risposta ai quali enti e associazioni senza fini di lucro sono abilitati a presentare progetti. È altresì previsto in statuto che la Fondazione possa finanziare in modo diretto taluni progetti che ritiene coerenti con la propria visione d'intervento. |
| AREE GEOGRAFICHE D'INTERVENTO | <ul style="list-style-type: none"> • L'Italia è il principale ambito territoriale d'intervento, ma in aprile 2013 FTI ha realizzato in Brasile, in partnership con Oxfam Italia, il suo primo progetto internazionale (Italia-Brasile: educare i nuovi cittadini globali). |
| OBIETTIVI STRATEGICI | <ul style="list-style-type: none"> • Anticipare e prevedere i bisogni della comunità. • Proporsi come scopritore/facilitatore di nuovi modelli di sviluppo che possano diventare modelli di riferimento per il terzo settore. • Trovare soluzioni concrete a problemi irrisolti, risolvere in modo nuovo problemi non adeguatamente affrontati e favorire la diffusione di soluzioni di successo. |
| SELEZIONE E CONTROLLO PROGETTI | <ul style="list-style-type: none"> • La selezione avviene tenendo conto dell'impatto sociale dei progetti, che devono essere misurabili, sostenibili e replicabili, privilegiando quelli che, in linea con il DNA di Telecom Italia, presentano un elevato contenuto tecnologico. • Il sistema di monitoraggio viene definito in funzione delle caratteristiche e degli obiettivi specifici di ogni progetto. È richiesto sia all'interno dei bandi sia nei progetti selezionati direttamente e rappresenta uno dei requisiti di ammissibilità, oltre che un parametro di valutazione. |

Nel 2013 sono stati erogati 43 progetti, di cui 22 nuovi. Di seguito le principali iniziative nell'anno 2013.

Open Call sui disagi della comunicazione

FTI con l'open call lanciata a febbraio 2013 ha voluto concentrarsi sui disturbi del linguaggio che rappresentano sul piano epidemiologico più del 70% della casistica di neuropsichiatria infantile e costituiscono per l'OMS un allarme in termini di salute mentale poiché, se non presi in carico adeguatamente, tendono, per i 2/3 a trasformarsi in adolescenza e in età adulta, in disturbi psichiatrici.

Sono pervenuti 205 progetti e fra questi sono stati selezionati 3 vincitori:

1. Progetto Volis

Il fenomeno legato alla ipoacusia conta in Italia 70.000 pazienti. Il progetto Volis intende sviluppare delle prove di valutazione della comprensione della lingua dei segni italiana (LIS) e del linguaggio verbale con l'aiuto del labiale e di tutte le tecniche del linguaggio disponibili e utilizzabili con bambini sordi o bambini udenti con difficoltà comunicative e linguistiche, riconducibili a disturbi dello sviluppo quali, ad esempio, disabilità intellettive e disturbo dello spettro autistico. Tali prove verranno implementate su una piattaforma online che verrà resa accessibile previa registrazione ed autenticazione a tutti i professionisti interessati (assistenti alla comunicazione, educatori, insegnanti, logopedisti, psicologi, neuropsichiatri infantili). La piattaforma su cloud registrerà le risposte del bambino a cui il test viene somministrato, elaborando come output un punteggio che sarà messo in relazione con le informazioni anamnestiche rilevanti al fine di elaborare un livello di comprensione della lingua dei segni da parte del bambino ed eventuali suggerimenti clinici. Inoltre, il protocollo realizzato sarà reso disponibile in modalità Application Open Interface (API).

2. Progetto SI DO RE MI

L'autismo interessa in Italia 1 bambino su 150. La popolazione dei bambini in età compresa da 1 a 12 anni è pari a oltre 6,2 milioni. La stima del numero di bambini interessati al progetto è quindi pari a circa 42.000. Il progetto prevede la messa a punto di un sistema orientato, tramite l'utilizzo del cloud computing, al controllo di suoni e musica generati in maniera gestuale da bambini affetti da autismo. Il feedback acustico che si viene a creare ha l'obiettivo di enfatizzare e stimolare l'interazione con il mondo circostante. I dati relativi al movimento dei bambini che interagiscono con il sistema vengono monitorati in remoto da specialisti per analizzare l'andamento del disturbo.

3. Progetto Cinque Petali

Cinque Petali è il progetto dell'Azienda USL di Piacenza, dedicato ai ragazzi con disturbo del linguaggio/DSA. Mira a potenziare gli strumenti tecnologici a supporto dei percorsi di riabilitazione volti a sviluppare un'azione di prevenzione sui minori, finalizzata a ridurre il manifestarsi dei comportamenti in età evolutiva, che possono trasformarsi in età giovane-adulto in disturbi psichiatrici. L'Azienda USL di Piacenza si propone di incidere su tutti i minori che ha in carico (pari a 2.850) accomunati dalla grave compromissione della comunicazione con diagnosi disturbi evolutivi dello sviluppo (pari a 1.476). Il progetto si propone di fornire 100 iPad, dotati dei principali programmi informatici compensativi (che i bambini utilizzeranno a scuola, in famiglia e nel tempo libero) con percorsi individuali e personalizzati atti a garantire autonomia comunicativa, integrazione ed interazione socializzante con i pari e lavoro di rete e monitoraggio costante sul minore da parte del sistema curante.

I bandi di Fondazione

Beni invisibili, luoghi e maestria delle tradizioni artigianali

A luglio si è concluso un nuovo bando in cui il “bene invisibile” del patrimonio storico-artistico si lega alla tematica del recupero e della rivalutazione degli antichi mestieri. Tale bando era volto a sottolineare che lo spirito creativo è ancora vivo nel nostro Paese e lo rende unico in tutto il mondo. Il tutto in sinergia con le tecnologie abilitanti del web e delle connessioni digitali che costituiscono una componente qualificante del bando, in quanto consentono di dare motore propulsivo alla cultura e all'economia tutta italiana veicolando le attività progettuali oggetto del bando sia in Italia che all'estero.

Il bando ha suscitato un grande interesse da parte degli enti no profit, dei comuni, delle università.

Progetti ricevuti: 478 - Città interessate: 272 - Maestrie coinvolte: 168

Favorire l'integrazione dei cittadini stranieri

FTI ha lanciato il bando “Favorire l'integrazione dei cittadini stranieri mediante l'utilizzo di piattaforme tecnologiche”. Scopo del bando è supportare - nei Comuni con una popolazione residente superiore ai 50.000 abitanti e almeno il 9% della popolazione residente straniera - il miglioramento e il sostegno alla diffusione e conoscenza dei servizi rivolti all'utenza straniera, agevolando e orientando gli utenti e gli operatori verso i servizi disponibili, attraverso la realizzazione di portali, di punti di comunicazione nei principali luoghi di aggregazione e di specifiche app gratuite.

Progetti ricevuti: 25 su 56 Comuni eleggibili (45%) - Regioni coinvolte su quante potevano aderire (9 su 11 = 81%).

Altri progetti di rilevanza partiti nel 2013

Progetto Italia-Brasile: educare i nuovi cittadini globali

FTI in partnership con Oxfam Italia ha realizzato in Brasile il suo primo progetto internazionale. Il progetto mira a creare un Social Network Educativo tra 20 classi delle scuole superiori in Brasile (area di San Paolo) e delle scuole superiori in Italia, con il coinvolgimento e la formazione di 20 insegnanti e oltre 500 studenti che costituiranno una learning community. L'obiettivo è contribuire a combattere la povertà e l'esclusione sociale rafforzando la qualità dei processi formativi e aumentando il dialogo e la partecipazione tra i nuovi cittadini del mondo globale attraverso uno scambio educativo sui temi della cittadinanza attiva, della tutela delle risorse ambientali e dell'accesso alle nuove tecnologie.

Io parlo italiano

FTI sostiene con il MIUR (Ministero Istruzione Università Ricerca) il progetto “Io parlo italiano”, realizzato da 75 istituti scolastici dislocati in otto regioni italiane volto a favorire l'integrazione degli alunni stranieri che arrivano in Italia da adolescenti senza conoscerne la lingua. Il progetto attua un intervento intensivo di insegnamento della lingua italiana attraverso un corso/laboratorio linguistico nell'orario scolastico e interventi di sostegno linguistico in orario extra scolastico.

AgendaImpegno

Per il secondo anno consecutivo, FTI e Telecom Italia sono al fianco di “Libera Associazione contro le Mafie”, Associazione fondata da Don Luigi Ciotti, in un nuovo progetto che punta a stimolare interventi, contributi e discussioni su temi importanti che spaziano dal rispetto della Costituzione Italiana al diritto al lavoro, dalla tutela del territorio alla lotta alla povertà, ecc. Il tutto attraverso un proprio spazio nella Rete.

Iniziative con il coinvolgimento dei dipendenti

FTI è attenta a guardare anche all'interno dell'Azienda, con iniziative che promuovono lo spirito di volontariato dei dipendenti impegnati attivamente nel sociale con enti no profit. Nel 2013 FTI ha lanciato Fondazione ItaliAx10, un'iniziativa che ha coinvolto i dipendenti del Gruppo a presentare progetti, in partnership con le loro onlus di fiducia, in tre ambiti: diritti violati, cura e assistenza degli anziani non autosufficienti e contrasto alla povertà. Attraverso un contest sulla intranet aziendale sono stati eletti i 10 progetti vincitori, i migliori dei quali saranno supportati da FTI con un contributo economico. Progetti ricevuti: 66, voti espressi sulla intranet dagli stessi dipendenti 10.000.

Nel 2013, inoltre, FTI ha avviato un'iniziativa di volontariato d'impresa nella quale sono stati coinvolti molti dipendenti "angels" da tutta Italia, che con passione ed entusiasmo sostengono FTI nella realizzazione delle proprie attività filantropiche. La prima attività cui i dipendenti di Telecom Italia sono stati chiamati è relativa alla valutazione dei progetti pervenuti in risposta al bando "Beni Invisibili, luoghi e maestria delle tradizioni artigianali".

Per ulteriori informazioni su strategia e progetti di FTI si rinvia a fondazionetelecomitalia.it

Tim Participações

La strategia d'investimento sociale di Tim Participações mira a favorire l'inclusione sociale delle fasce svantaggiate della popolazione brasiliana, in particolare bambini e adolescenti, attraverso la realizzazione di progetti educativi che rafforzino il concetto di "impresa senza frontiere" anche all'interno della sfera sociale.

Nel 2013 è stato fondato l'Istituto TIM al fine di impostare strategie e mettere in campo risorse per la

diffusione di scienza e innovazione a supporto dello sviluppo della collettività in Brasile, in particolare attraverso la tecnologia mobile.

Sono state individuate quattro aree d'intervento sulle quali sviluppare progetti :

- education/insegnamento
- application
- lavoro
- inclusione sociale.

MODALITÀ

- Partnership con organizzazioni, istituzioni e enti pubblici e privati.

AREE GEOGRAFICHE D'INTERVENTO

- L'intero territorio nazionale.

OBIETTIVI STRATEGICI

- Realizzazione di progetti educativi per l'inclusione sociale di giovani e adolescenti.
- Realizzazione di progetti di formazione per incentivare l'uso quotidiano del web e del mobile come strumenti di sviluppo e inclusione sociale.

SELEZIONE E CONTROLLO PROGETTI

- La selezione dei progetti avviene in base alla loro rispondenza alle strategie e ai requisiti aziendali.
- Il controllo delle iniziative e loro valutazione finale avviene a posteriori. Per ciascun progetto viene redatto un report in cui viene fornita una descrizione dettagliata dell'iniziativa e i risultati raggiunti, anche in termini quantitativi.

Il Circolo della Matematica

La scarsa qualità dell'insegnamento della matematica è un ostacolo forte all'acquisizione di competenze specifiche propedeutiche allo sviluppo innovativo e tecnologico del Brasile. Per ovviare a ciò, è stato realizzato il "Circolo della Matematica", una metodologia d'insegnamento della matematica creativa e partecipativa ideata da Bob and Ellen Kaplan, dell'Università di Harvard. Indirizzata ai bambini della scuola elementare di età compresa tra i 7 e i 9 anni, nel 2013 l'iniziativa ha coinvolto circa un migliaio di studenti. 50 insegnanti della scuola pubblica selezionati sull'intero territorio nazionale sono stati formati dagli stessi Bob and Ellen Kaplan su come replicare il modello del Circolo della Matematica all'interno delle loro classi.

San Paolo nelle tue mani

Una delle priorità della municipalità di San Paolo è la diffusione di tecnologie che aiutino i cittadini a stabilire nuove relazioni con la città. In partnership con l'amministrazione locale di Sé (Cathedral), l'Istituto TIM ha realizzato un progetto che consente alle persone di partecipare direttamente all'amministrazione pubblica, permettendo, ad esempio, la segnalazione di disservizi e problematiche connesse alla manutenzione cittadina attraverso un telefono cellulare. Il sistema consente la tracciabilità (anche geografica) delle segnalazioni, attraverso cui è possibile creare delle vere e proprie mappe utili alla pubblica amministrazione per monitorare e pianificare interventi di manutenzione.

Per approfondimenti sui progetti a supporto della comunità di Tim Participações si rinvia al sito tim.com.br, sezione Sustentabilidade, alla voce Comunidade.

4.5 RICERCA E SVILUPPO

In Telecom Italia le attività di ricerca e sviluppo vengono realizzate dalle funzioni Information Technology, TILab e Innovazione, che presidiano l'analisi delle nuove tecnologie e le attività di ingegnerizzazione delle offerte dei servizi al cliente.

Notevole importanza rivestono anche la valorizzazione e la generazione di vantaggi competitivi per il Gruppo attraverso una gestione strategica delle relazioni tra ricerca, *Intellectual Property Right* (IPR) e business, finalizzata allo sviluppo del patrimonio brevettuale.

Nel corso del 2013 sono state depositate 12 nuove domande di brevetto.

Nell'ottica di promuovere un sistema innovativo di relazioni tra aziende e università, Telecom Italia ha adottato il modello dei Joint Open Lab (JOL), veri e propri laboratori congiunti dove la ricerca e la conoscenza accademica si uniscono a know-how ed esperienza industriale. Nel corso del 2013 sono stati inaugurati 7 nuovi laboratori, che vanno ad aggiungersi al JOL SKIL (Semantics & Knowledge Innovation Lab), aperto a Trento nella prima metà del 2011. Per informazioni sulle attività dei laboratori si rinvia a telecomitalia.com.

NEL 2013 SONO STATI INAUGURATI 7 NUOVI LABORATORI DI RICERCA

Working Capital è il programma che dal 2009 sostiene la nascita e lo sviluppo di nuove realtà imprenditoriali basate sull'innovazione digitale nel nostro Paese. Tra i progetti sviluppati nel 2013 si citano i seguenti:

- Welco (www.welco.it), dispositivo che permette di connettere il citofono di casa o dell'ufficio al proprio smartphone o tablet;
- Cityglance (www.cityglance.co), innovativa applicazione social per connettere durante gli spostamenti le persone che viaggiano sui mezzi pubblici in qualsiasi parte del mondo;
- ViciniDiCasa (www.vicindicasa.com), che consente di creare una piattaforma di quartie-

re che mette in collegamento le persone per creare nuove relazioni sociali, comunità di interessi e opportunità anche commerciali tra vicini;

- Dropin (www.dropin.fm), servizio innovativo in cloud che permette di accedere tramite browser ad uno studio di registrazione virtuale e rendere “social” la composizione dei brani musicali;
- Starteed (www.starteed.com), innovativa piattaforma di crowdfunding (il finanziamento collettivo attraverso la rete) che offre un sostegno a promotori di idee con fondi e competenze, senza la distribuzione di proventi;
- Fattura24 (www.fattura24.com), servizio cloud, utilizzabile da Internet o come applicazione mobile (IOS e Android), che permette a ogni libero professionista o azienda di gestire la propria fatturazione in mobilità, con la possibilità di condividere i documenti con i propri clienti, fornitori e commercialista;
- HackAcademy (www.hackacademy.com), piattaforma di e-learning che consente di progettare e creare oggetti di elettronica. Grazie a un percorso educativo personalizzato, si può diventare maestri dell’open hardware o sviluppare rapidamente i propri prodotti insieme alla community e poi venderli nello store condiviso.

Changemakers è il programma di accelerazione d’impresa promosso da Telecom Italia e Expo Milano 2015 con l’ambizioso obiettivo di cambiare la vita di 10 milioni di persone. Tra i progetti realizzati nel 2013:

- Tooteko (www.tooteko.com), che consente di applicare una traccia “audio” agli oggetti rendendo qualsiasi superficie cliccabile e interattiva. Si tratta di una tecnologia che ha tra le possibili applicazioni l’aiuto ai disabili visivi per ottenere informazioni sull’aspetto degli oggetti, la disponibilità di un nuovo supporto didattico per insegnare ai bambini a leggere e a scrivere, e la creazione di nuovi dispositivi che sostituiscano i comuni interruttori per accendere e spegnere la luce. Tooteko ha avviato una partnership con il M.A.R.T di Rovereto;
- Orange Fiber (www.orangefiber.it), un progetto di moda “sociale” che attraverso l’utilizzo delle nanotecnologie punta a trasformare gli scarti degli agrumi in materie prime tessili e abiti in grado di rilasciare vitamine a contatto con la pelle, coinvolgendo nella fase realizzativa donne in difficoltà e persone svantaggiate;
- PanPan (www.panpan.biz), un’applicazione per smartphone di “social information” che permette di inviare domande “geolocalizzate”, ovvero legate a tematiche inerenti a specifiche aree, e individuare gli utenti presenti in zona in quel momento che verosimilmente sono in grado di fornire le risposte. L’applicazione può essere utilizzata anche come piattaforma B2B per sondaggi e ricerche di mercato;
- Bircle (www.bircle.co), un’applicazione mobile e web attraverso la quale è possibile creare e acquistare guide turistiche per i disabili motori. Ogni guida è realizzata da esperti (es. disability manager, associazioni) e, grazie a una modalità crowdsourcing, anche dagli stessi utenti, utilizzando un sistema di rating degli edifici basato su un linguaggio universale che permette ai disabili motori e ai loro accompagnatori di valutare e consultare il grado di accessibilità dei luoghi e trovare strutture e servizi adeguati alle proprie esigenze;
- Trail Me Up (www.trailmeup.com), un servizio web che, attraverso l’utilizzo della tecnologia di realtà virtuale aumentata, permette di effettuare visite guidate in luoghi accessibili solamente a piedi. La visita lungo il percorso virtuale è resa possibile attraverso un particolare sistema di acquisizione fotografica a 360° montato su uno zaino, che permette all’utente di visualizzare il paesaggio dalla stessa prospettiva del viaggiatore reale.

Stakeholder rilevanti

Gli stakeholder rilevanti per la ricerca e sviluppo sono:

- le aree aziendali coinvolte sui temi (per es. Marketing e Acquisti);
- i fornitori, per lo sviluppo congiunto di soluzioni in linea con i requisiti tecnici di Telecom Italia;
- i centri di ricerca e le università, per collaborazioni e progetti congiunti. Nel 2013 sono state attivate 27 nuove collaborazioni con università italiane su temi di ricerca riguardanti nuove tecnologie, algoritmi di codifica, nuovi servizi e paradigmi di comunicazione; gli enti di standardizzazione e i fora (tra cui NGMN, OpenIPTV Forum, OMA, 3GPP, ETSI, TM Forum, W3C, ITU-T) a cui Telecom Italia partecipa attivamente;
- i Ministeri (Ministero dello Sviluppo Economico e Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca), l'Unione Europea e gli Enti Pubblici (per es. CNR e Amministrazioni locali) per la realizzazione di progetti finanziati, tramite la partecipazione ai bandi di gara, e di iniziative in partnership;
- le associazioni non governative, le associazioni, le alleanze e i forum di settore (ad esempio GSMA, m-health) che riuniscono tutti gli attori della catena del valore dello specifico mercato;
- gli organismi internazionali di ricerca e sviluppo (per es. EURESCOM e Joint Technology Initiative).

I temi rilevanti

L'identificazione dei temi sui quali sviluppare i progetti avviene sulla base del Piano tecnologico triennale, il documento di riferimento per il Gruppo che fornisce le linee guida per l'evoluzione di rete, piattaforme e servizi.

Il piano, che viene pubblicato annualmente a valle di un ampio processo di coinvolgimento delle strutture aziendali interessate, individua i principali fattori esogeni (regolamentazione, standard, fornitori, altri operatori di mercato) che possono influenzare le strategie aziendali ed evidenzia le tecnologie emergenti e trasversali ad altri settori di interesse per il Gruppo.

I progetti e le iniziative in questo ambito possono essere classificati in 4 macro-filoni:

- Reti di nuova generazione
- Applicazioni future Internet
- Impatti ambientali positivi
- Impatti sociali positivi

Progetti per le reti di nuova generazione

- Nell'ambito delle attività di miglioramento del controllo della qualità dei servizi, è proseguito lo sviluppo del sistema CHECK Suite. Il sistema realizza un approccio innovativo alle problematiche di configuration management e performance management della rete mobile e si caratterizza per i seguenti punti di forza:
 - › progettazione e ottimizzazione integrata nei processi di creazione ed esercizio della rete;
 - › visione di rete complessiva e dei servizi a partire da quella dei singoli nodi;
 - › tecniche di analisi dei dati innovative e brevettate;
 - › rilevazione automatica dei disservizi in Near Real Time e calcolo dell'impatto sul cliente finale per una gestione ottimale delle attività di ripristino in termini di costo/beneficio.
- Sono state completate operazioni di configurazione e validazione in rete Metro-regionale che hanno consentito a Telecom Italia, primo operatore in Europa, di ottenere la cer-

tificazione MEF⁽²²⁾ “Carrier Ethernet 2.0” per servizi Ethernet Access. La certificazione consente a Telecom Italia di erogare servizi standardizzati ai propri clienti con QoS⁽²³⁾ migliore e con SLA⁽²⁴⁾ prevedibili.

- Sono state completate le prove di verifica e validazione in laboratorio del modello Service Hub per l'evoluzione in ottica di scalabilità e flessibilità dei PoP⁽²⁵⁾ di Telecom Italia.
- Prosegue l'attività di ricerca sulla virtualizzazione delle funzioni di rete, ovvero la possibilità di trasformare i servizi di rete in applicazioni in esecuzione su piattaforme di cloud computing. In questo ambito sono stati organizzati incontri con i principali costruttori di riferimento e alcune aziende emergenti per approfondire le strategie. È stato realizzato un wireless router condominiale da installare in esterno per la fornitura di un servizio di connettività dati in situazioni digital divide e distretti industriali.
- Nell'ambito del piano di introduzione di nuove tecnologie (Cisco e Juniper) nelle reti metro di Telecom Italia, nel Test Plant di Torino si è svolto, insieme alle funzioni di Ingegneria e Innovation, il processo di validazione, in particolare per la verifica dei servizi end-to-end fissi e mobili che ha richiesto verifiche di interlavoro con il parco hardware esistente e di supporto delle funzionalità innovative.
- Introduzione del RAN sharing⁽²⁶⁾ per TIM Brasil: nell'ambito delle attività di sviluppo delle reti di TIM Brasil, nel Test Plant di Torino sono state validate, per la prima volta in Telecom Italia, le funzionalità di RAN sharing che consente la condivisione della rete di accesso mobile tra operatori (RAN Sharing), implementate su tecnologia LTE⁽²⁷⁾ e su Evolved Packet Core⁽²⁸⁾ (EPC). Nuove offerte Data Center EASY-DC: nell'ambito dello sviluppo delle offerte Nuvola Italiana, è stato realizzato un nuovo ambiente di test integrato nel Test Plant di Torino per la validazione in laboratorio delle nuove architetture e dei nuovi modelli di servizio EASY-DC. I test comparativi svolti sulle differenti tecnologie in collaborazione con l'ingegneria delle reti DataCenter di Telecom Italia e con le funzioni di Innovation TILab, hanno consentito di verificare servizi di ridondanza geografica del DataCenter, al momento assolutamente innovativi nel panorama italiano del mercato cloud.
- Nell'ambito del progetto di VAS Communication della Rete Mobile è stata realizzata una piattaforma (MES CE) per l'erogazione di servizi di comunicazione interattiva in modalità Communication as a Service che consente la realizzazione di servizi interattivi multicanale, voce tradizionale e Web.

Realizzazioni

Nell'ambito dei progetti per la rete di nuova generazione sono state eseguite le seguenti realizzazioni:

- Gateway Machine-to-Machine (M2M) per la gestione di servizi di domotica e Smart City.
- Router LTE da esterno e cablaggio di una palazzina o azienda attraverso l'infrastruttura televisiva (cavo coassiale) già esistente. Per questa attività è in corso anche la richiesta di brevetto.
- Realizzazione del Paradigma “Gateway Machine-to-Machine su SmartPhone” e sviluppo di una applicazione su SIM per la valutazione di parametri fisiologici associati a prestazioni sportive.

22

Metro Ethernet Forum - Il MEF, che è l'ente di riferimento per la tecnologia Ethernet - è un'alleanza industriale globale che comprende più di 220 organizzazioni, tra cui operatori di telecomunicazioni, produttori di apparati e software per reti di TLC, fabbricanti di componentistica a semiconduttore e organizzazioni che svolgono attività di testing.

23

Quality of Service - Qualità del Servizio

24

Service Level Agreement - Accordo sul livello del servizio

25

Point of Presence - i punti di accesso alla rete, o router, forniti da Telecom Italia che instradano il traffico verso gli utenti finali.

26

Il Radio Access Network sharing è una modalità intelligente di condivisione di rete che si propone agli operatori come utile opzione per fronteggiare la progressiva riduzione dei margini e contribuire alla riduzione dei consumi energetici e dell'impatto ambientale.

27

Long Term Evolution - detto anche 4G, è uno standard avanzato di telefonia mobile ad alta velocità.

28

L'EPC è un'architettura di rete core basata sul Protocollo Internet a supporto della LTE

Progetti per le applicazioni future Internet

Relativamente alla tematica Capillary Networks, Telecom Italia sta conducendo studi e sviluppando prototipi di reti per realizzare lo scenario di IoT (Internet of Things) nelle Connected Cities. In particolare si prevede un numero elevatissimo di dispositivi (sensori, attuatori ecc.) per trasformare una città in una Smart City. Tali dispositivi avranno interfaccia radio a breve raggio, a basso costo e basso consumo. Al fine di avviare gli sviluppi di Connected Cities è necessario quindi realizzare le cosiddette Capillary Networks che permetteranno ai dispositivi (le “things” dell’IoT) con interfaccia radio short range di comunicare in modo efficiente, analogamente a quanto fanno oggi gli smartphone con la rete 3G e LTE. Nei laboratori TILab si stanno sviluppando prototipi di piattaforme di Capillary Networks utilizzati per Trials di Smart City e progetti finanziati dalla Commissione Europea e dal MIUR.

Realizzazioni

Nell’ambito dei progetti per le applicazioni future Internet sono state eseguite le seguenti realizzazioni:

- applicazione di realtà aumentata che simuli un negozio virtuale per acquistare capi di abbigliamento;
- applicazione sonda per monitorare le prestazioni dei servizi fruiti da smartphone e la quality of experience percepita dall’utente;
- applicazione per PC e smartphone per accelerazione della navigazione web e dei servizi di videostreaming su rete mobile;
- applicazione per smartphone per aumentare l’efficienza della batteria dei dispositivi;
- applicazione per smartphone per richiedere alla rete mobile una qualità di servizio differenziata in base alla richiesta e alla tipologia di applicazione.

Sviluppi M2M (Machine-to-Machine)

Telecom Italia nel 2013 è entrata a far parte della GMA (Global M2M Association), in particolare attraverso la partecipazione ad un bando di gara internazionale per la realizzazione dei sistemi M2M automotive di VW/Audi, a fianco della capofila Deutsche Telekom (DTAG). Si stima un volume di circa 70 mila autovetture connesse vendute in Italia tra il 2014-2017.

Servizi che semplificano la vita all’utente grazie alle tecnologie di prossimità

- Servizio TIMWallet Consumer/Business: consente la sostituzione del portafoglio fisico con uno virtuale sul cellulare che espone servizi forniti da aziende facenti parte dell’ecosistema NFC⁽²⁹⁾ o da Telecom Italia stessa. L’acquisto avviene avvicinando il cellulare ad un lettore (POS, tornello).
 - Lancio carta Cobranded Banca Intesa/Visa/TIM all’interno del TIMWallet.
 - Servizi NFC Badge, Mensa, Vending machine per dipendenti Telecom Italia e Unicredit.
- Lancio servizio TIMPay per pagamenti remoti con carta di credito da telefono mobile.
- Lancio carte di pagamento BNL.

LE TECNOLOGIE DI PROSSIMITÀ SONO AL SERVIZIO DELL’UTENTE

29

Near Field Communication: è una tecnologia che fornisce connettività wireless (RF) bidirezionale a corto raggio (fino ad un massimo di 10 cm).

Smart applications per l’Internet del futuro

Telecom Italia è attivamente coinvolta nella creazione della piattaforma e dei servizi dell’Internet del Futuro (Future Internet) anche attraverso progetti cooperativi finanziati dalla Comunità Europea (Future Internet Public Private Partnership – FI-PPP), per abilitare e fornire supporto ai clienti nella creazione e fruibilità dei servizi basati su tecnologie Internet avanzate. L’uso e la divulgazione dei dati personali di un utente, generalmente

distribuiti tra le sue varie “identità digitali”, è una tendenza sempre più diffusa. La piattaforma fornisce funzionalità innovative quali l’inibizione, associata all’invio di opportuni allarmi, della condivisione accidentale o indesiderata di contenuti sensibili con contatti considerati “non trusted” o il livello di privacy da associare in tempo reale a situazioni più o meno ricorrenti.

- Telecom Italia ha guidato la progettazione e l’implementazione end-to-end del prototipo Smart City App per Expo 2015, che si propone come strumento di riferimento per fornire informazioni, servizi e intrattenimento nel corso dell’evento, sui paesi partecipanti, sul territorio cittadino e nazionale, sui partner e gli attori coinvolti. Lo scopo è assicurare una relazione costante con il visitatore, anche attraverso le reti di connettività mobile di nuova generazione LTE e i dispositivi più evoluti. Tale prototipo, grazie all’uso di tecnologie innovative come la Realtà Aumentata e il Visual Search, consente la vista di Milano oggi ed Expo 2015 domani, integrando la visione reale con animazioni e contenuti multimediali. Per ulteriori informazioni si rinvia a telecomitalia.com.
- Attraverso il progetto “SocialTV” Telecom Italia presidia gli sviluppi e le evoluzioni tecnologiche e di business del canale di ritorno del broadcasting, in cui si registra un trend sempre più rilevante di parallelizzazione dell’ascolto dei canali TV con la loro discussione in real-time sui social media tramite tablet o smartphone. Telecom Italia ha rilasciato l’applicazione Friend TV, disponibile su App Store e Google Play, che permette all’utente di interagire con questa modalità, una sorta di second screen social.

Sviluppo di soluzioni Big Data⁽³⁰⁾

- Con il progetto Trentino Open Living Data (TOLD) Telecom Italia si è posta l’obiettivo di sviluppare e sperimentare una piattaforma “Big Data” per la raccolta e l’analisi di dati provenienti da attori diversi (aziende, industrie, enti pubblici) presenti sul territorio. L’obiettivo, perseguito anche dal laboratorio trentino SKIL (il Semantics & Knowledge Innovation Lab di Telecom Italia che sviluppa attività di ricerca avanzata e formazione post universitaria nel campo delle tecnologie semantiche), è utilizzare i dati di rete telefonica combinati con altre fonti dati (per esempio le letture dei consumi elettrici, i passaggi autostradali, il traffico del trasporto pubblico) per evidenziare trend, spostamenti o presenza di persone. Tali informazioni permettono di fornire servizi ai clienti per l’ottimizzazione della gestione energetica, la previsione di traffico, il planning urbano o le offerte assicurative. Per ulteriori informazioni si rinvia a telecomitalia.com.
- Uno dei progetti del laboratorio SKIL è il Mobile Territorial Lab (MTL), per il trattamento dei Personal Big Data, ovvero quell’insieme di dati che gli individui generano attraverso i propri smartphone e che trasformano le persone in sensori del territorio, come teorizzato nei modelli Smart City. Seguendo il modello del Living Lab promosso dall’EIT (European Institute of Innovation & Technology) e dalla Provincia Autonoma di Trento è stata creata una comunità pilota di giovani famiglie che utilizzano smartphone dotati di un software di “sensing”, e di una SIM, che raccoglie costantemente informazioni su spostamenti, interazioni e preferenze, fornendo così una mappa dinamica del territorio vissuto.

30

È la definizione, coniata dal Computer Community Consortium nel 2008, di un set di informazioni eterogenee grandi e complesse al punto da richiedere strumenti di acquisizione, elaborazione, gestione, analisi e visualizzazione differenti da quelli tradizionali.

È IN SVILUPPO UNA PIATTAFORMA BIG DATA PER LA RACCOLTA E L’ANALISI DI DATI DA FONTI DIVERSE

Progetti con impatti ambientali positivi

- Nell’ambito dei temi legati all’esposizione ai campi elettromagnetici prosegue la collaborazione di TILab con l’Università La Sapienza di Roma, con l’Università Politecnica delle Marche e con le Agenzie Regionali per la Radioprotezione. La collaborazione ha il duplice obiettivo di determinare il valore medio di attenuazione dei campi elettromagen-

tici per le strutture impiegate in edilizia, così da analizzare il livello dei campi all'interno degli edifici, e misurare nel modo più accurato possibile i valori delle potenze trasmesse dalle stazioni radio base di telefonia mobile nell'arco delle 24 ore. Per ulteriori informazioni si rinvia a telecomitalia.com.

- In tema di mobilità sostenibile, Telecom Italia collabora a numerose iniziative e progetti volte a sviluppare i Sistemi di Trasporto Intelligente (Intelligent Transport Systems, ITS). L'obiettivo di queste attività è mettere in esercizio soluzioni ICT che rendano i trasporti veicolari e la mobilità di persone e merci più sicura, efficiente e con un minore impatto ambientale, in linea con le priorità e gli obiettivi stabiliti dalla Comunità Europea e recepiti dal Piano d'Azione nazionale sull'ITS. Per ulteriori informazioni si rinvia a telecomitalia.com.
- Il progetto di ricerca Smart Mobility prosegue con lo studio e prototipazione di servizi innovativi. In particolare si stanno realizzando prototipi per la pianificazione multimodale dei trasporti, servizi di logistica a km0 gestiti attraverso l'uso di terminali mobili, servizi di ride sharing e car sharing. L'obiettivo è sperimentare soluzioni per rendere i trasporti più eco-sostenibili. Il progetto comprende anche attività per la Connected Car centrate sulle interazioni tra veicoli, terminali mobili e servizi di rete per erogare a bordo veicolo servizi di navigazione e abilitare stili di guida ecologica ed economica. Attualmente è in fase di sviluppo un prototipo per raccogliere attraverso terminali mobili dati dai veicoli al fine di analizzarli e determinare l'impronta ecologica dei viaggi.
- Con l'applicazione MUSA (MULTIservice network Simulator Application) Telecom Italia fornisce una valutazione di massima per la progettazione di una rete multiservizio basata su Wireless MBus 169MHz su un territorio geografico rappresentato da uno o più comuni. I servizi considerati, e le relative reti, riguardano ad esempio la telelettura del consumo dei contatori del gas, dell'acqua, per la contabilizzazione del calore e per i sensori di monitoraggio ambientale. L'applicazione utilizza i risultati teorici della simulazione su una zona reale del territorio cercando di sfruttare gli asset aziendali ivi presenti. Il risultato finale consiste nella rappresentazione su mappa degli asset ottimali per la copertura più ampia possibile della zona prescelta.

Progetti con impatti sociali positivi

- Progetto Smile: in collaborazione con il Comune di Torino sono state definite azioni e progetti confluiti nel Master Plan per Torino Smart City. Di seguito le tematiche trattate:
 - › Safecity: soluzioni ICT di videosorveglianza evoluta e di sensoristica che permettono un intervento in tempo reale in caso di situazioni di emergenza pubblica (come ad esempio catastrofi naturali quali terremoti e alluvioni) e di criminalità;
 - › Smart Utility (Gas, Acqua, Rifiuti, Elettricità): soluzioni di smart metering e smart resources usage per una città sostenibile. Sono allo studio soluzioni per l'identificazione nei sistemi di distribuzione idrici di perdite occulte dell'acqua, che complessivamente superano il 30% del distribuito, con conseguenti costi economici e ambientali elevatissimi. Per quanto riguarda la tematica del Gas Metering sono in corso analisi e studi per la messa in campo di progetti pilota con aziende operanti nel settore della distribuzione del Gas naturale, secondo i criteri stabiliti dall'Autorità per l'Energia Elettrica e il Gas. Si stanno inoltre analizzando soluzioni M2M volte a migliorare l'utilizzo delle risorse energetiche nell'ottica della generazione distribuita e del controllo da remoto. In particolare è iniziata un'attività di valutazione di condivisione di infrastrutture delle reti di telecomunicazione e di quelle elettriche nell'ottica

di riduzione dei costi e degli impatti ambientali. Su questa tematica Telecom Italia ha recentemente partecipato all'incontro EUTC (European Utility Telecom Council) con un intervento sulle possibili sinergie tra operatori TLC e Utility del settore dell'energia elettrica;

- › Mobilità Elettrica: si stanno studiando e prototipando soluzioni di mobilità elettrica intelligente che considerino sia il problema della ricarica "smart" che quello degli impatti che le stesse ricariche possono avere sulle reti elettriche (smart grid);
 - › e2Call: il progetto arricchisce il servizio di "eCall" (progetto della Commissione Europea per l'assistenza rapida agli automobilisti coinvolti in una collisione in qualsiasi parte dell'Unione europea) sulla base di informazioni in quantità maggiore rispetto a quanto previsto dal progetto originale, minimizzando le conseguenze negative dovute a ritardi o a interventi non idonei.
- Nell'ambito delle attività per la digitalizzazione della scuola italiana, TILab ha prototipato una soluzione che permette l'utilizzo, sia in ambito scolastico che esterno, di dispositivi personali eterogenei sui quali non è richiesta nessuna installazione. La soluzione educ@Tlon è completamente web based, basata su applicazioni open source e modulari e realizzata come SaaS (Software as a Service) sul cloud. La piattaforma permette la gestione di qualsiasi tipo di contenuto didattico digitale e offre a insegnanti e studenti un insieme di strumenti per la didattica digitale, indipendenti dalla tipologia dei dispositivi presenti in aula – può essere utilizzata qualsiasi tipologia di LIM (Lavagna Interattiva Multimediale) o Display interattivo – e dei dispositivi personali di insegnanti e studenti – personal computer, netbook, tablet, indipendentemente dal sistema operativo.

La soluzione educ@Tlon permette quindi di gestire i contenuti didattici, siano essi autoprodotti, "scaricati" da internet o acquisiti dagli editori scolastici, in maniera integrata e condivisa e facilita l'adozione di metodologie didattiche 2.0, in particolare orientate alla didattica per competenze, alla didattica collaborativa e alla didattica proattiva verso lo user generated content. Per ulteriori informazioni si rinvia a telecomitalia.com.

- Relativamente alla tematica Sanità e Wellness si segue l'evoluzione dei servizi ICT che possono migliorare e rendere maggiormente efficiente il sistema sanitario, quali le tecnologie mobili a supporto delle applicazioni di m-health (mobile health) che abilitano lo scambio automatico dei dati tra i dispositivi e i sistemi di elaborazione remota, le soluzioni cloud che permettono di diversificare l'offerta rendendola scalabile e, in prospettiva, le soluzioni per Big e Open Data che permettono di analizzare grandi quantità di dati eterogenei provenienti da fonti aperte e distribuite. Le tematiche trattate al momento sono descritte nel seguito:
 - › evoluzione piattaforma Home Doctor (complesso di prodotti e servizi per l'erogazione di prestazioni sanitarie (supportate da tecnologie ICT e dispositivi elettromedicali per il monitoraggio dei parametri relativi alle principali patologie cronicizzanti) mediante:
 - › evoluzione verso gli standard Continua Health Alliance⁽³¹⁾: l'implementazione di protocolli Continua per l'integrazione di strumenti Continua Certified sulle applicazioni gateway (che permettono di raccogliere le misure dai dispositivi medicali e di inviarle a una piattaforma in rete) permette la semplificazione del processo di configurazione ed effettuazione/invio delle misure da parte dei pazienti, riducendo i costi d'integrazione di nuovi strumenti medicali;
 - › funzionalità per lo stato di salute: i dati soggettivi raccolti dai questionari e i dati oggettivi di misura raccolti dai dispositivi medicali vengono elaborati per fornire una

EDUC@TION AGEVOLA L'ADOZIONE DI METODOLOGIE DIDATTICHE 2.0

31

È la definizione, coniata dal Computer Community Consortium nel 2008, di un set di informazioni eterogenee grandi e complesse al punto da richiedere strumenti di acquisizione, elaborazione, gestione, analisi e visualizzazione differenti da quelli tradizionali.

vista aggregata sullo stato di salute complessivo del paziente tramite un cruscotto grafico. Altre elaborazioni permettono di avere informazioni sui trend dei dati che consentono di segnalare in anticipo aggravamenti e quindi di intervenire sul paziente.

- Wellness@School e Wellness@Company: servizi per la prevenzione e wellness orientati a fornire soluzioni a persone sane per aiutare a mantenere e migliorare lo stato di salute. I dati, raccolti e resi anonimi, possono essere utilizzati per elaborazioni a fini preventivi mediante tecniche di Business Intelligence utilizzate per il trattamento dei cosiddetti big data. Per ulteriori informazioni si rinvia a telecomitalia.com.
- Sono state presentate ad un workshop presso l'Istituto Tecnico Industriale Grassi di Torino soluzioni "Robot@school", che verranno sviluppate per le scuole medie superiori. È stato inoltre firmato un protocollo d'intesa tra Telecom Italia e l'Ufficio Scolastico Regionale per il Piemonte che prevede, tra l'altro, un accordo specifico sulla robotica di servizio. In questo ambito Telecom Italia mette a disposizione delle scuole sistemi e piattaforme per l'introduzione, la condivisione e l'integrazione in rete (la cosiddetta "cloud") di robot che andranno a supportare l'essere umano nel suo ambiente di vita quotidiano. In quest'ottica di supporto alle scuole secondarie, è stato organizzato un seminario divulgativo su quello che è la Robotica di Servizio e le sue ricadute nel mondo del lavoro.
- Nel 3GPP (Third Generation Partnership Project)⁽³²⁾ Telecom Italia si è fatta promotrice dell'attività di definizione del sistema LTE operante nella banda 450 MHz; l'attività di specifica si è conclusa a settembre 2013. L'obiettivo è erogare il servizio nelle aree rurali del Brasile⁽³³⁾. Per ulteriori informazioni si rinvia a telecomitalia.com.
- Le "isole digitali" sono una nuova concezione di arredo urbano che consente a pubblica amministrazione e terze parti di fornire funzionalità innovative e intelligenti ai cittadini. I primi esempi di Isola Digitale sono stati installati nella città di Milano. Si tratta di spazi outdoor iper-tecnologici a disposizione di cittadini e turisti per comunicare, informarsi, accedere ai servizi della città e spostarsi in maniera sostenibile: vi si trovano totem multimediali NFC, copertura Wi-Fi, ricarica per i device mobili, luci e telecamere intelligenti e costituiscono un punto di accesso alla mobilità intelligente, in particolare a quadricicli elettrici.

32

È la definizione, coniata dal Computer Community Consortium nel 2008, di un set di informazioni eterogenee grandi e complesse al punto da richiedere strumenti di acquisizione, elaborazione, gestione, analisi e visualizzazione differenti da quelli tradizionali.

33

In accordo con le statistiche del governo brasiliano, il 15% delle abitazioni brasiliane sono situate in aree rurali, il che corrisponde a 29,8 milioni di persone senza possibilità di accesso alla banda larga.

Impegno per l'AAL (Ambient Assisted Living) con progetti europei e sperimentazioni in campo

- In campo sanitario è proseguito lo sviluppo dell'applicazione Fisis@Home per la teleriabilitazione di pazienti affetti da problemi di tipo ortopedico che lo specialista è in grado di monitorare da remoto. L'applicazione si avvale di una rete di sensori wireless indossati dal paziente che trasmettono dati cinematici ad un tablet che li analizza e ne estrae informazioni in merito al movimento dell'articolazione da trattare. I risultati di questa analisi sono trasmessi ad un server a cui possono accedere fisioterapisti e fisioterapisti per valutare l'andamento della riabilitazione.
- È proseguito il progetto Vrehab, coordinato dall'Istituto Auxologico Italiano e co-finanziato dal Ministero della Salute e dalla Regione Piemonte, che ha tra i suoi obiettivi quello di sviluppare un sistema poco intrusivo per valutare da remoto lo stato di salute dei parkinsoniani e fornire ai neurologi informazioni utili per l'adeguamento della terapia. Questo viene realizzato analizzando i dati cinematici raccolti mediante sensori inerziali indossati dai pazienti, mentre eseguono specifici esercizi.

- L'attenzione di Telecom Italia è rivolta anche al mondo degli anziani. Il progetto europeo WIDER (green groWing SMEs: Innovation and Development in the energy sector in mEd aRea), sul tema dell'Ambient Assisted Living, si pone come obiettivo una migliore gestione e condivisione della conoscenza per le piccole e medie imprese sul tema delle abitazioni ecosmart per gli anziani. Telecom Italia fa parte del comitato scientifico con il compito di contribuire a indirizzare le attività tecniche e tecnologiche.
- Si è concluso nel mese di novembre il progetto europeo Life 2.0, nato con l'obiettivo di promuovere l'utilizzo della tecnologia da parte degli anziani, per supportare modalità di vita completamente indipendenti attraverso una piattaforma di servizi location-based e di social networking. Le attività di sperimentazione organizzate da Life 2.0 hanno coinvolto circa 80 utenti con età compresa tra i 65 e i 75 anni, suddivisi in quattro città pilota (Milano, Barcellona/Spagna, Joensuu/Finlandia, Aalborg/Danimarca). Le attività italiane sono state coordinate dal Politecnico di Milano, con il supporto tecnologico di Telecom Italia e hanno coinvolto 19 persone. L'oggetto principale della sperimentazione è stata l'applicazione nativa per iPad, interamente realizzata da Telecom Italia, con quale gli anziani hanno potuto gestire il proprio profilo personale, consultare o pubblicare annunci e iscriversi a eventi organizzati dagli enti no profit che hanno collaborato al progetto. Le attività del progetto Life 2.0 sono state presentate in occasione di importanti eventi nazionali e internazionali, tra cui la Smart City Exhibition, tenutasi a Bologna in ottobre.
- Sempre con riferimento agli anziani, è stata avviata la sperimentazione di un servizio in collaborazione con Cilte, cooperativa sociale che offre un servizio di telesoccorso. Agli utenti del telesoccorso è stato proposto di utilizzare presso la propria abitazione due diverse soluzioni: RicordaTI e Cassiel. RicordaTI è un'applicazione sempre attiva su tablet per ricordare all'anziano gli impegni, quali un appuntamento con il medico o una medicina da prendere. Cassiel permette invece, tramite un piccolo sensore wireless, di monitorare la porta di casa e allertare la centrale operativa del telesoccorso qualora la porta rimanga aperta per troppo tempo.

Stakeholder interni









People Value,
**il valore
delle persone**
come fattore di successo dell'Azienda

1. RISORSE UMANE

1.1 STRATEGIA

Le società del Gruppo riconoscono la centralità delle Risorse Umane, nella convinzione che il principale fattore di successo di ogni impresa sia costituito dal contributo professionale delle persone che vi operano, in un quadro di lealtà e fiducia reciproca.

Le società del Gruppo tutelano la sicurezza e la salute nei luoghi di lavoro e ritengono fondamentale, nell'espletamento dell'attività economica, il rispetto dei diritti dei lavoratori.

La gestione dei rapporti di lavoro è orientata a garantire pari opportunità e a favorire la crescita professionale di ciascuno nel rispetto delle specificità espresse.

A dicembre 2013 ha preso avvio un nuovo modo di progettare e realizzare le strategie e le politiche di valorizzazione delle persone. A partire dalla Business Strategy di Gruppo e dai principali trend di gestione e sviluppo del capitale umano è stata costruita una People Strategy triennale che si compone di nove programmi che People Value (il nuovo nome di Risorse Umane che sottolinea la nuova identità fondata sul valore delle persone), attuerà in stretta collaborazione con le principali funzioni di Line, in una condivisione totale di intenti, di contaminazione reciproca e di spinta all'innovazione e all'efficacia.

1.2 STAKEHOLDER RILEVANTI

Gli stakeholder rilevanti sono i dipendenti e i sindacati.

1.3 CONSISTENZE E VARIAZIONI

I dati delle tabelle contenute nel capitolo Risorse Umane, salvo ove diversamente indicato, riguardano tutte le società del Gruppo Telecom Italia (cfr. § Reporting).

La consistenza del personale al 31 dicembre 2013 è così ripartita:

Gruppo Telecom Italia

| (unità) | 31.12.2013 | 31.12.2012 | Variazione |
|--|---------------|---------------|--------------|
| ITALIA | 53.152 | 54.380 | (1.228) |
| ESTERO | 12.467 | 11.961 | 506 |
| TOTALE PERSONALE A PAYROLL | 65.619 | 66.341 | (722) |
| PERSONALE CON CONTRATTO DI LAVORO SOMMINISTRATO | 4 | 40 | (36) |
| TOTALE PERSONALE | 65.623 | 66.381 | (758) |
| ATTIVITÀ NON CORRENTI DESTINATE AD ESSERE CEDUTE | 16.575 | 16.803 | (228) |
| TOTALE | 82.198 | 83.184 | (986) |

Escludendo il personale relativo alle “Attività non correnti destinate ad essere cedute” (Gruppo Telecom Argentina) e i lavoratori con contratto di lavoro somministrato, il personale di Gruppo presenta un decremento di 722 unità rispetto al 31 dicembre 2012.

La variazione può essere così dettagliata:

- uscita dal perimetro di consolidamento di LA7 Srl e del Gruppo MTV (543 unità);
- uscita dal perimetro di consolidamento di un ramo d’azienda della Società Olivetti i-Jet (35 unità);
- turnover netto in riduzione di 144 unità, così dettagliato per singola Business Unit:

| (unità) | Entrate | Uscite | Variazione netta |
|-------------------------|--------------|----------------|------------------|
| DOMESTIC | 564 | (1.093) | (529) |
| BRASILE | 4.877 | (4.359) | 518 |
| OLIVETTI, MEDIA E ALTRE | 14 | (147) | (133) |
| TURNOVER | 5.455 | (5.599) | (144) |

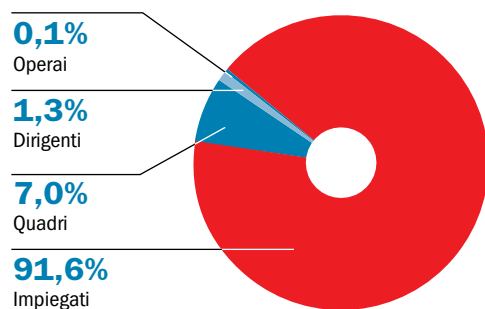
| Turnover: dettaglio per BU | Assunzioni | Cessazioni | Passaggi infragruppo + | Passaggi infragruppo - | Totale variazione |
|----------------------------|--------------|----------------|------------------------|------------------------|-------------------|
| DOMESTIC | 420 | (984) | 144 | (109) | (529) |
| BRASILE | 4.877 | (4.359) | - | - | 518 |
| OLIVETTI, MEDIA E ALTRE | 14 | (112) | - | (35) | (133) |
| TURNOVER | 5.311 | (5.455) | 144 | (144) | (144) |

Le attività in Brasile sono caratterizzate da elevato turnover e rappresentano la parte preponderante delle cessazioni del Gruppo. Per le cessazioni della BU Domestic, le uscite su base volontaria per maturazione del requisito pensionistico durante il periodo di fruizione della mobilità ex lege 223/91, rappresentano il 26% delle cessazioni, le altre uscite volontarie sono state pari a 42%. Il rimanente è legato ad altre cause, quali licenziamenti avvenuti all'interno di un accordo sindacale per personale che ha maturato il requisito pensionistico, decessi, ecc.

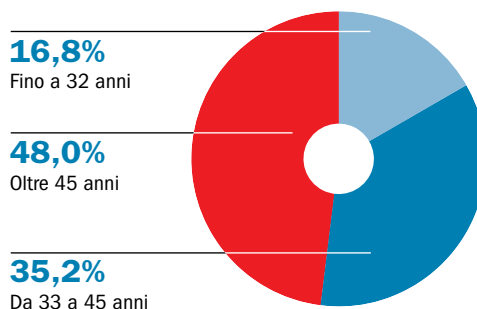
Caratteristiche del personale del Gruppo Telecom Italia

Il personale operante nel Gruppo Telecom Italia, al netto del personale con contratto di lavoro somministrato, ha le seguenti caratteristiche:

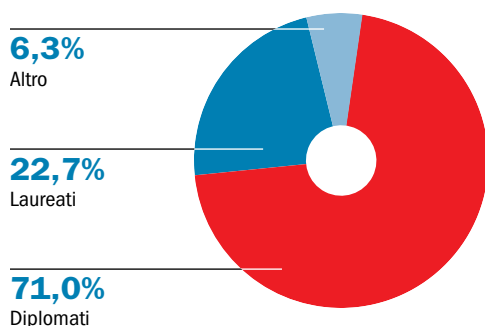
GRUPPO TELECOM ITALIA: ORGANICI DISTRIBUITI PER CATEGORIA PROFESSIONALE



GRUPPO TELECOM ITALIA: ORGANICI DISTRIBUITI PER CLASSI D'ETÀ

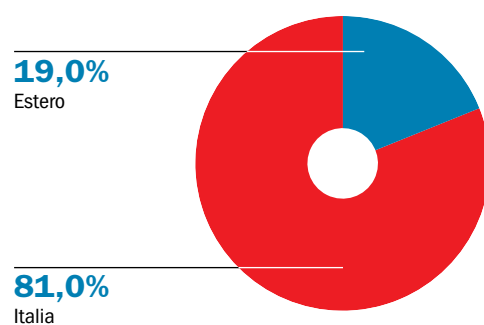


GRUPPO TELECOM ITALIA: ORGANICI DISTRIBUITI PER TITOLO DI STUDIO

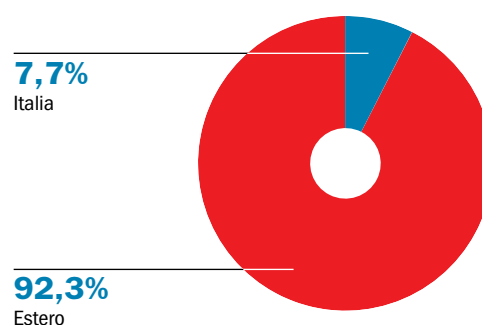


La distribuzione del personale per area geografica e le assunzioni effettuate nel Gruppo, al netto del personale con contratto di lavoro somministrato, sono le seguenti:

DISTRIBUZIONE DEL NUMERO DEI DIPENDENTI DEL GRUPPO TELECOM ITALIA PER AREE GEOGRAFICHE



DISTRIBUZIONE DELLE ASSUNZIONI DEL GRUPPO TELECOM ITALIA PER AREE GEOGRAFICHE



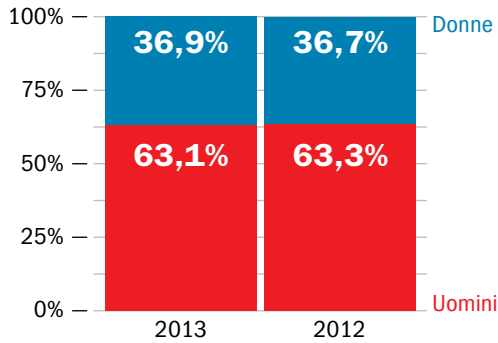
Per ulteriori approfondimenti sulle caratteristiche del personale del Gruppo a livello di Business Unit si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

1.4 EQUITÀ DI GENERE

Nel 2013 la distribuzione degli uomini e delle donne è la seguente:

| DISTRIBUZIONE UOMINI-DONNE | | | |
|----------------------------|---------------|---------------|--------------|
| (unità) | 31.12.2013 | 31.12.2012 | Variazione |
| UOMINI | 41.375 | 42.004 | (629) |
| DONNE | 24.244 | 24.337 | (93) |
| TOTALE | 65.619 | 66.341 | (722) |

DISTRIBUZIONE UOMINI-DONNE GRUPPO TELECOM ITALIA



Nel corso del 2013 la percentuale delle donne dirigenti nel Gruppo Telecom Italia si attesta intorno al 15% e delle donne quadro al 26% del totale, nelle rispettive categorie professionali.

1.5 PEOPLE CARING

Il Gruppo Telecom Italia nel corso degli anni ha sviluppato una serie di iniziative e di interventi a favore dei propri dipendenti per migliorare la qualità della vita lavorativa fornendo un supporto anche al di fuori dell'Azienda.

People Caring è la struttura creata da Telecom Italia per rispondere alle aspettative dei dipendenti su alcuni temi rilevanti, individuati attraverso un ascolto attivo, attuato sia online (Intranet, community, posta elettronica) sia attraverso incontri e focus group.

I principali temi individuati sono:

- equilibrio tra vita lavorativa e tempo libero e supporto alle esigenze delle famiglie dei dipendenti;
- supporto alle iniziative di volontariato dei dipendenti;
- valorizzazione delle forme di diversità presenti nel contesto lavorativo attraverso attività e progetti.

Equilibrio tra vita lavorativa e tempo libero e supporto alle esigenze delle famiglie dei dipendenti

In Telecom Italia

- **Parcheggi Rosa:** per tutto il periodo lavorativo, fino all'inizio del congedo di maternità, viene riservato alle dipendenti il posto auto in tutte le sedi con parcheggi aziendali.
- **Asili Nido:** oltre ai 10 asili nido aziendali presenti presso le sedi di Roma (3), Torino, Milano, Ancona, Firenze, Napoli, Catanzaro e Palermo, sono state attivate 7 convenzioni con altrettanti asili esterni a Torino, Roma (5) e Padova. Per l'anno 2012-2013 le iscrizioni sono state 438. Per l'anno educativo 2013-2014 le iscrizioni effettuate sono state 422.
- **Prestiti mamme e papà:** sono stati concessi 197 prestiti per i neo genitori con bambini sino a tre anni di età.
- **Time saving:**
 - › **disbrigo pratiche:** presenti 39 sportelli nelle sedi aziendali di Torino, Milano, Venezia, Verona, Padova, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Bari, Cagliari e Genova;

- › area benessere: sono presenti palestre nelle sedi aziendali di Padova e Roma; mentre uno Spazio Wellness è attivo a Napoli e a Roma;
- › lavanderia/calzoleria: servizio attivo a Milano e Roma (in 4 sedi);
- › edicole: presenti in 3 sedi romane;
- › convenzioni: attivate 49 offerte online di prodotti e servizi derivanti da accordi di partnership, conclusi da Telecom Italia, a carattere prevalentemente nazionale (auto e moto, cultura e spettacolo, elettronica, sport, istituti finanziari, salute e benessere, viaggi e vacanze, varie).
- Prestiti aziendali: 70 erogati per l'acquisto/costruzione casa, 106 per lavori di ristrutturazione dell'abitazione e 421 per esigenze varie.
- Mobility manager: per agevolare i colleghi nel tragitto casa-lavoro è stata realizzata un'area "Intranet Mobility" per rispondere ai quesiti dei colleghi e fornire possibilità di utilizzo condiviso di autovetture (car pooling) in alcuni tra i maggiori centri urbani (Torino, Milano, Genova e Roma). Presso 15 sedi aziendali è attivo un servizio di navette con oltre 300 corse giornaliere e 32 sedi sono state dotate di rastrelliere per le biciclette.

PROSEGUE L'IMPEGNO PER IL BENESSERE DEI DIPENDENTI E DELLE LORO FAMIGLIE

- Soggiorni:
 - › estivi tradizionali di 15 giorni destinati a bambini di età compresa fra i 6 e i 12 anni con 4.432 partecipanti presso 12 strutture;
 - › estivi tematici di 14 giorni per ragazzi fra gli 12 e i 17 anni, dedicati allo studio della lingua inglese, alle attività sportive (calcio, tennis, vela, equitazione, volley, basket, outdoor ecc.), archeologiche, musico-teatrali e tour in bicicletta lungo il Danubio, con 2.297 partecipanti presso 17 strutture;
 - › estivi tematici all'estero di 14 giorni per ragazzi fra i 15 e i 17 anni, presso sette college in Inghilterra (5), Irlanda (1) e Usa (1), con 562 partecipanti.
- Borse di studio all'estero: sono state erogate borse di studio per ragazzi fra i 15 e i 17 anni per 100 soggiorni dedicati allo studio di altre lingue della durata di 4/6 settimane in estate (Irlanda, Finlandia, Spagna, Lettonia, Cina e Giappone) e per 20 soggiorni studio di un anno scolastico (Europa, Stati Uniti, Canada, Honduras, Costa Rica, Argentina, Brasile, Giappone, Cina, Hong Kong e India).
- Rimborso tasse universitarie: nel 2013 sono stati effettuati 288 rimborsi per la tassa d'iscrizione al primo anno di università.
- "Christmas Day" 2013: per i ragazzi fino a 10 anni il 19 Dicembre si è svolta la visita negli uffici dei propri genitori; in 60 sedi oltre alla merenda sono stati distribuiti piccoli doni.
- Iniziative motivazionali: coinvolgimento e partecipazione dei colleghi ad iniziative in tema di sport, arte, cultura, musica, spettacoli ed eventi storici in collaborazione con varie funzioni aziendali.
- "Bimbi in campo": 180 figli di dipendenti hanno avuto l'occasione di accompagnare per mano i campioni del campionato di calcio Serie A TIM al loro ingresso in campo, vestiti con le divise da gioco.

In Brasile

- Condizioni agevolate ai dipendenti per l'apertura di conti correnti bancari, convenzioni varie e assicurazione sanitaria.
- "Happy day": i dipendenti nel giorno del compleanno hanno diritto a un giorno di ferie o, qualora siano in maternità, a un congedo interamente retribuito. Inoltre vengono concesse ai dipendenti ulteriori giornate retribuite in caso di matrimonio (5 giorni in tutto) e ulteriori giornate retribuite ai neo-papà per la nascita o l'adozione di un figlio (10 giorni in tutto).
- "TIM apre le porte": è l'iniziativa annuale volta a far conoscere ai figli dei dipendenti l'ambiente di lavoro dei propri genitori.
- "Il domani senza limiti": è un programma che aiuta i figli dei dipendenti a scegliere la pro-

pria carriera professionale grazie a seminari tematici e a incontri con alcuni dipendenti per capire come si svolge l'attività lavorativa.

- “Kit alimentare per bambini”: tutti gli impiegati che hanno bambini di età compresa tra i 6 mesi e i 2 anni hanno la possibilità di richiedere un kit messo a disposizione gratuitamente dall'Azienda, che include alcuni alimenti specifici. Dietro prescrizione medica il kit può essere richiesto anche per bambini di età inferiore ai 6 mesi.
- “Assicurazione contro infortuni e malattia”: ai dipendenti è garantita una copertura sanitaria integrativa per il mantenimento degli abituali standard remunerativi anche in caso di malattia prolungata o di infortuni sul lavoro.

Supporto alle iniziative di volontariato dei dipendenti

In Telecom Italia

- Volontariato presso Dynamo Camp: è la prima struttura che permette ai bambini e ai ragazzi con patologie gravi o croniche di trascorrere, in assoluta sicurezza, momenti di gioco e divertimento a contatto con la natura. Nel corso del 2013 altri 30 colleghi hanno trascorso due sessioni di volontariato presso la struttura, utilizzando giornate di permesso retribuito a copertura delle attività prestate presso il camp.
- Navigare Insieme: attività di assistenza nella navigazione online degli over 60 presso palestre informatiche di 17 città italiane (cfr. § Comunità). I dipendenti che hanno aderito al bando interno e affiancato i volontari delle associazioni partner del progetto, hanno avuto a disposizione 40 ore di permesso retribuito distribuite nel corso di quattro mesi, comprensive degli spostamenti.
- Gruppo donatori di sangue: nel corso dell'anno il Gruppo ha organizzato 63 giornate per la donazione di sangue nelle sedi di Milano, Napoli, Palermo, Roma, Torino.
- Iniziative di beneficenza: sono stati allestiti 133 banchetti in varie sedi aziendali.

In Brasile

Con il progetto “Cittadino senza frontiere” (Cidadão Sem Fronteiras), TIM Brasil concede ai dipendenti un giorno libero all'anno per svolgere attività di volontariato presso organizzazioni scelte dai dipendenti o per partecipare ad azioni sociali promosse all'interno dell'Azienda.

Valorizzazione delle forme di diversità presenti nel contesto lavorativo attraverso attività e progetti

In Telecom Italia

Numerose le iniziative d'informazione e sensibilizzazione realizzate sul tema:

- è proseguita anche nel 2013 l'attività del Comitato Diversity composto da 35 colleghi rappresentanti le diversità di genere, religione, età, orientamento sessuale, disabilità, etnia;
- realizzato un video per la promozione della diversity all'interno dell'Azienda con i finanziamenti concessi dal Dipartimento per le Pari Opportunità.
- Consolidata la collaborazione con la Fondazione ASPHI sul tema dell'integrazione in Azienda delle persone diversamente abili. È stata realizzata la Convention “Comunicatio” per i colleghi sordi, che in quell'occasione sono stati dotati di un apposito kit tecnologico per lavorare e comunicare in Azienda.
- È stato organizzato l'evento formativo “Non ho l'età” su tema ageing e disabilità rivolto ai 220 supporter e ai colleghi del comitato Diversity Marco Virzi. Erano presenti in qualità di relatori Marco Buemi di UNAR, Beatrice De Luca di Fondazione ASPHI e Maria Cri-

stina Bombelli di Wise Growth che hanno parlato di sensibilizzazione e contrasto delle discriminazioni in Italia, di disabilità e di ageing;

- sono proseguite nel corso del 2013 le attività legate ai seguenti progetti:
 - › “Nuovamente in pista”: è stato elaborato un modello per gestire il rientro da lunghe assenze, indipendentemente dalle motivazioni (maternità, studio, malattia), per contribuire al miglioramento del clima organizzativo.
 - › “Role Model nell’ambito del Progetto Direzione Donna”: l’iniziativa mira alla valorizzazione della leadership al femminile per aumentare la rappresentanza dei talenti femminili in Telecom Italia e sostenerne attraverso azioni concrete la partecipazione alle dinamiche della nostra Azienda. Sono stati organizzati 17 incontri in varia città italiane;
 - › incontri di laboratorio, skill building e seminari promossi da Valore D a cui Telecom Italia partecipa insieme ad altre aziende per promuovere la diversità, il talento e la leadership femminile;
 - › incontri di laboratorio e convegni promossi da Sodalitas a cui Telecom Italia partecipa insieme ad altre aziende per affrontare il tema della gestione e della motivazione dei collaboratori di età diverse, soprattutto alla luce delle ultime disposizioni di legge in tema di pensioni;
 - › attività di un gruppo di lavoro interno alla direzione People Value di Telecom Italia, istituito lo scorso anno per elaborare proposte finalizzate alla valorizzazione dei colleghi senior;
 - › partecipazione al consiglio direttivo di Parks, associazione per la promozione dei diritti dei GLBT (gay, lesbiche, bisessuali e transessuali), con conseguenti interventi all’interno dell’Azienda per garantire la concessione di permessi retribuiti alle coppie GLBT che decidono di sposarsi all’estero.

In Brasile

TIM ha condotto una campagna per promuovere la diversità attraverso strumenti di comunicazione interna e altre iniziative, tra cui i giochi olimpici aziendali (Olimpiadas TIM). Si tratta di un campionato interno con 8 specialità sportive che è giunto alla quarta edizione e ha l’obiettivo di favorire l’integrazione e promuovere l’identità e i valori aziendali. All’edizione 2013 hanno partecipato più di 2.500 dipendenti.

Per quanto riguarda le altre attività a favore di dipendenti e dei loro familiari aventi carattere culturale o ricreativo, finalizzate a prestazioni sanitarie o al rimborso di spese mediche (CRALT, ASSILT, ASSIDA) si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

Servizio di counselling

Per aiutare i colleghi ad affrontare i disagi psicologici di natura lavorativa e personale è attivo da fine 2010 un servizio di counselling svolto da psicologi professionisti nell’ambito del Centro People Caring. Dopo una fase di sperimentazione condotta in 4

regioni italiane, a partire dal 2013 il servizio è stato esteso a tutto il territorio nazionale. Al Centro si sono rivolti 158 colleghi, sono stati attivati 135 counselling e sono stati presi in carico 46 casi aziendali con piena soddisfazione dei dipendenti coinvolti.

1.6 SVILUPPO

In Telecom Italia

- “Individual Performance Feedback” è dedicato al feedback sulle prestazioni focalizzato su una valutazione qualitativa mirata a identificare aree di forza e di potenziamento. Attraverso un più stretto dialogo tra capo e collaboratore, lo strumento mira a favorire il miglioramento della performance della persona.

Il processo si è concluso il 29 gennaio 2013 e ha coinvolto circa 48.000 risorse non manageriali del Gruppo Telecom Italia. L'81,6% dei partecipanti ha dichiarato attraverso un questionario di feedback di essere complessivamente soddisfatto del processo che è stato progettato facendo ricorso a focus group

dedicati, composti da valutatori e valutati appartenenti alle diverse funzioni aziendali, e confrontato con le migliori prassi in uso presso aziende nazionali e internazionali. Le proposte di miglioramento emerse saranno oggetto di attenta considerazione, anche in termini di fattibilità.

- “Participated Development” consente alle persone di Telecom Italia di “partecipare” al proprio sviluppo e a quello dei colleghi/capi. L'obiettivo è fare emergere il talento attraverso la rilevazione della reputation delle persone, completando così le informazioni ottenute attraverso gli strumenti “classici” di sviluppo. A valle della fase di sperimentazione, conclusasi a gennaio 2013, che ha coinvolto circa 10.000 dipendenti, sono stati organizzati focus group e una survey per ascoltare le persone e individuare le azioni di miglioramento. A inizio 2014 verranno avviati i piani di sviluppo individuali. Per ulteriori informazioni sul progetto si rinvia al sito telecomitalia.com.
- Valutazione del potenziale di quadri e impiegati: nel corso del 2013 è proseguita l'attività di assessment estesa a tutto il Gruppo Telecom Italia che ha coinvolto 397 persone. La realizzazione degli assessment center – regolamentata da specifiche linee guida – è affidata alla società HR Services S.r.l. del Gruppo Telecom Italia certificata ISO 9001.
- Nel corso del 2013 è stato introdotto un nuovo strumento di sviluppo, denominato Motivation Check, riservato specificatamente alle risorse senior (over 50) di pregio che rappresentano un importante patrimonio di esperienze e conoscenze per il Gruppo TI. L'iniziativa si pone l'obiettivo di valorizzare la motivazione di queste persone e sostenerla nel tempo attraverso una analisi dello stile motivazionale e la realizzazione di un piano di sviluppo, mirato a pianificare una “second life” in Azienda. A tale iniziativa hanno partecipato 65 persone per un totale di 8 edizioni.
- Assessment sulla dirigenza: è continuato il processo di assessment per i manager, partito nel 2009, avente l'obiettivo di valutarne la prontezza (readiness) a ricoprire posizioni manageriali di maggior ampiezza. Nel 2013 sono stati coinvolti 30 manager raggiungendo complessivamente il 30% della dirigenza.

PARTICIPATED DEVELOPMENT È UN NUOVO STRUMENTO DI SVILUPPO PARTECIPATIVO DELLE PERSONE

In Brasile

Sono stati sviluppati vari sistemi di assessment con l'obiettivo di mappare il potenziale di tutti i dipendenti dell'Azienda, identificando punti di forza e aree di miglioramento per orientare le attività di sviluppo. Per i dettagli sugli strumenti di valutazione e sviluppo utilizzati si rinvia al sito telecomitalia.com.

È proseguito il programma “Talento senza confini” avviato lo scorso anno con l'obiettivo di attrarre e trattenere i migliori talenti. Si rivolge a giovani professionisti, dinamici e creativi, a cui viene data l'opportunità di accedere a percorsi professionali di carriera accelerati e differenziati.

1.7 SELEZIONE

In Telecom Italia

A partire dal 2011, d'intesa con le organizzazioni sindacali e a valle di accordi stipulati con gli atenei di interesse, ha preso il via il progetto "Nuove Iniziative sul Mercato del Lavoro" che ha visto l'attivazione di oltre 330 contratti di apprendistato, master di II livello per circa 60 neolaureati e borse di dottorato per 100 studenti in ingegneria ed economia.

Ad oggi, una prima tranche dei ragazzi coinvolti è stata assunta in Telecom Italia con contratto a tempo indeterminato full-time. Gli inserimenti proseguiranno nel periodo 2014-2015.

IL PROGRAMMA INDUCTION TRAINING RAFFORZA LE COMPETENZE PROFESSIONALI DEI NUOVI ASSUNTI

Per facilitare l'inserimento dei neo-assunti è stato progettato il percorso "Induction Training" che mira a rafforzare le competenze professionali (facilitando l'interscambio generazionale) e mantenere un alto livello di motivazione/engagement. Il programma prevede una prima fase di sviluppo e formazione su tematiche trasversali e manageriali, seguita da una seconda fase mirata allo sviluppo professionale individuale in funzione del ruolo ricoperto e del percorso di carriera previsto.

Attività 2013 realizzate in partnership con le Università/Enti di Formazione

- Anche quest'anno Telecom Italia è stata presente nei principali Career Day italiani, partecipando agli eventi proposti nelle università di Roma, Milano, Trento e Bari. L'affluenza è stata come sempre molto alta, con oltre 500 colloqui tra gli studenti e giovani colleghi che hanno presidiato gli stand.
- Sono stati attivati oltre 150 stage che hanno permesso ai ragazzi di seguire un percorso di apprendimento nelle strutture del Gruppo.
- Per l'anno accademico 2013-2014 è stato sponsorizzato, in collaborazione con la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, un nuovo master di II livello in lingua inglese denominato "Smart Solutions Smart Communities". Il master prevede anche sei mesi di stage in Azienda.
- È proseguita l'erogazione di borse di studio e la realizzazione di stage su tematiche inerenti innovazione, sistemi ICT, TLC e Media, antitrust, security, general management e diritto del lavoro.
- Per il terzo anno consecutivo Telecom Italia ha aderito al progetto "Leader del Futuro" (in collaborazione con The European House - Ambrosetti e la Federazione Nazionale Cavalieri del Lavoro) erogando 3 borse di sviluppo e merito.
- Nell'ambito della partnership strategica con Bocconi, è stata istituita una nuova cattedra intitolata "TIM Chair in Market Innovation". Oggetto di studio è la comprensione degli strumenti e degli approcci strategico-organizzativi aziendali che favoriscono l'innovazione e la creazione di nuovi mercati, strategie e marketing.

In Brasile

I principali programmi di selezione portati avanti nel 2013 sono stati:

- "Giovane Apprendista" (Jovem Aprendiz): promuove la formazione di giovani tra i 16 e i 24 anni per un loro potenziale impiego in Azienda. Per i minorenni viene invece attivato un percorso di formazione amministrativa per prepararli all'ingresso nel mondo del lavoro.
- "Talentos sem Fronteiras" (Talentos sem Fronteiras): ha l'obiettivo di ricercare sul mercato giovani neolaureati per costruire una squadra di talenti da formare e sviluppare al fine di costituire il management aziendale del futuro. Nel 2013 sono stati assunti 16 giovani talenti inseriti in aree strategiche del business.

- “Stage senza Frontiere” (Estágio sem Fronteiras): seleziona stagisti di talento con l’obiettivo di offrire ai giovani universitari un’opportunità di sviluppo differenziata e di preparazione al mercato del lavoro, nonché di accrescere la possibilità di un loro inserimento definitivo in Azienda e di un eventuale accesso al progetto “Talent senza Frontiere”. Nel 2013 TIM ha selezionato circa 120 giovani.
- Sono state assunte circa 230 persone al mese per il Call Center, per un totale di 2.752 persone.
- Sono stati assunti circa 180 dirigenti e manager di alto livello al mese, per un totale di 2.134 persone.

1.8 FORMAZIONE

Nel Gruppo sono state realizzate nel 2013 oltre 3,7 milioni di ore formazione per costi complessivi pari a oltre 22 milioni di euro. Il 97,2% del personale ha partecipato ad almeno un intervento formativo. Si riportano di seguito i dati riepilogativi sulla formazione erogata nel Gruppo Telecom Italia.

FORMAZIONE PER CATEGORIE PROFESSIONALI

| LIVELLO DI INQUADRAMENTO | ORE | | Partecipazioni (*) (n.) | Partecipanti (n.) | Coverage (%) (**) |
|--------------------------|--------------------|-----------------------|----------------------------|----------------------|----------------------|
| | Ore totali (n.) | Ore procapite (n.) | | | |
| TOTALE | 3.765.649 | 57,39 | 453.188 | 63.806 | 97,2% |
| DIRIGENTI | 23.091 | 26,36 | 2.387 | 675 | 77,1% |
| QUADRI | 114.123 | 24,87 | 14.214 | 3.902 | 85,0% |
| IMPIEGATI | 3.628.435 | 60,32 | 436.587 | 59.229 | 98,5% |

*

Indica il numero complessivo di partecipazioni a momenti formativi nelle diverse forme previste (aula, online, training on the job).

**

Il coverage si riferisce al dato percentuale di partecipanti rispetto alla consistenza, cioè quante risorse in % hanno partecipato ad almeno un evento formativo rispetto al numero di risorse per singola categoria (dirigenti, quadri, impiegati).

In Telecom Italia

La formazione in Azienda è principalmente indirizzata verso:

- la trasformazione culturale d’impresa, attraverso piani di supporto alla gestione dei cambiamenti organizzativi;
- lo sviluppo delle competenze individuali, attraverso piani personalizzati;
- le riqualificazioni/riconversioni professionali per l’acquisizione e il rafforzamento di competenze strategiche in coerenza con le evoluzioni organizzative;
- il rispetto dei principi etici e di compliance dichiarati dall’Azienda (per es. sostenibilità, etica, D.Lgs. 231, rispetto della privacy).

I care myself

Il progetto, avviato a fine 2010, offre ai dipendenti l'opportunità di iscriversi gratuitamente a uno dei corsi di laurea delle facoltà di giurisprudenza, economia, ingegneria, scienze della comunicazione, psicologia e lettere dell'Università Telematica Internazionale Uninettuno, con l'obiettivo di favorire lo sviluppo del patrimonio di conoscenze e competenze extra-professionali. Anche i costi d'iscrizione per gli anni

successivi al primo sono a carico dell'Azienda per chi supera almeno il 50% dei crediti previsti dall'ordine degli studi. L'iniziativa, condivisa con le principali Organizzazioni Sindacali di settore - SLC-CGIL, FISTel-CISL e UILCOM-UIL, ha ottenuto un notevole successo con 2.540 partecipanti attivi nell'anno accademico 2012-2013.

In Brasile

Le principali attività formative hanno riguardato:

- Corsi di formazione base e di aggiornamento dedicati ai settori Vendite e Customer Relations sulle nuove offerte commerciali. Tutti i neo-assunti sono tenuti a partecipare a corsi di formazione su tematiche aziendali quali etica e sostenibilità.
- Realizzazione di 650 corsi di formazione per un totale di 550.000 ore.
- Revisione dell'attività di formazione con l'aiuto di una società di consulenza al fine di trovare una modalità d'insegnamento più efficace ed efficiente. Con questa nuova modalità sono state formate circa 230 persone al mese destinate al Call Center, per un totale di 2.752 persone.

1.9 PROGETTI E ATTIVITÀ DI ASCOLTO

Gli strumenti di cui i dipendenti dispongono in Azienda per esprimere la propria voce in modo formale e informale sono numerosi.

In Telecom Italia e in Tim Brasil i dipendenti possono effettuare una serie di segnalazioni di carattere informale a vari indirizzi di posta elettronica dedicati, ottenendo risposte tempestive su servizi richiesti e temi segnalati.

In un'organizzazione complessa la comunicazione unilaterale non è più sufficiente a sostenere logiche di coinvolgimento e di valorizzazione del pensiero. Per questo motivo è in atto una progressiva "conversione" dai canali tradizionali di comunicazione verso forme più innovative, ispirate a logiche web 2.0 che favoriscono la bilateralità, lo scambio e il confronto tra i componenti della comunità aziendale.

In tal senso Intranet e il portale rappresentano strumenti fondamentali in quanto sono in grado di raggiungere tutti, di fornire informazioni e di attivare momenti di "ascolto" formali e informali, come l'analisi di clima, i blog, le comunità virtuali aperte. In questo modo vengono stimolati il confronto e il dibattito su tematiche interne legate al business e su temi più generali di attualità, compresi quelli ambientali e sociali, rendendo disponibili canali strutturati per la raccolta di contributi e proposte. Tra questi il progetto Archimede che dal 2008 premia ogni anno le migliori idee innovative e realizzabili al fine di ottimizzare i processi e i servizi offerti, raccogliendo proposte dalle persone direttamente coinvolte nei processi operativi.

Nel primo semestre 2013 si sono tenute le premiazioni delle edizioni 2012 di Archimede, per i colleghi di Open Access e del Customer Care. Il progetto è in corso di estensione anche ad altre strutture aziendali.

Segnalazioni al Responsabile della Direzione Audit

Eventuali richieste di chiarimenti sulla correttezza di comportamenti propri o altrui ai fini della piena osservanza del Codice e dei valori richiamati dal Codice medesimo è indirizzata al responsabile della Direzione Audit di Telecom Italia S.p.A. o al responsabile della Funzione Audit della società estera del Gruppo direttamente interessata, nel rispetto di specifiche procedure interne.

I destinatari del Codice e quanti vi hanno aderito sono tenuti a segnalare tempestivamente al responsabile della Direzione Audit di Telecom Italia S.p.A. o al responsabile della Funzione Audit della società estera del Gruppo direttamente interessata, avvalendosi delle apposite procedure interne:

- eventuali violazioni, richieste o induzioni alla violazione di norme di legge o regolamento, di prescrizioni del Codice, di procedure interne, con riferimento alle attività e prestazioni di interesse del Gruppo;
- ogni irregolarità o negligenza nella tenuta della contabilità, nella conservazione della relativa documentazione, nell'adempimento degli obblighi di reportistica contabile o gestionale interna delle società del Gruppo.

Nessuna conseguenza negativa deriva in capo a chi abbia in buona fede effettuato una segnalazione.

È in ogni caso assicurata la riservatezza dell'identità dei segnalanti secondo apposite procedure interne, fatti salvi gli obblighi di legge. Nessun destinatario del Codice, collaboratore o terzo in rapporti di affari con il Gruppo, può essere soggetto a sanzioni o, comunque, può essere discriminato qualora rifiuti il compimento di atti o l'adozione di comportamenti ritenuti in buona fede in violazione del Codice, anche se tale rifiuto abbia determinato la perdita di un affare o altra conseguenza pregiudizievole per il business aziendale e/o di Gruppo.

1.10 COMUNICAZIONE INTERNA

In Telecom Italia

Di seguito si riportano le principali iniziative di comunicazione:

- sono state realizzate due edizioni della rivista Sincronizzando, destinata a tutte le persone del Gruppo in Italia dedicate al tema del futuro e al talento in tutte le sue espressioni aziendali. È stata progettata l'evoluzione digitale della rivista con una nuova veste online, raggiungibile da intranet, che conferma prestigio ed autorevolezza dei contenuti, arricchendosi di possibilità di interazione e ipertestualità;
- è stata messa a punto la progettazione del nuovo ambiente intranet aziendale che, in una logica 2.0 consentirà la massima partecipazione trasversale delle persone ai processi di costruzione delle idee, consentendo di condividere spazi online per lavori di gruppo, comunità di pratica, attività di knowledge sharing;
- è stata realizzata l'Agenda dell'impegno in partnership con Libera che ha coinvolto 12 scuole di ogni ordine e grado su tutto il territorio nazionale sui temi della campagna "Miseria Ladra": per la prima volta l'agenda è stata digitalizzata e resa disponibile su internet per aggregare, intorno ai temi trattati, oltre ai dipendenti di Telecom Italia anche gli studenti delle scuole e i volontari di Libera;
- per gli incontri interni risulta ormai consolidata la modalità della convention multimediale, con la presenza in auditorium e grandi sale meeting di un numero contenuto di persone e l'interazione con una vasta platea virtuale costituita dai colleghi connessi dalla propria postazione di lavoro attraverso il video-streaming. I partecipanti alle convention multime-

**SONO STATE REALIZZATE NUMEROSE
INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE INTERNA**

IL DIALOGO IN AZIENDA AVVIENE SEMPRE PIÙ IN MODALITÀ ONLINE

diali inviano le domande ai relatori prima e nel corso dell'incontro, interagiscono sugli argomenti, forniscono feedback nei blog, forum e virtual network. Una modalità di incontro in linea con le esperienze di interazione e di coinvolgimento che l'Azienda sta sperimentando

attraverso una presenza sempre più diffusa e capillare sui social media. La modalità online assicura anche la fruibilità in differita dei diversi contenuti e persegue l'obiettivo di minimizzare le emissioni di gas serra evitando gli spostamenti di persone sul territorio.

- In particolare a giugno è stata realizzata la quarta edizione della e-convention Parli@ mone in cui il Vertice e il top management hanno dialogato con le persone di Telecom Italia sul tema della societizzazione della rete. A ottobre si è tenuta la quinta edizione di Parli@mone in cui Vertice e top Management hanno presentato i principali lineamenti ed obiettivi aziendali del prossimo periodo;
- sono stati organizzati i kick-off delle nuove organizzazioni di Business e Consumer ed è stato seguito il programma di avvio della nuova società Telecom Italia Information Technology con un'attività di rilevazione delle aspettative interne, due management meeting, una e-convention con un format innovativo, il coinvolgimento live di altre sedi aziendali e dibattito aperto;
- è stato organizzato il primo Compliance Day dedicato al management di Telecom Italia.

In Brasile

È stata organizzata la quarta edizione dei Giochi Olimpici aziendali (Olimpiadas TIM), attraverso i quali si promuovono l'integrazione all'interno dell'Azienda, la corporate identity e i valori aziendali (cfr. § People Caring).

1.11 TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA

In Telecom Italia

Di seguito si riportano le principali iniziative in tema di salute e sicurezza:

- Al termine della campagna "Sicuri, adesso", realizzata tra fine 2012 e maggio 2013, finalizzata all'accrescimento della conoscenza e della consapevolezza dei colleghi di Telecom Italia S.p.A. sui temi di salute e sicurezza sul lavoro, è stata condotta una survey finale su circa 20.000 dipendenti per verificare l'efficacia delle azioni adottate.
- I risultati hanno evidenziato un generale miglioramento della percentuale di risposte esatte rispetto alla survey iniziale (aumento del 10,5%), testimoniando la bontà delle iniziative messe in campo.
- A rafforzamento della campagna "Sicuri, adesso" è stato lanciato il contest "Sicuri, più" con l'obiettivo di mantenere viva l'attenzione sui temi della salute e sicurezza, ridurre gli infortuni stimolando il coinvolgimento attivo delle persone, dare visibilità all'impegno dei colleghi premiando le best performance. Prosegue il piano formativo sul tema della sicurezza, destinato a tutto il personale aziendale (lavoratori, preposti, dirigenti), che prevede una trattazione personalizzata in base al ruolo e al contesto operativo dei dipendenti e l'utilizzo di strumenti didattici all'avanguardia e in grado di misurare l'efficacia e l'efficienza dell'intervento formativo. Il piano, che si concluderà nel primo semestre 2014, prevede l'erogazione di almeno 8 ore a ciascun dipendente coinvolto. In totale sono state erogate 211.060 ore di formazione;
- Sono stati realizzati interventi ad hoc sul tema dei "lavori in ambienti confinati" che hanno coinvolto le linee tecniche interessate e il personale delle imprese operanti in ambito rete fissa.

- Relativamente alla sicurezza nella circolazione su strada sono stati realizzati:
 - › corsi di guida sicura su due ruote per 40 tecnici di rete che utilizzano il motociclo ecologico MP3 nei centri storici delle principali città italiane;
 - › corsi di guida sicura on road per il personale che ha in dotazione autovetture aziendali;
 - › corsi di guida sicura off road per il personale che nello svolgimento della propria attività utilizza automezzi con 4 ruote motrici.

Le sessioni formative hanno coinvolto 382 risorse.

- A seguito dell'attività di collaborazione con l'Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale – ISPRA, avviata nel primo semestre 2013 per lo sviluppo di una nuova metodologia per la valutazione dell'esposizione professionale ad alcune particolari sorgenti di campo elettromagnetico, sono in corso i rilievi strumentali necessari presso i siti aziendali individuati.
- Con riferimento all'esposizione professionale al rumore è stata effettuata la valutazione del rischio relativa ai diversi gruppi omogenei del personale tecnico nello svolgimento della loro attività. Inoltre, per quanto concerne l'esposizione al rumore in cuffia è stata definita la metodologia di valutazione ed è in via di completamento una campagna di misura in ambito call center relativa ai servizi 187, 187-2, 119 e 191 di Telecom Italia.
- Per quanto attiene alla valutazione del rischio di stress lavoro-correlato, conformemente alle Linee Guida della Commissione Consultiva permanente per la salute e sicurezza sul lavoro e alle indicazioni metodologiche contenute nel Manuale INAIL del 2011, è stato avviato a metà Settembre un progetto di analisi e valutazione approfondita focalizzata sul personale tecnico on field di Open Access e sul personale addetto al Customer Care 119 e 187. Su tali gruppi omogenei di lavoratori, difatti, nelle valutazioni preliminari del rischio stress, condotte sia nel 2011 che nel 2012, era stato rilevato un livello di rischio MEDIO, rimasto sostanzialmente inalterato nonostante specifiche azioni di miglioramento adottate a seguito della valutazione svolta nel 2011.
- L'indagine - coordinata dal Servizio di Prevenzione, Protezione e Ambiente con la collaborazione di un Team di Ricerca costituito da esperti della società BSD e dell'Università Tor Vergata di Roma (Medicina del Lavoro) - si pone i seguenti obiettivi:
 - › valutare i singoli fattori di stress - individuando le possibili azioni correttive – e definire l'impatto del cambiamento organizzativo sulla salute psicofisica delle persone;
 - › proporre strumenti di gestione, comunicazione e monitoraggio degli effetti del cambiamento aziendale, in modo da supportare sia la linea manageriale sia il livello più operativo della popolazione lavorativa coinvolta nel progetto. Per ulteriori informazioni sulle ricerche in materia di stress da lavoro-correlato si rinvia a telecomitalia.com.
- Per quanto attiene ai controlli sui fornitori, nel corso del 2013 sono stati svolti 17 audit sulle imprese di rete fissa. Dal 2014 gli esiti dei controlli su salute, sicurezza e ambiente concorreranno alla valutazione di Vendor Rating.
- Nel secondo semestre 2013, a seguito della costituzione di un tavolo di lavoro permanente tra le principali aziende italiane a rete (tra cui Vodafone, Ferrovie, Autostrade per l'Italia, British Telecom, Anas, Condotte, Enel, Poste) si è tenuto il primo di una serie di incontri tematici volto a condividere le problematiche legate all'applicazione degli adempimenti normativi e allo sviluppo delle attività di tutela della salute e sicurezza sul lavoro.

Il tema trattato in questa occasione ha riguardato la “formazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro” ed è stato possibile approfondire gli aspetti tecnici e applicativi grazie al coinvolgimento di esperti giuridici e istituzionali.

In Brasile

In TIM Brasil tutti i dipendenti ricevono dopo l'assunzione una formazione in materia di salute e sicurezza in Azienda. Nei siti TIM con oltre 50 dipendenti sono state costituite commissioni interne per la prevenzione degli infortuni sul lavoro (Commissions for Prevention of Occupational Accidents - Cipas), per complessive 9 commissioni su tutto il territorio nazionale. L' organico di TIM dedicato alle attività di prevenzione è composto da 26 persone.

Infortuni

Il tema della sicurezza sul lavoro continua a essere oggetto di costante attenzione da parte del Gruppo e si concretizza principalmente nella verifica dell'applicazione delle misure di controllo del rischio e nell'impegno formativo volto a diffondere la logica del rispetto e della tutela nei confronti di se stessi e degli altri. Analoga attenzione è posta all'addestramento per le attività di esercizio e manutenzione degli impianti di TLC che comportano la salita in quota (su pali, scale e tralicci) per l'acquisizione della giusta consapevolezza riguardo ai corretti comportamenti da tenere durante l'attività lavorativa.

Si riportano di seguito i dati sugli infortuni sul lavoro relativi a Telecom Italia S.p.A.:

| | 31.12.2013 | 31.12.2012 |
|---------------------------------------|------------|------------|
| NUMERO INFORTUNI (ESCLUSI IN ITINERE) | 538 | 577 |
| INDICE DI GRAVITÀ(*) | 0,21 | 0,15 |
| INDICE DI FREQUENZA(*) | 8,34 | 8,10 |
| DURATA MEDIA IN ORE | 132,83 | 97,46 |
| INDICE DI IMPRODUTTIVITÀ(*) | 1,40 | 0,94 |
| INFORTUNI X 100 LAVORATORI | 1,23 | 1,23 |

*

Gli indici di gravità, di frequenza e di improduttività rappresentano rispettivamente:

- i giorni convenzionali perduti per infortunio ogni mille ore lavorate
- gli infortuni per ogni milione di ore lavorate
- le ore perdute per infortunio ogni mille lavorate

In linea con la tendenza degli ultimi anni, anche nel 2013 si rileva la diminuzione in termini assoluti nel numero di infortuni sul lavoro. Tuttavia il confronto con il 2012 mostra un aumento di alcuni indici infortunistici, soprattutto di quelli legati alla durata dell'evento infortunistico, quali la gravità e l'improduttività.

È in corso un'analisi per approfondire le cause che hanno determinato tale controtendenza, al fine di individuare azioni da mettere in campo nell'ottica di un continuo miglioramento sul tema degli infortuni.

Si rimanda al sito telecomitalia.com per i principali indicatori sugli infortuni rilevati a livello di Gruppo nell'anno 2013.

1.12 RELAZIONI INDUSTRIALI

In Telecom Italia

Nei mesi di febbraio e marzo, nel corso di specifici incontri, Telecom Italia ha illustrato alle Organizzazioni Sindacali il contesto macroeconomico, particolarmente critico per l'intero settore TLC e lo scenario del relativo mercato caratterizzato da una fortissima pressione competitiva. Negli incontri sono state affrontate le prospettive evolutive dei diversi business aziendali, i riflessi organizzativi e le ricadute sui livelli occupazionali.

In tale contesto, Azienda e sindacato si sono confrontate per ricercare soluzioni volte a conseguire l'obiettivo comune di salvaguardia dei livelli occupazionali, attraverso il recupero di efficienza e di produttività, con particolare riguardo agli ambiti organizzativi della rete di accesso e del caring services.

Il confronto si è concluso positivamente con la sottoscrizione, il 27 e 28 marzo, di specifici accordi che individuano un'importante serie di azioni a sostegno dell'occupabilità, volte tra l'altro a favorire processi di internalizzazione. Gli accordi hanno anche previsto, per la gestione delle eccedenze produttive, il ricorso a quegli ammortizzatori sociali più socialmente sostenibili: in via prioritaria i Contratti di Solidarietà di tipo difensivo e residualmente la mobilità collettiva volontaria. Per i dipendenti già in possesso dei requisiti per accedere ai trattamenti previdenziali, la scelta condivisa è stata quella di considerare tale condizione quale titolo di mobilità collettiva.

**LA SALVAGUARDIA DEI LIVELLI
OCCUPAZIONALI È OBIETTIVO COMUNE
DI AZIENDA E SINDACATO**

Nella stessa sede inoltre è stato stipulato fra Azienda e Sindacato un accordo in tema di Premio di Risultato, con vigenza dal 1° gennaio 2013 al 31 dicembre 2015, che prevede la correlazione dei contenuti variabili e non consolidabili della retribuzione ai risultati raggiunti, da valutarsi sulla base di parametri di redditività, di andamento dei ricavi e di qualità del servizio.

Telecom Italia ha inoltre scelto di riconoscere l'apporto dei lavoratori all'andamento economico e produttivo aziendale, attraverso l'erogazione di un importo indifferenziato per livello inquadramentale, riferito al secondo semestre 2012. In tal senso è stato raggiunto uno specifico accordo con le rappresentanze sindacali.

Nel rispetto della vigente disciplina legislativa in materia di trasferimenti di azienda, Telecom Italia S.p.A. e Telecom Italia Sparkle S.p.A., hanno esperito la prevista procedura con le Rappresentanze sindacali interessate, in merito all'intenzione di Telecom Italia Sparkle di trasferire, mediante scissione parziale, il proprio ramo d'azienda rappresentato dalla Funzione Network Operations a Telecom Italia S.p.A. con efficacia dal 1° settembre. I rapporti di lavoro saranno trasferiti senza soluzione di continuità da Telecom Italia Sparkle S.p.A. a Telecom Italia S.p.A.

L'operazione consentirà di migliorare e rendere maggiormente efficienti le strutture organizzative dedicate al piano delle attività, dei processi e delle competenze.

Nel mese di giugno, nell'ambito del confronto tra Azienda e Organizzazioni sindacali, volto a favorire la ricerca di soluzioni condivise per l'introduzione di nuovi turni di lavoro per le persone che operano nel Customer Operations Consumer Mobile e Credito Business in ambito Caring Services, sono stati sottoscritti specifici accordi.

Tali accordi, che contribuiranno a migliorare ulteriormente il livello di presidio del servizio e a soddisfare le esigenze della clientela di riferimento, consentiranno anche una migliore conciliazione vita-lavoro dei dipendenti.

Azienda e Organizzazioni sindacali hanno sottoscritto un'intesa che ha consentito al personale di fruire, per ciascuna delle festività cadenti di domenica nel 2013 previste dall'accordo, di un giorno di permesso retribuito in luogo del trattamento economico e normativo contrattualmente previsto. Tale facoltà è stata data, tramite accordi sindacali, anche ai dipendenti delle altre società del Gruppo (Telecontact, HRS, TI Information Technology, TI Digital Solutions, IT Telecom).

In coerenza con le intese raggiunte il 27 marzo 2013, nel mese di luglio è stata sottoscritta con le Organizzazioni sindacali, la proroga per un ulteriore anno, del Contratto di Solidarietà di tipo "difensivo" per il personale operante nell'ambito della struttura Directory Assistance con sede di lavoro nelle aree del mezzogiorno.

Per informazioni sulle relazioni industriali relative a TI.IT, Telecontact Center, Advanced Caring Center, HRS s.r.l. TI Sparkle, TI Media, Olivetti e Brasile si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

1.13 POLITICA DI REMUNERAZIONE

La politica retributiva del Gruppo si fonda su logiche di composizione del pacchetto retributivo individuale finalizzate a garantire il corretto bilanciamento della componente fissa e della componente variabile in funzione degli obiettivi strategici e della politica di gestione dei rischi aziendali. L'architettura che ne consegue è volta a salvaguardare l'esigenza di identità e integrazione del Gruppo (unitarietà) e a garantire il rispetto della diversità dei mercati di riferimento (differenziazione), così da supportare la competitività e le performance dell'Azienda, assicurare il coinvolgimento del personale, garantire correttezza ed equità interna.

Le politiche retributive sono differenziate sulla base di una classificazione orizzontale della popolazione, orientata a suddividere le risorse in funzione del ruolo ricoperto e del valore individuale.

La componente fissa della remunerazione riflette l'ampiezza e la strategicità del ruolo ricoperto, misurate attraverso un sistema di valutazione delle posizioni secondo metodologie riconosciute e certificate a livello internazionale, nonché le caratteristiche soggettive distintive e le competenze strategiche possedute.

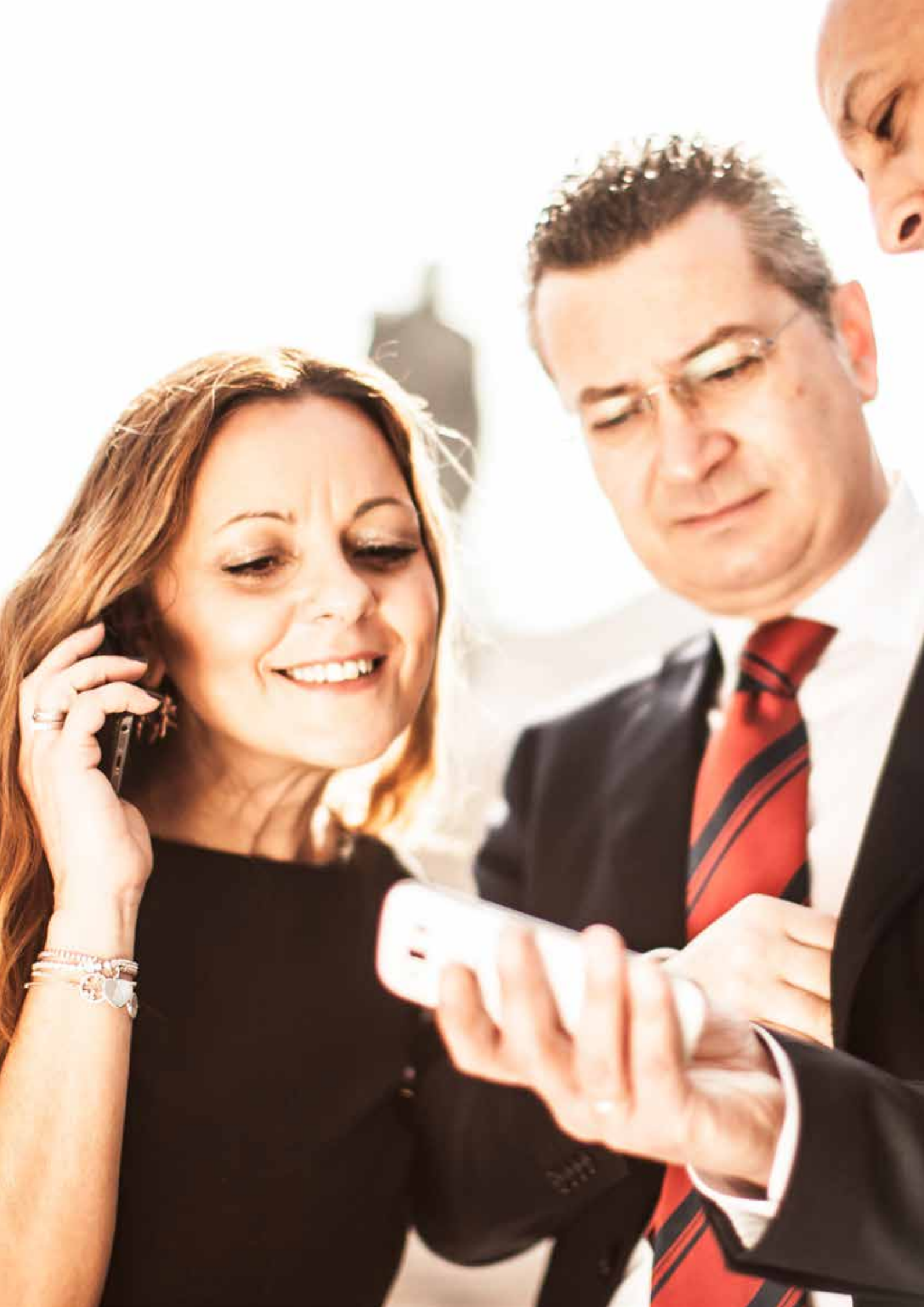
La retribuzione variabile a breve termine è finalizzata a rendere trasparente il legame tra riconoscimento economico e grado di raggiungimento degli obiettivi annuali. A tal fine gli obiettivi sono fissati con riferimento a indicatori di natura quali-quantitativa, rappresentativi e coerenti con le priorità strategiche e di piano industriale, misurati secondo criteri predefiniti e oggettivi con dei margini di valutazione discrezionale.

Le politiche di incentivazione manageriale di breve termine (MBO), che nel 2012 sono state oggetto di importanti rivisitazioni in termini di meccanismi di funzionamento e di popolazione coinvolta, sono da intendersi confermate per il 2013 nei tratti generali, fatta eccezione per l'introduzione di ulteriori affinamenti anche alla luce delle evidenze emerse in fase di consuntivazione degli incentivi 2012.

Al sistema MBO si affianca un sistema di incentivazione rivolto alla popolazione professional, con la finalità di allineare i risultati di tale segmento alla performance complessiva dell'Azienda.

La struttura retributiva aziendale prevede, inoltre, una componente variabile di lungo termine, che consiste nella partecipazione a cicli annuali di piani Long Term, con un periodo d'incentivazione corrispondente all'arco di pianificazione strategica. Alla luce dell'attuale congiuntura, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato la sospensione del ciclo di piano Long Term Incentive 2013 destinato ad una parte selezionata del management aziendale.

| Stakeholder di riferimento | Obiettivi oggetto di incentivazione | % di manager ai quali si applica l'obiettivo |
|----------------------------|--|--|
| Clienti | • Customer satisfaction | 90% |
| | • Qualità del servizio erogato | 4% |
| | • Qualità del servizio percepita dai clienti consumer e business | 90% |
| | • Qualità del servizio percepita dagli altri operatori nazionali di telefonia fissa e mobile | 9% |
| Risorse Umane | • Salute e sicurezza dei dipendenti | } 1% |
| | • Programmi di formazione e crescita professionale | |
| | • Attività di welfare (People Caring) e benessere per i dipendenti | |
| Ambiente | • Consumi di materiali, energia | 1% |
| Azionisti e Istituzioni | • Qualità e tempestività dell'informativa societaria | 1% |
| Comunità | • Organizzazione di manifestazioni ed eventi corporate | } 1% |
| | • Qualità di iniziative/progetti corporate | |





L'importanza di

un'informazione corretta

verso tutti

2. AZIONISTI

2.1 STRATEGIA

Le società del Gruppo sono consapevoli dell'importanza che un'informazione corretta sulle proprie attività riveste per il mercato finanziario, gli investitori e la Comunità in genere. Ferme restando le esigenze di riservatezza richieste dalla conduzione del business, la comunicazione con il mercato finanziario avviene nel rispetto dei criteri di trasparenza, correttezza, chiarezza, tempestività e parità di accesso all'informazione, uguaglianza di trattamento a tutte le categorie di azionisti nel rispetto dei vincoli statutari. La comunicazione all'esterno delle informazioni è disciplinata da apposite procedure interne, in linea con la normativa applicabile.

La Società ha attivato canali di ascolto dedicati agli azionisti, agli obbligazionisti e agli altri stakeholder interessati ad avere informazioni sui dati finanziari e non finanziari dell'Azienda (cfr. § [Comunicazione finanziaria](#)).

2.2 STAKEHOLDER E LORO ASPETTATIVE

La funzione Investor Relations gestisce quotidianamente le relazioni con gli stakeholder di riferimento: investitori istituzionali e retail, obbligazionisti, investitori socialmente responsabili, analisti equity e credito.

Le loro aspettative comuni riguardano:

- la conferma degli obiettivi comunicati al mercato finanziario attraverso il piano strategico;

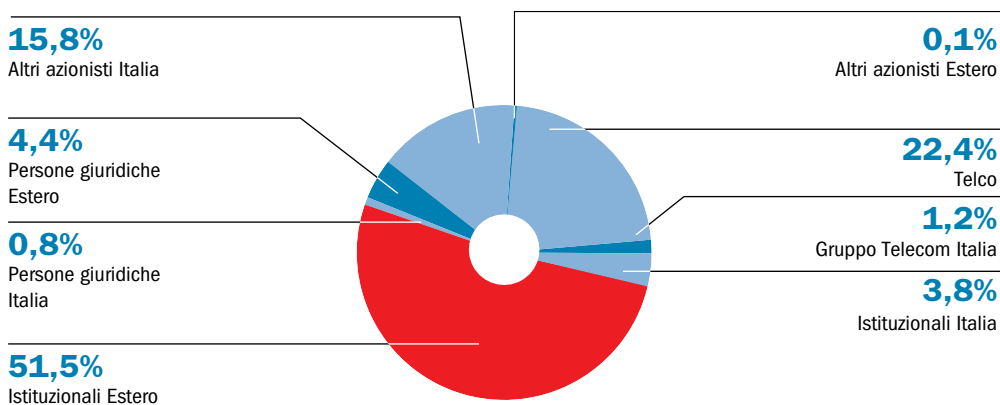
- il rafforzamento del posizionamento nei mercati in cui il Gruppo opera;
 - la certezza di ricevere un riscontro tempestivo ed efficace alle richieste di informazioni.
- Anche le aspettative espresse dalle singole categorie di stakeholder sono oggetto di particolare considerazione:

| Stakeholder | Esigenze |
|--|--|
| Investitori istituzionali e retail | <ul style="list-style-type: none"> • Buona performance finanziaria e operativa della società • Total shareholder return positivo (performance borsistica del titolo e dividendi distribuiti) • Buona reputazione dei brand del Gruppo • Coinvolgimento nelle attività e iniziative intraprese dal Gruppo |
| Investitori socialmente responsabili | <ul style="list-style-type: none"> • Attenzione agli impatti sociali e ambientali del business aziendale e alla governance del Gruppo • Total shareholder return positivo • Buona reputazione dei brand del Gruppo |
| Obbligazionisti e analisti del credito | <ul style="list-style-type: none"> • Stabilità della remunerazione dell'investimento • Certezza del rimborso del debito in scadenza • Mantenimento del merito di credito |
| Analisti finanziari | <ul style="list-style-type: none"> • Contatto diretto, anche con il management del Gruppo, sui temi rilevanti per il business aziendale |

34

Fonte: Libro dei Soci al 31 dicembre 2013 integrato da comunicazioni ricevute e da altre informazioni a disposizione.

Si riporta di seguito la composizione del capitale azionario al 31 dicembre 2013⁽³⁴⁾.



2.3 COMUNICAZIONE FINANZIARIA

Nel corso del 2013 la Società ha organizzato conference call trimestrali, road show all'estero, incontri presso le sedi istituzionali del Gruppo (reverse road show) e partecipazioni a conferenze di settore. Durante questi eventi sono stati incontrati oltre 400 investitori a cui si aggiungono i contatti diretti e le conversazioni telefoniche che il team Investor Relations gestisce con frequenza quotidiana. Inoltre, per migliorare la comunicazione con gli stakeholder, Telecom Italia ha promosso momenti d'incontro su temi di corporate governance.

Le risposte al mercato finanziario da parte del Gruppo sono basate su criteri di rilevanza, sensibilità dell'informazione, congruenza e attualità rispetto alla struttura del Gruppo e alle azioni intraprese per il raggiungimento dei target del piano strategico.

La comunicazione finanziaria tiene in considerazione anche le esigenze degli investitori legati al Socially Responsible Investing (SRI), che privilegia le aziende attente agli aspetti etici, sociali e ambientali, oltre a quelli economici. La comunicazione verso questa categoria di investitori è sviluppata attraverso contatti individuali e la partecipazione a eventi dedicati.

Sul fronte dei rapporti con gli azionisti individuali (retail) - oltre 400 mila possessori di azioni ordinarie - la strategia di Telecom Italia punta ad aumentare i canali di comunicazione per rispondere in modo efficace e rapido alle richieste sulla performance del titolo e, più in generale, sulla strategia del Gruppo. Le segnalazioni e gli spunti emersi dal dialogo con gli investitori retail vengono raccolti e comunicati al top management.

Il Club degli azionisti "TI Alw@ys ON" (telecomitaliaclub.it) è stato avviato nel 2006 come luogo d'incontro virtuale tra l'Azienda e i suoi investitori individuali. Tuttavia, il Club è aperto anche a chi non è azionista del Gruppo e la sola iscrizione allo stesso permette di ottenere gli stessi servizi gratuiti riservati agli azionisti, ossia:

- SMS alert, che quotidianamente comunica il prezzo di chiusura e la variazione percentuale, rispetto al giorno precedente, delle azioni Telecom Italia ordinarie e di risparmio, oltre alla variazione percentuale giornaliera dell'indice FTSE/Mib;
- Report di borsa settimanale, inviato ogni lunedì mattina, che riassume l'andamento della settimana chiusa il venerdì precedente;
- Newsletter trimestrale, che contiene i principali messaggi tratti dai comunicati stampa pubblicati in occasione del rilascio dei risultati di periodo del Gruppo, reperibile sul sito web.

Per quanto riguarda la comunicazione finanziaria online, il sito Internet telecomitalia.com viene costantemente aggiornato. Telecom Italia ha conseguito nel 2013 il secondo posto nella classifica "KWD Webranking 2013" italiana ed europea redatta da KWD, divisione digitale di Hallvarsson & Halvarsson, società svedese che valuta e premia le società quotate più attente alla comunicazione corporate e finanziaria sul web (cfr. § [Introduzione/Altri riconoscimenti](#)).

**TI ALWA@YS ON È APERTO
ANCHE AI NON AZIONISTI**

2.4 RISK MANAGEMENT

Il rischio in Telecom Italia è inteso come un evento la cui manifestazione può generare uno scostamento rispetto agli obiettivi di risultato del Piano Triennale.

Per assicurare un approccio globale alla gestione del rischio, il Gruppo Telecom Italia ha adottato un processo di Enterprise Risk Management (ERM).

Alla base del sistema vi è il Comitato di Gruppo Risk Management che è presieduto e coordinato dal responsabile della funzione Administration, Finance and Control.

Il Comitato si riunisce con cadenza trimestrale (o in relazione a specifiche esigenze) e ha lo scopo di garantire il governo del processo di gestione dei rischi di Gruppo, finalizzato a garantire la continuità operativa del business aziendale. Il processo adottato prevede:

- la definizione e aggiornamento delle policy per il corretto funzionamento del processo di gestione dei rischi;
- l'analisi preventiva del contesto interno ed esterno al Gruppo;
- la valutazione del profilo di rischio da parte del management, inteso come scostamento rispetto agli obiettivi strategici posti nel piano triennale;
- la mappatura dei rischi con focus specifico su quelli ritenuti più significativi;
- la valutazione del livello di maturità nella gestione dei rischi e la costituzione di gruppi di lavoro interfunzionali definiti dal comitato di Gruppo di Risk Management per l'implementazione di piani di azioni (action plan) di mitigazione dedicati e di Key Risk Indicators di controllo.

In ottica di miglioramento continuo, nel corso del 2013 è stata avviata un'attività di rinnovamento del processo ERM, che sarà operativa a partire dal 2014. La responsabilità di sovrintendere alla riprogettazione del nuovo processo è stata assegnata ad un apposito Steering di progetto (c.d. Steering Committee Enterprise Risk Management), presieduto e coordinato dal CFO del Gruppo e che riporta all'Amministratore Delegato.

I risultati di tale attività permetteranno di sviluppare una maggiore consapevolezza e tutela del business grazie ad un approccio più oggettivo del livello di esposizione al rischio, al collegamento delle attività di assessment con i processi di pianificazione e di capital allocation, nonché alla verifica puntuale dei controlli già in essere e/o da implementare per mitigare i rischi mappati.

2.5 CORPORATE GOVERNANCE

In Telecom Italia

Il sistema di corporate governance di Telecom Italia, articolato secondo il modello tradizionale, è in linea con i principi contenuti nel Codice di Autodisciplina redatto dal Comitato per la corporate governance di Borsa Italiana (consultabile al link borsaitaliana.it). La Società alla fine del 2012 ha abrogato il proprio codice interno, ritenuto ormai obsoleto, e ha adottato alcuni principi di autodisciplina, che derogano e/o integrano il quadro delle regole applicabili con riferimento a compiti e funzionamento degli organi sociali, rinviando per il resto a principi e criteri del Codice di Borsa Italiana (edizione dicembre 2011). Rispetto al Codice interno previgente, i nuovi principi di autodisciplina:

- ribadiscono le responsabilità del Consiglio di Amministrazione (CdA), con maggior focus su sistema di controllo interno e di gestione dei rischi;
- semplificano l'elencazione delle operazioni strategiche, soggette a deliberazione preventiva consiliare, precisando che trattasi di elencazione esemplificativa;
- confermano i principi di funzionamento del Consiglio, introducendo il principio di calendarizzazione delle agende di lungo periodo;
- confermano la presenza di un Lead Independent Director e di tre comitati interni al CdA: Comitato Esecutivo, Comitato per le nomine e la remunerazione, Comitato per il controllo e i rischi (che va a sostituire, integrandone le attribuzioni, il Comitato per il controllo interno e per la corporate governance);

- trasferiscono dal Comitato per il controllo interno e per la corporate governance al Comitato per le nomine e la remunerazione la tematica della valutazione annuale del CdA;
- introducono specifici richiami alle procedure volte ad assicurare il rispetto degli impegni assunti verso le authorities brasiliane per assicurare la “separatezza” rispetto a Telefónica nella gestione delle controllate sudamericane del Gruppo;
- rinnovano integralmente la disciplina del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi.

I principi di autodisciplina sono consultabili sul sito internet della Società all’indirizzo [telecomitalia.com](https://www.telecomitalia.com), sezione Governance - canale Sistema di Governance/Codici.

Per ulteriori informazioni sul progetto si rinvia alla Relazione annuale sul governo societario nel sito [telecomitalia.com](https://www.telecomitalia.com).





Appendice



1

I consuntivi degli obiettivi riportati per il 2013 saranno disponibili nel luglio 2014 sui siti Internet indicati nella nota 2.

2

L'elenco completo degli indicatori di qualità dei servizi mobili, nonché dei relativi obiettivi per il 2012, è disponibile sul sito tim.it. L'elenco completo degli indicatori di qualità dei servizi di accesso a internet da rete fissa e IPTV, nonché dei relativi obiettivi per il 2013, è disponibile sul sito telecomitalia.it.

*

Status target:

● raggiunto

● non raggiunto

1. RISULTATI 2012 E 2013

Si riportano di seguito i risultati conseguiti a fronte degli obiettivi pubblicati nel precedente Bilancio di sostenibilità per l'anno 2013 e in relazione al solo stakeholder Clienti per l'anno 2012⁽¹⁾.

1.1 TELECOM ITALIA S.p.A. - CLIENTI⁽²⁾

| Area di riferimento | Indicatore | Unità di misura | Target 2012 | Consuntivo 2012 | Status target 2012 ^(*) | Target 2013 |
|---------------------|--|-----------------|-------------|-----------------|-----------------------------------|-------------|
| Clienti - Mobile | Tempo di attivazione del servizio voce (servizio prepagato) - Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo contrattualmente previsto | % | 97 | 100 | ● | 97 |
| Clienti - Mobile | Tempo di attivazione del servizio voce (servizio post-pagato) - Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo contrattualmente previsto | % | 97 | 100 | ● | 97 |
| Clienti - Mobile | Servizi di assistenza ai clienti residenziali - Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti | Secondi | 35 | 20 | ● | 35 |
| Clienti - Mobile | Reclami sugli addebiti - Rapporto tra il numero di reclami su addebiti in fattura ricevuti nel periodo di rilevazione e il numero delle fatture emesse nello stesso periodo (servizio post-pagato) | % | 1,3 | 0,5 | ● | 1,2 |
| Clienti - Mobile | Reclami sugli addebiti - Rapporto tra il numero di reclami riguardanti addebiti su carte pre-pagate ricevuti nel periodo di rilevazione e il numero medio di SIM/USIM attive nello stesso periodo (servizio pre-pagato) | % | 1,2 | 0,3 | ● | 1,2 |
| Clienti - Internet | Tempo di attivazione dei servizi di accesso a internet banda larga - Percentuale degli ordini validi completati entro la data concordata con il cliente (linee telefoniche attive) | % | 94 | 98,9 | ● | 95 |
| Clienti - Internet | Tempo di attivazione dei servizi di accesso a internet banda larga - Tempo medio di fornitura (linee telefoniche attive) | Giorni | 9 | 7 | ● | 9 |
| Clienti - Internet | Malfunzionamenti servizi di accesso a internet a banda larga - Tempo medio di riparazione | Ore | 27 | 18 | ● | 26 |
| Clienti - Internet | Addebiti contestati - Rapporto tra il numero dei reclami su addebiti in fattura relativi a tutti i servizi di accesso a internet (ricevuti nel periodo di rilevazione) e il numero totale di fatture emesse nello stesso periodo | % | 1,2 | 0,36 | ● | 1,0 |
| Clienti - IPTV | Tempi di risposta assistenza clienti - Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti | Secondi | 70 | 63 | ● | 70 |
| Clienti - IPTV | Fatture contestate - Rapporto tra il numero dei reclami su addebiti in fattura relativi al servizio IPTV (ricevuti nel periodo di rilevazione) e il numero di fatture contenenti addebiti relativi allo stesso servizio (emesse nello stesso periodo di rilevazione) | % | 1,2 | 0,6 | ● | 1,0 |
| Clienti - IPTV | Disponibilità del servizio IPTV - Indisponibilità media del servizio | Ore/Anno | 36 | 7 | ● | 36 |

1.2 TELECOM ITALIA S.p.A. – ALTRI STAKEHOLDER

| Area di riferimento | Indicatore | Unità di misura | Target 2013 | Consuntivo 2013 | Status target 2013 |
|--|--|-----------------------------|-------------|-----------------|--------------------|
| Risorse Umane - Formazione | Formazione in tema di salute, sicurezza e ambiente ⁽¹⁾ | Ore di formazione | 300.000 | 359.364 | ● |
| Risorse Umane - Formazione | Formazione – Ore di formazione procapite ⁽¹⁾ | Ore di formazione procapite | 30 | 31,4 | ● |
| Risorse Umane - Formazione | Formazione – Coverage (percentuale di dipendenti che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sul totale della popolazione) | % | 82,50 | 95,3 | ● |
| Risorse Umane - Infortuni | Infortuni verificati per 100 lavoratori ⁽²⁾ | Numero | 1,30 | 1,23 | ● |
| Ambiente - Energia | Indicatore di eco-efficienza ⁽³⁾ | bit/joule | 2.800 | 2.828 | ● |
| Ambiente - Energia | Autoproduzione di energia da fonti miste (cogenerazione) | GWh | 113 | 84 | ● |
| Ambiente - Energia | Impianti di illuminazione a tubi fluorescenti sostituiti con impianti a LED | Numero | 100.000 | 100.072 | ● |
| Ambiente - Emissioni atmosferiche | Riduzione della quantità di gas ozono lesivi (R22) utilizzata negli impianti di condizionamento e gruppi frigo | kg | 22.000 | 22.000 | ● |
| Ambiente – Emissioni elettromagnetiche | Qualifica SAR ⁽⁴⁾ | % | 100 | 100 | ● |
| Ambiente – Emissioni elettromagnetiche | Qualifica SAR di altri dispositivi (chiavette USB, tablet e router) tecnologicamente innovativi commercializzati con il marchio TIM | Numero | 10 | 10 | ● |
| Ambiente – Carta | Carta utilizzata inviata al riciclo | Tonnellate | 19.000 | 19.975 | ● |

¹
Il dato comprende la formazione in aula, online e on the job.

²
L'indice di gravità rappresenta i giorni convenzionali perduti nell'anno ogni mille ore lavorate.

³
Per ulteriori informazioni sull'indicatore di eco-efficienza cfr. § Ambiente/Energia.

⁴
Si tratta della percentuale di cellulari assoggettati a qualifica SAR (Specific Absorption Rate). La percentuale è calcolata sui modelli di terminali cellulari di tipo più diffuso e tecnologicamente innovativi.

1.3 TIM BRASIL

| Area di riferimento | Indicatore | Unità di misura | Target 2013 | Consuntivo 2013 | Status target 2013 |
|---------------------|---|-------------------|-------------|---------------------|--------------------|
| Risorse Umane | Formazione (ore totali: in aula, online e on the job) erogata a dipendenti propri, terziarizzati e stagisti | Ore di formazione | 600.000 | 2.135.543 | ● |
| Risorse Umane | Formazione sulla sostenibilità (percentuale di dipendenti propri, terziarizzati e stagisti che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sui temi della sostenibilità sul totale della popolazione) | % | 30 | 31,7 | ● |
| Ambiente | Raccolta di cellulari, batterie e altri accessori per destinarli al riciclo | Tonnellate | 13 | 0,37 ⁽¹⁾ | ● |
| Ambiente | Rapporto tra rifiuti riciclati e totale dei rifiuti generati negli uffici | % | 65 | 68 | ● |
| Ambiente | Energia – Riduzione del consumo medio di elettricità della rete mobile rapportato al numero di linee | % | 4,17 | 4,43 ⁽²⁾ | ● |
| Ambiente | Carta a basso impatto ambientale acquistata per uso ufficio | Tonnellate | 57,3 | 52,2 | ● |
| Fornitori | Fornitori valutati con criteri di sostenibilità | Numero | 228 | 228 | ● |

1

Nel 2013 il programma di raccolta di cellulari, batterie e accessori è stato sospeso e riformulato. Il programma sarà rilanciato nel 2014 con un piano di comunicazione ai punti vendita, allo scopo di formare i team coinvolti e incoraggiare il pubblico nella pratica del riciclo.

2

Sebbene il consumo di elettricità durante il 2013 sia stato in linea con il piano, il target non è stato raggiunto in quanto la customer base dell'anno è stata inferiore a quella pianificata. Il target specifico sarà sostituito da un obiettivo assoluto sul consumo di energia fondato su progetti di efficienza da realizzare nel 2014.

2. OBIETTIVI 2014 E PLURIENNALI

2.1 TELECOM ITALIA S.p.A. – CLIENTI

| Area di riferimento | Indicatore | Unità di misura | Target 2014 |
|---------------------|--|-----------------|-------------|
| Clienti - Mobile | Tempo di attivazione del servizio voce (servizio pre-pagato) - Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo contrattualmente previsto | % | 97 |
| Clienti - Mobile | Tempo di attivazione del servizio voce (servizio post-pagato) - Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo contrattualmente previsto | % | 97 |
| Clienti - Mobile | Servizi di assistenza ai clienti residenziali - Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti | Secondi | 35 |
| Clienti - Mobile | Reclami sugli addebiti - Rapporto tra il numero di reclami su addebiti in fattura ricevuti nel periodo di rilevazione e il numero delle fatture emesse nello stesso periodo (servizio post-pagato) | % | 1,2 |
| Clienti - Mobile | Reclami sugli addebiti - Rapporto tra il numero di reclami riguardanti addebiti su carte pre-pagate ricevuti nel periodo di rilevazione e il numero medio di SIM/USIM attive nello stesso periodo (servizio pre-pagato) | % | 1,2 |
| Clienti - Internet | Tempo di attivazione dei servizi di accesso a internet banda larga - Percentuale degli ordini validi completati entro la data concordata con il cliente (linee telefoniche attive) | % | 95 |
| Clienti - Internet | Tempo di attivazione dei servizi di accesso a internet banda larga - Tempo medio di fornitura (linee telefoniche attive) | Giorni | 9 |
| Clienti - Internet | Malfunzionamenti servizi di accesso a internet a banda larga - Tempo medio di riparazione | Ore | 26 |
| Clienti - Internet | Addebiti contestati - Rapporto tra il numero dei reclami su addebiti in fattura relativi a tutti i servizi di accesso a Internet (ricevuti nel periodo di rilevazione) e il numero totale di fatture emesse nello stesso periodo | % | 1,0 |
| Clienti – IPTV | Tempi di risposta assistenza clienti - Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti | Secondi | 70 |
| Clienti – IPTV | Fatture contestate - Rapporto tra il numero dei reclami su addebiti in fattura relativi al servizio IPTV (ricevuti nel periodo di rilevazione) e il numero di fatture contenenti addebiti relativi allo stesso servizio (emesse nello stesso periodo di rilevazione) | % | 1,0 |
| Clienti – IPTV | Disponibilità del servizio IPTV - Indisponibilità media del servizio | Ore/Anno | 36 |

2.2 TELECOM ITALIA S.p.A. – ALTRI STAKEHOLDER

| Area di riferimento | Indicatore | Unità di misura | Consuntivo 2013 | Target 2014 | |
|--|---|-----------------------------|-----------------|------------------------|--|
| Risorse Umane - Formazione | Formazione in tema di salute, sicurezza e ambiente ⁽¹⁾ | Ore di formazione | 359.364 | 105.000 ⁽²⁾ | ¹ Il dato comprende la formazione in aula, online e on the job. |
| Risorse Umane - Formazione | Formazione – Ore di formazione procapite ⁽¹⁾ | Ore di formazione procapite | 31,4 | 28 | ² La formazione su questi temi nel 2014 sarà in flessione in quanto una buona parte di attività legata all'accordo stato regioni è stata effettuata nel 2013. |
| Risorse Umane - Formazione | Formazione – coverage (percentuale di persone che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sul totale popolazione) | % | 95,3 | 80 | ³ Anche se fino alla scorsa edizione del Bilancio di Sostenibilità l'Indicatore di eco-efficienza era riferito a Telecom Italia S.p.A. lo si può considerare applicabile all'intera BU Domestic, dal momento che prende in considerazione il traffico complessivo generato dalle società del Gruppo operanti a livello nazionale e i corrispondenti consumi energetici. Pertanto per il 2014 l'obiettivo si intende esteso a tutta la BU Domestic. |
| Risorse Umane - Infortuni | Infortuni verificatisi per 100 lavoratori | Numero | 1,23 | 1,28 | |
| Ambiente - Energia | Indicatore di eco-efficienza ⁽³⁾ | Bit/Joule | 2.828 | 3.100 | |
| Ambiente - Energia | Autoproduzione di energia da fonti miste (cogenerazione) ⁽⁴⁾ | GWh | 84 | 115 | |
| Ambiente - Emissioni elettromagnetiche | Qualifica SAR ⁽⁵⁾ | % | 100 | 100 | ⁴ Dal 2014 l'obiettivo è esteso a tutta la BU Domestic. Si consideri al riguardo che gli impianti di cogenerazione sono al momento presenti solo in Telecom Italia S.p.A. Si veda la tabella Obiettivi Pluriennali. |
| Ambiente - Emissioni elettromagnetiche | Qualifica SAR di altri dispositivi (chiavette USB, tablet e router) tecnologicamente innovativi commercializzati con il marchio TIM | Numero | 10 | 10 | ⁵ Si tratta della percentuale di cellulari assoggettati a qualifica SAR (Specific Absorption Rate). La percentuale è calcolata sui modelli di terminali cellulari di tipo più diffuso e tecnologicamente innovativi. |

2.3 TIM BRASIL

| Area di riferimento | Indicatore | Unità di misura | Consuntivo 2013 | Target 2014 |
|---------------------|---|-------------------|-----------------|-------------|
| Risorse Umane | Formazione (ore totali: in aula, online e on the job) erogata a dipendenti propri, terziarizzati e stagisti | Ore di formazione | 2.135.543 | 2.000.000 |
| Risorse Umane | Formazione sulla sostenibilità (percentuale di dipendenti propri, terziarizzati e stagisti che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sui temi della sostenibilità sul totale della popolazione) | % | 31,37 | 30 |
| Ambiente | Raccolta di cellulari, batterie e altri accessori per destinarli al riciclo | Tonnellate | 0,37 | 13 |
| Ambiente | Rapporto tra rifiuti riciclati e totale dei rifiuti generati negli uffici | % | 68 | 68 |
| Ambiente | Conclusione dell'inventario e della reportistica tecnica della presenza di amianto in 95 (82%) sedi ad uso ufficio e uso promiscuo entro ottobre 2014 | Numero | (1) | 95 |
| Fornitori | Principali fornitori valutati con criteri di sostenibilità | Numero | (2) | 50 |

¹
Obiettivo non previsto per il 2013.

²
L'obiettivo del 2013 faceva riferimento alla valutazione di "Fornitori". Nel 2014, invece, si è preferito focalizzare l'attenzione sulla valutazione dei "principali fornitori". Per tale motivo non è disponibile il consuntivo dell'anno precedente.

2.4 BU DOMESTIC - OBIETTIVI PLURIENNALI - AMBIENTE E DIGITAL INCLUSION

| Area di riferimento | Indicatore | Unità di misura | Target 2013 | Consuntivo 2013 | Status Target | Target 2014 | Target 2015 | Target 2016 |
|-----------------------------------|---|-----------------|-------------|-----------------|---------------|-------------|-------------|-------------|
| Ambiente - Energia | Totale energia elettrica acquistata e prodotta ^(*) | GWh | 1.898 | 1.898 | ● | 1.942 | 1.911 | 1.876 |
| Ambiente - Energia | Autoproduzione di energia da fonti miste (cogenerazione) | GWh | 113 | 84 | ● | 115 | 121 | 125 |
| Ambiente - Emissioni atmosferiche | Riduzione delle emissioni di CO ₂ da acquisto e produzione di energia elettrica rispetto al 2013 ^(**) | Tonnellate | 5.500 | 2.082 | ● | 11.000 | 23.000 | 35.000 |
| Digital Inclusion | Copertura Next Generation Plan (telefonia fissa) | % | | | | | | >50 |
| Digital Inclusion | Copertura LTE ^(***) | % | | | | 60 | 80 | |

* Il fabbisogno energetico complessivo consuntivato per il 2013 si riferisce alla componente Telecom Italia S.p.A. I target 2014/2016 fanno riferimento all'intera BU Domestic. Il raggiungimento del target di consumo complessivo di acquisto e produzione di energia elettrica in ambito TI S.p.A. non ha garantito il raggiungimento degli altri due obiettivi collegati, perché nel 2013 è stato modificato significativamente il mix di produzione energetica, privilegiando le esigenze di climatizzazione dei Data Center conseguenti all'aumentato volume di traffico dati gestiti. Le emissioni complessive da acquisto e generazione di energia elettrica hanno subito una riduzione inferiore all'obiettivo dichiarato di 5.500 t.

** Il target 2013 fa riferimento ai dati 2012.

La % si riferisce alla popolazione residente. I valori di copertura possono subire variazioni con riferimento agli aggiornamenti ISTAT e di urbanizzazione.



**Relazione della società
di revisione
(PricewaterhouseCoopers)**

RELAZIONE INDIPENDENTE SULLA REVISIONE LIMITATA DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2013

Agli Azionisti di
Telecom Italia SpA

- 1 Abbiamo effettuato la revisione limitata del bilancio di sostenibilità relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2013 (di seguito il "Bilancio") del Gruppo Telecom Italia (di seguito il "Gruppo") effettuando le procedure di verifica sinteticamente descritte al paragrafo 3 della presente relazione. La responsabilità della redazione del Bilancio in conformità ai principi di *Inclusivity*, *Materiality* e *Responsiveness* contenuti nell' *AA1000 AccountAbility Principles Standard (2008)* (AA1000APS - 2008), emanati da AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability), come descritto nel paragrafo "Reporting", compete agli amministratori di Telecom Italia SpA così come la definizione degli obiettivi del Gruppo in relazione alla performance di sostenibilità e alla rendicontazione dei risultati conseguiti. Compete altresì agli amministratori di Telecom Italia SpA l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare, così come l'implementazione e il mantenimento di adeguati processi di gestione e di controllo interno relativi ai dati e alle informazioni presentati nel Bilancio. E' nostra la responsabilità della redazione della presente relazione in base al lavoro svolto.
- 2 Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri per la revisione limitata indicati nel principio *International Standard on Assurance Engagements 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* (ISAE 3000), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board*. Tale principio richiede il rispetto dei principi etici applicabili (*Code of Ethics for Professional Accountants* dell'*International Federation of Accountants*), compresi quelli in materia di indipendenza, il cui rispetto confermiamo anche ai sensi dell'*AA1000 AccountAbility Assurance Standard (2008)* (AA1000AS - 2008) non avendo effettuato attività o servizi per il Gruppo che avrebbero potuto generare un conflitto con il nostro profilo di indipendenza. L'ISAE 3000 richiede che la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro siano finalizzati ad acquisire una limitata sicurezza, rispetto a una revisione completa, che il Bilancio non contenga errori significativi.

Il nostro lavoro, inoltre, è stato svolto considerando quegli aspetti che, in coerenza con gli AA1000AS - 2008, ci hanno condotto alla valutazione dell'affidabilità dei dati e delle informazioni sulle performance di sostenibilità contenuti nell'Allegato 1.

Un incarico di revisione limitata sul bilancio di sostenibilità consiste nell'effettuare colloqui, prevalentemente con il personale della società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel bilancio di sostenibilità, nell'analisi dello stesso e in altre procedure volte all'acquisizione di evidenze probative ritenute utili.

PricewaterhouseCoopers Advisory SpA

Sede legale: Milano 20149 Via Monte Rosa 91 Tel. 02667201 Fax 0266720501 Cap. Soc. Euro 3.200.000,00 i.v. - C.F. e P.IVA e Iscrizione al Reg. Imp. Milano n° 03230150967 - Altri Uffici: **Bari** 70124 Via Don Luigi Guanella 17 Tel. 0805640311 Fax 0805640349 - **Bologna** Zola Predosa 40069 Via Tevere 18 Tel. 0516186211 - **Firenze** 50121 Viale Gramsci 15 Tel. 0552482811 Fax 0552482899 - **Genova** 16121 Piazza Dante 7 Tel. 01029041 - **Napoli** 80121 Piazza dei Martiri 58 Tel. 08136181 - **Padova** 35138 Via Vicenza 4 Tel. 049873431 Fax 0498734399 - **Palermo** 90141 Via Marchese Ugo 60 Tel. 0916256313 Fax 0917829221 - **Roma** 00154 Largo Fochetti 28 Tel. 06570831 Fax 06570832536 - **Torino** 10122 Corso Palestro 10 Tel. 0115773211 Fax 0115773299 - **Treviso** 31100 Viale Felissent 90 Tel. 0422315711 - **Trieste** 34125 Via Cesare Battisti 18 Tel. 0403480781 Fax 040364737 - **Verona** 37135 Via Francia 21/C Tel. 0458263001

3 Le procedure effettuate sul Bilancio sono riepilogate di seguito:

- comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico e finanziario riportati nel Bilancio e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2013;
- analisi dell'impostazione del sistema di governo e gestione dei temi connessi alla sostenibilità inerenti la strategia e l'operatività di Telecom Italia SpA nonché dei processi e degli strumenti utilizzati per l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti più significativi per ciascuna categoria;
- analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel Bilancio. In particolare abbiamo svolto incontri e discussioni con i delegati di Telecom Italia SpA, Telecom Italia Sparkle SpA, TIM Participações SA e HR Services Srl selezionati in base a un'analisi del rischio basata su considerazioni qualitative e quantitative, al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting in essere per la predisposizione del Bilancio, nonché circa i processi e le procedure di controllo interno che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio;
- incontri e discussioni con i referenti delle Direzioni di Telecom Italia SpA, Telecom Italia Sparkle SpA, TIM Participações SA e HR Services Srl, al fine di comprendere e valutare i processi utilizzati per rispettare la conformità con i principi di *Inclusivity*, *Materiality* e *Responsiveness* contenuti nello standard AA1000APS – 2008;
- analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del Bilancio, per ottenere evidenza dei processi in atto e conferma dell'attendibilità e del corretto trattamento dei dati e delle informazioni, relativi alle performance di sostenibilità contenute nell'Allegato 1, acquisiti attraverso gli incontri e le discussioni con i citati delegati e referenti;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante di Telecom Italia SpA e dalla Responsabile della CSR, sulla conformità del Bilancio ai principi richiamati nel paragrafo 1, nonché sull'attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.

La revisione limitata ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella di una revisione completa svolta secondo l'ISAE 3000 e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di una revisione completa.

Per quanto riguarda i dati e le informazioni relativi al bilancio di sostenibilità dell'esercizio precedente presentati a fini comparativi, si fa riferimento alla nostra relazione emessa in data 8 aprile 2013.



- 4 Sulla base di quanto svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il bilancio di sostenibilità del Gruppo Telecom Italia al 31 dicembre 2013 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità agli *AA1000 AccountAbility Principles Standard (2008)*, come descritto nel paragrafo "Reporting" del Bilancio e che le performance di sostenibilità contenute nell'Allegato 1 non siano affidabili.

Torino, 1 aprile 2014

PricewaterhouseCoopers Advisory SpA

A handwritten signature in black ink that reads "Paolo Bersani". The signature is fluid and cursive, with a long horizontal stroke at the end.

Paolo Bersani
(Partner)

Allegato 1 Dati e informazioni sulle performance di sostenibilità

| Area | Informazione/KPI | Pag. |
|-------------------------|--|-------------|
| Valore economico | Valore economico prodotto e distribuito | 32 |
| Risorse Umane | Formazione Gruppo Telecom Italia | 109 |
| Risorse Umane | Formazione Brasile | 110 |
| Risorse Umane | Infortuni Telecom Italia SpA | 114 |
| Risorse Umane | People Caring | 103 |
| Risorse Umane | Turnover Gruppo Telecom Italia | 100 |
| Ambiente | Energia per riscaldamento | 59 |
| Ambiente | Energia per autotrazione | 60 |
| Ambiente | Numero veicoli e percorrenza | 60 |
| Ambiente | Energia elettrica acquistata e prodotta | 61 |
| Ambiente | Emissioni atmosferiche | 66 |
| Ambiente | Rifiuti | 71 |
| Stakeholder Involvement | Stakeholder Involvement | 27 |
| Comunità | Misurazione del contributo alla Comunità | 78 |
| Comunità | Iniziative coerenti con il core business | 79 |
| Comunità | Iniziative finalizzate allo sviluppo generale della Comunità | 81 |
| Clienti | Customer Satisfaction Index | 39 |
| Clienti | Soddisfazione clientela per il customer care | 40 |
| Clienti | Digital Inclusion geografica e copertura ADSL/banda larga | 41 |
| Clienti | Procedure di conciliazione | 47 |
| Clienti | Certificazioni qualità, ambiente, salute e sicurezza, sicurezza informazioni | 40 |
| Fornitori | Verifiche di sostenibilità | 53 |
| Azionisti | Comunicazione finanziaria | 121 |
| Azionisti | Risk Management | 121 |
| Azionisti | Corporate Governance | 122 |

CONTATTI

Corporate Social Responsibility
Telecom Italia S.p.A.
Piazza degli Affari, 2
20123 Milano
Tel: +39 02 8595 4824
www.telecomitalia.com

INVIA I TUOI SUGGERIMENTI A

groupsustainability@telecomitalia.it

Pubblicato in aprile 2014

DESIGN

CBA

