

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2010





Lettera del Presidente

Mentre la scena economica continua a presentarsi contraddittoria e tesa fra rilanci e ricadute, c'è un fenomeno che non si arresta: la diffusione delle tecnologie di comunicazione. L'International Telecommunication Union calcola che il 90% della popolazione mondiale è ormai raggiunto da una rete di telefonia mobile, con oltre 5 miliardi di linee attive che si sommano al miliardo e 200 milioni di linee fisse. E hanno superato i 2 miliardi (di cui quasi il 58% nei Paesi emergenti) gli utilizzatori di Internet che popolano la Rete, sempre meno da semplici utenti di strumenti di comunicazione e sempre più da cittadini di una società digitale che attraverso il Web lavora, si aggrega, mette in circolo idee e progetti, fa impresa, produce cultura, si confronta su idee politiche, valori, convinzioni religiose. È su queste tecnologie che si stanno modellando nuovi stili di vita e di relazione e si stanno riorganizzando le economie ferite dalla recessione. In casi estremi ma non rari, è su queste tecnologie che trovano slancio e sostegno le istanze di libertà e di riforma, come ha dimostrato a tutto il mondo l'esperienza di questi mesi in Nordafrica e Medio Oriente.

Telecom Italia, con le sue reti, i suoi prodotti, le sue soluzioni tecnologiche, è pienamente partecipe di questo processo planetario di costruzione di un'economia e una società digitale che sono il presupposto di una maggiore prosperità per le attuali e per le future generazioni. Dunque, per noi l'impegno allo sviluppo sostenibile ha un duplice risvolto. In quanto impresa industriale, si esprime in una conduzione etica degli affari, per la quale la responsabilità della competitività è tutt'uno con la responsabilità nei confronti degli stakeholder: questo è ciò che abbiamo chiaramente definito nel nostro Codice Etico e con la nostra adesione al Global Compact dell'ONU, a cui partecipiamo attivamente documentando i nostri passi avanti nell'applicazione dei suoi principi e promuovendo le attività del Network italiano.

Come grandi protagonisti nel mondo delle telecomunicazioni, poi, il nostro impegno si rivolge anche verso la più ampia diffusione delle tecnologie digitali: al servizio della vita privata e del lavoro delle persone, dello sviluppo e dell'innovazione delle imprese, dell'incremento di efficienza e di qualità dei servizi pubblici e, non ultimo, di un maggior rispetto dell'ambiente e di una più efficace lotta al cambiamento climatico. Su entrambi questi versanti, riteniamo di aver compiuto in questi anni grandi progressi, come peraltro ci viene riconosciuto dall'inclusione di Telecom Italia in tutti i principali Indici internazionali di sostenibilità, ivi compresa la conferma per la settima volta consecutiva sia nel DJSI World sia nel DJSI Europe.

Come emerge ancora una volta dalle pagine di questo Bilancio, anche nel 2010 gli ambiti in cui abbiamo declinato il nostro impegno alla sostenibilità sono molteplici. Si va dalla prosecuzione degli investimenti nelle infrastrutture di rete per estendere quanto più possibile, tenendo conto dei vincoli di economicità e molto spesso in stretta collaborazione con le Regioni, la copertura della banda larga (che, in termini di popolazione, raggiunge ormai il 97% delle nostre linee fisse in Italia e quasi l'84% per quel che riguarda le linee mobili) all'innovazione dei servizi. Tra questi hanno un peso crescente gli Smart Services, come la piattaforma Smart Town che può essere considerata il nucleo gestionale di una città digitale (dei suoi fabbisogni energetici, della sorveglianza del territorio, della comunicazione ai cittadini) e come Smart Building, in cui le applicazioni ICT si integrano con i nuovi materiali migliorando notevolmente il consumo di energia, il comfort e la sicurezza. Sono ormai molti i comuni e le imprese che hanno adottato questi strumenti tecnologici. Accanto ad essi si collocano le soluzioni della domotica pensate, tra l'altro, per ottimizzare l'utilizzo degli elettrodomestici (Green@Home). Abbiamo sviluppato modalità di cloud computing per fare accedere le piccole e medie imprese ad applicazioni e dati da remoto riducendo non solo i costi delle infrastrutture tecnologiche, ma anche i consumi d'energia e le emissioni (Ospit@Virtuale). Un contributo ad un'economia più "verde" potrà certamente arrivare anche da Biblet Store, la prima libreria digitale italiana, e dalla progressiva diffusione degli e-reader e della produzione editoriale in formato elettronico.

Un'altra dimensione essenziale della qualità della vita alla quale stiamo lavorando è quella della salute e più in generale del contrasto alle situazioni di disagio e di emarginazione. Stiamo collaborando con i responsabili del sistema sanitario italiano per la digitalizzazione dei processi gestionali e clinici, in modo da accrescerne l'efficienza e da garantirne la sostenibilità a fronte degli oneri legati al continuo invecchiamento della popolazione e agli imperativi di controllo della spesa pubblica. Stiamo sviluppando soluzioni originali nell'ambito della telemedicina e della teleassistenza domiciliare di malati cronici (MyDoctor@Home). Stiamo estendendo il progetto di inclusione familiare, scolastica e sociale dei bambini lungodegenti nei reparti di oncematologia di alcuni tra i principali ospedali pediatrici italiani (Smart Inclusion). La Fondazione Telecom Italia tra le sue principali iniziative ha avviato il Programma Dislessia per combattere questo disturbo all'interno delle scuole italiane avvalendosi del prezioso contributo che possono offrire anche in questo campo le nuove tecnologie.

Sempre aperto, poi, è il cantiere dell'educazione all'uso degli strumenti digitali perché tutti, nessuno escluso, ne possano beneficiare al meglio. Continuano dunque le nostre iniziative di alfabetizzazione informatica delle generazioni più anziane, che coinvolgono ogni anno alcune decine di migliaia di persone. Si è ulteriormente consolidato, con un tour nelle scuole e nelle piazze italiane, il progetto di formazione dei più giovani all'uso consapevole e responsabile di Internet e dei nuovi media (Navigare Sicuri) a cui è prevista la partecipazione di almeno centomila tra giovani studenti, insegnanti e adulti.

Sostenibilità ambientale e sostenibilità sociale sono sfide che abbiamo sostenuto anche in casa nostra, all'interno del Gruppo.

Sul versante del contrasto al cambiamento climatico, pur avendo alle spalle già importanti progressi, nel 2010 Telecom Italia ha consumato meno energia per riscaldamento ed autotrazione e meno energia elettrica (-3,4%), meno carta, e ha prodotto meno emissioni di CO₂

(-5,7%). Il nostro indicatore di eco-efficienza (misurato in bit trasmessi per joule) è ulteriormente migliorato del 29%, un incremento notevole che si somma a quelli dei sei anni precedenti. Naturalmente, dietro a tutto questo sta un grande quotidiano lavoro di modernizzazione tecnologica degli impianti, di razionalizzazione nell'uso delle risorse, di rinnovo del parco auto circolante, di sensibilizzazione delle persone.

Ma è soprattutto sul versante sociale che lo scorso anno abbiamo vissuto i momenti più intensi, quando siamo stati chiamati a conciliare le ragioni della competitività con quelle della sostenibilità. L'imperativo del risanamento e del rilancio di Telecom Italia ci ha imposto di perseguire un Piano Industriale che prevedeva un ridimensionamento del numero dei dipendenti in Italia. Abbiamo affrontato questo passaggio cercando di ridurre al minimo le ripercussioni sulle nostre persone. Nel dialogo aperto e costruttivo con le Organizzazioni Sindacali e il Governo sono state individuate le strade – tra cui il ricorso alla mobilità e la più estesa applicazione in Italia dei contratti di solidarietà - per rispondere alle esigenze di efficienza dell'Azienda e garantire il rispetto e la tutela dei lavoratori. Al tempo stesso abbiamo avviato importanti processi di riqualificazione professionale, per adeguare le competenze di oggi ai profili professionali di domani.

E a dimostrazione di quanto crediamo nel valore della crescita culturale ad ampio raggio delle persone abbiamo offerto loro la possibilità di affiancare a quella aziendale anche una formazione extraprofessionale con la frequentazione di corsi universitari gratuiti in via telematica, il primo progetto del genere in Italia. Il suo successo è stato veramente rilevante. Così come è stato per il piano di azionariato diffuso, al quale ha aderito il 16% dei potenziali destinatari rispetto a una media europea che nelle grandi aziende si colloca al di sotto del 5%. Anche la partecipazione finanziaria è un fattore importante di coesione, di fiducia reciproca, di condivisione di un impegno al rilancio della competitività.

È con queste persone, con il grande patrimonio di capacità tecnologiche, con un processo di risanamento finanziario ormai ben avviato e in grado di liberare risorse da investire nella crescita, che Telecom Italia è nelle condizioni di rafforzare il proprio contributo all'affermazione di una società e di un'economia digitali, più inclusive, più rispettose dell'ambiente, più ricche di opportunità di sviluppo.

Gabriele Galateri di Genola
Presidente

indice



| EXECUTIVE SUMMARY | | 7 |
|---|--|-----------|
| Introduzione | 1. RIFERIMENTI E GOVERNANCE | 15 |
| | 2. CODICI, CARTE E VALORI | 16 |
| | 3. HOT TOPICS | 18 |
| | 4. POSIZIONAMENTO NEGLI INDICI | 19 |
| | 5. LA COMUNICAZIONE DELLA PERFORMANCE NON FINANZIARIA | 21 |
| | 6. REPORTING E PIANIFICAZIONE | 23 |
| | 7. RISULTATI 2010 E OBIETTIVI 2011 | 27 |
| | 8. LA FUNZIONE GROUP SUSTAINABILITY | 27 |
| | 9. STAKEHOLDER INVOLVEMENT | 29 |
| | 10. VALORE ECONOMICO PRODOTTO E DISTRIBUITO | 34 |
| Gli stakeholder esterni | 1. CLIENTI | 39 |
| | 1.1 CENTRALITÀ DEL CLIENTE | 39 |
| | 1.2 CUSTOMER SATISFACTION | 40 |
| | 1.3 CERTIFICAZIONI | 42 |
| | 1.4 DIGITAL DIVIDE | 44 |
| | 1.5 SERVIZI INNOVATIVI | 46 |
| | 1.6 RICERCA E INNOVAZIONE NELLA E-SECURITY | 48 |
| | 1.7 PROTEZIONE DEI MINORI | 49 |
| | 1.8 PROCEDURE DI CONCILIAZIONE | 51 |
| | 1.9 TUTELA DELLA PRIVACY E PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI | 52 |
| | 2. FORNITORI | 55 |
| | 2.1 GENERALITÀ | 55 |
| | 2.2 PRINCIPALI INIZIATIVE DI SOSTENIBILITÀ | 55 |
| | 2.3 CONTROLLI | 58 |
| | 2.4 INIZIATIVE DI COINVOLGIMENTO | 58 |
| | 2.5 RISULTATI 2010 E IMPEGNI 2011 | 59 |
| | 3. ISTITUZIONI | 61 |
| | 3.1 RELAZIONE CON GLI STAKEHOLDER | 61 |
| | 3.2 ISTITUZIONI NAZIONALI CENTRALI | 61 |
| | 3.3 ISTITUZIONI NAZIONALI LOCALI | 62 |
| | 3.4 ISTITUZIONI COMUNITARIE E INTERNAZIONALI | 63 |
| | 4. CONCORRENTI | 65 |
| | 4.1 RELAZIONE CON GLI STAKEHOLDER | 65 |
| | 4.2 POSIZIONAMENTO COMPETITIVO | 66 |
| | 4.3 SERVIZI AGLI OLO | 67 |
| | 4.4 AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI (AGCOM) | 68 |
| 4.5 AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO (AGCM) | 68 | |
| 4.6 IMPEGNI RELATIVI ALLA RETE DI ACCESSO | 69 | |

| | |
|---|-----------|
| 5. AMBIENTE | 71 |
| 5.1 PERFORMANCE AMBIENTALE | 72 |
| 5.2 CAMBIAMENTO CLIMATICO | 86 |
| 5.3 RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO | 91 |
| 6. COMUNITÀ | 95 |
| 6.1 MACRO AREE DI INTERVENTO | 95 |
| 6.2 INDIVIDUAZIONE E REALIZZAZIONE DEI PROGETTI | 95 |
| 6.3 MISURAZIONE DEL CONTRIBUTO ALLA COMUNITÀ | 96 |
| 6.4 LE RISPOSTE AGLI STAKEHOLDER | 97 |
| 6.5 MEDIA TRADIZIONALI | 102 |
| 6.6 SOCIAL MEDIA E DIGITAL COMMUNICATION | 104 |
| 6.7 RICERCA E SVILUPPO | 104 |

Gli stakeholder interni

| | |
|---|------------|
| 1. RISORSE UMANE | 111 |
| 1.1 CONSISTENZE E VARIAZIONI | 111 |
| 1.2 EQUITÀ DI GENERE | 117 |
| 1.3 PEOPLE CARING | 118 |
| 1.4 SVILUPPO | 121 |
| 1.5 SELEZIONE | 123 |
| 1.6 FORMAZIONE | 125 |
| 1.7 PROGETTI E ATTIVITÀ DI ASCOLTO | 127 |
| 1.8 COMUNICAZIONE INTERNA | 128 |
| 1.9 TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA | 129 |
| 1.10 RELAZIONI INDUSTRIALI | 130 |
| 1.11 POLITICA DI REMUNERAZIONE | 133 |
| 1.12 PIANO DI AZIONARIATO DIFFUSO 2010-2014 | 135 |
| 2. AZIONISTI | 137 |
| 2.1 COMUNICAZIONE FINANZIARIA | 138 |
| 2.2 RISK MANAGEMENT | 139 |
| 2.3 CORPORATE GOVERNANCE | 140 |

Appendice

| | |
|--------------------------|------------|
| 1. RISULTATI 2009 | 157 |
| 2. RISULTATI 2010 | 158 |
| 3. OBIETTIVI 2011 | 161 |

Parere

| | |
|--|------------|
| RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE (PRICEWATERHOUSECOOPERS) | 165 |
|--|------------|





Executive Summary

CONTESTO

Telecom Italia comincia ad occuparsi di sostenibilità nel 1997 con la creazione di una funzione dedicata e la pubblicazione del primo rapporto socio-ambientale. Il documento si evolve poi nel Bilancio di sostenibilità e include l'analisi della performance nei confronti dei portatori di interesse con i quali l'Azienda interagisce quotidianamente: Clienti, Fornitori, Concorrenti, Istituzioni, Ambiente, Comunità, Risorse Umane e Azionisti. A partire dal 2003 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.

Nel 2007 Telecom Italia partecipa, con il ruolo di co-leader, al laboratorio attivato nell'ambito dell'Alleanza con la Commissione Europea del marzo 2006, sulla valutazione e la comunicazione della performance non finanziaria. Il laboratorio elabora poi un modello originale di comunicazione (www.investorvalue.org) presentato a Bruxelles a maggio 2010 nel corso del Senior Leaders Forum della European Academy of Business in Society (EABIS). A fine 2008 la sostenibilità viene portata formalmente all'attenzione del Consiglio di Amministrazione attraverso il Comitato per il Controllo Interno e la Corporate Governance che esercita una funzione di coordinamento e controllo 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.

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

L'attenzione ai clienti

Il raggiungimento di livelli elevati di customer satisfaction rappresenta una priorità per Telecom Italia. Gli impegni formali di qualità, riassunti nella Customer Promise (Promessa al Cliente), sono oggetto di un piano articolato di diffusione interna attraverso il progetto "Esprimere Qualità" che ha coinvolto 619 manager e circa 3.000 tra responsabili di aree/unità territoriali e di gruppi di contatto con i clienti, per un totale di 155 giornate dedicate al tema tra il 2009 e il 2010.

I valori alla base della Promessa al Cliente hanno ispirato la revisione del sistema di valutazione delle performance del personale e la realizzazione di iniziative di sviluppo dei dirigenti. La qualità è tenuta in considerazione anche nel sistema di 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 ad uno sviluppo equilibrato della popolazione in termini di alfabetizzazione 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. Per esempio, con il progetto Smart Inclusion, attivato presso alcuni ospedali pediatrici italiani, un'unica piattaforma tecnologica permette ai bambini ricoverati di partecipare attivamente alle lezioni scolastiche, comunicare con i propri cari e accedere a vari programmi di intrattenimento e al personale sanitario di visualizzare la documentazione clinica dei pazienti con possibilità di aggiornarla. Per quanto riguarda i minori il tema della navigazione sicura in Internet rappresenta sicuramente una priorità per Telecom Italia che mette a disposizione vari strumenti di protezione e controllo sulla rete e, al tempo stesso, ha lanciato 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. Per ulteriori informazioni si rinvia ai [§ Clienti e Comunità](#).

La vicinanza alle persone

Telecom Italia conferma la sua attenzione alle persone che lavorano in Azienda.

Le iniziative di People Caring, realizzate a partire dall'ascolto delle necessità dei dipendenti, hanno l'obiettivo di migliorare l'equilibrio tra vita lavorativa e tempo libero e di fornire una risposta concreta alle esigenze della vita quotidiana. Telecom Italia supporta la partecipazione dei dipendenti alle iniziative di volontariato e dedica particolare attenzione al tema della diversità in Azienda. L'attrazione e la retention dei talenti viene praticata con iniziative specifiche, anche attraverso il legame diretto con il mondo universitario e dell'alta formazione. Con il progetto "I Care about Myself" Telecom Italia ha offerto ai dipendenti l'opportunità di iscriversi gratuitamente per l'anno accademico 2010-2011 ad alcuni corsi di laurea attivati presso l'Università Telematica Internazionale Uninettuno: visto il successo dell'iniziativa l'Azienda ha deciso di accogliere tutte le richieste pervenute anche oltre i limiti inizialmente previsti. Per informare e rendere partecipi le persone delle grandi novità organizzative e strategiche dell'Azienda sono state realizzate numerose iniziative di comunicazione interna tra cui l'evento "Parliamo di sostenibilità", prima occasione d'incontro e di discussione sul tema tra il Vertice, il top management e i dipendenti: all'evento hanno partecipato oltre 200 dipendenti in sala e 5.500 in video streaming. Il dialogo con i dipendenti avviene anche per mezzo di canali di comunicazione che favoriscono la bilateralità,

lo scambio e il confronto tra i componenti della comunità aziendale quali Intranet, i blog, le community virtuali aperte, l'analisi di clima e il portale Intranet. Nell'ambito delle Relazioni Industriali si è concluso positivamente, con la sottoscrizione di un Accordo Quadro per la gestione delle previste eccedenze di Telecom Italia S.p.A. e di Shared Services Center S.r.l., il complesso negoziato che ha visto impegnate le parti sociali: il Governo, Telecom Italia e le Organizzazioni Sindacali rappresentative dei lavoratori. L'Accordo prevede il ricorso alla mobilità ex lege 223/91, secondo criteri concordati e su base volontaria, e l'attivazione di contratti di solidarietà di tipo "difensivo" abbinati ad iniziative di formazione. Per una più ampia trattazione delle iniziative relative al personale di Telecom Italia si rinvia al [§ Risorse Umane](#).

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 di 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, di viaggiare, di lavorare e di 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 dal servizio di telemonitoraggio domiciliare "MyDoctor@Home", attivo in Piemonte da dicembre 2010, che consente di monitorare i pazienti affetti da alcune patologie croniche direttamente da casa grazie alle tecnologie di Telecom Italia. Il suo utilizzo permette un importante miglioramento della qualità di vita dei pazienti e di ottenere un risparmio sino all'80% per il sistema sanitario sui costi relativi al ricovero ospedaliero. Attraverso una riduzione degli spostamenti per andare dal medico tale servizio consente anche una riduzione delle emissioni di anidride carbonica (CO₂) generate dall'utilizzo dei mezzi di trasporto (cfr. [§ Clienti/Digital Divide e Servizi innovativi e § Comunità/Le risposte agli stakeholder](#)).

Il contributo del Gruppo alla Comunità si sostanzia infine nella realizzazione di progetti e iniziative finalizzate allo sviluppo generale della Comunità attraverso iniziative culturali, di solidarietà e di tutela del territorio, svolti sia direttamente da Telecom Italia sia attraverso la Fondazione. Tra queste, per esempio, il programma di interventi avviato con l'Associazione Italiana Dislessia per combattere questo disturbo all'interno delle scuole italiane. Una parte del programma, che nel suo complesso ha una durata di tre anni scolastici e prevede un investimento pari a 1,5 milioni di euro, è stato oggetto di un Protocollo di Intesa tra la Fondazione Telecom Italia, il Ministero dell'Istruzione, Università e Ricerca e l'Associazione Italiana Dislessia (cfr. [§ Comunità/Le risposte agli stakeholder](#)).

Il contrasto del cambiamento climatico

Il contrasto del cambiamento climatico, inteso come contenimento dell'aumento della temperatura terrestre dovuto ai processi industriali e in genere all'azione dell'uomo entro limiti ritenuti accettabili, costituisce una delle sfide che l'umanità deve affrontare, principalmente riducendo le emissioni di CO₂ e di altri gas a effetto serra.

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 degli altri settori grazie all'offerta di servizi innovativi che promuovono stili di vita diversi e più sostenibili dal punto di vista ambientale. Secondo Global e-Sustainability Initiative (GeSI Smart 2020), nel 2020 l'ICT sarà responsabile di circa il 3% delle emissioni mondiali di CO₂ ma contribuirà a ridurre quelle degli altri settori industriali di circa il 15% attraverso servizi quali la videoconferenza, il telelavoro, la telemedicina e favorendo in genere la dematerializzazione dell'economia, intesa come sostituzione di alternative a più basso impatto in termini di CO₂ (e-commerce, 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. Tramite le "smart grids" abilitano lo spostamento dell'energia elettrica dalle aree in surplus a quelle in deficit, consentendo risparmi energetici considerevoli con benefici per i cittadini e le aziende, contribuendo alla realizzazione di città digitali più efficienti, sicure e a basse emissioni di CO₂. In questo ambito Telecom Italia ha lanciato 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. Per ulteriori informazioni [cfr. § Clienti/Servizi innovativi e § Ambiente/Cambiamento climatico](#).

PRINCIPALI RISULTATI DEL 2010

| Risultati ^(*) | Riferimento ai capitoli del Bilancio |
|--|--|
| Riduzione del 31% dell'energia consumata per riscaldamento | Ambiente/Performance ambientale/Energia |
| Riduzione del 4,7% dell'energia consumata per autotrazione a cui ha contribuito la riduzione del numero di veicoli e la sostituzione di auto Euro3 con auto Euro4 | Ambiente/Performance ambientale/Energia |
| Diminuzione del 3,4% dei consumi di energia elettrica | Ambiente/Performance ambientale/Energia |
| Aumento del 29% dell'indicatore di eco-efficienza | Ambiente/Cambiamento climatico |
| Riduzione del 5,7% delle emissioni di CO ₂ | Ambiente/Performance ambientale/Emissioni atmosferiche |
| Diminuzione del 16,9% della carta consumata per uso ufficio e del 18,6% della carta utilizzata per le bollette telefoniche | Ambiente/Performance ambientale/Carta |
| Miglioramento della maggior parte degli indicatori di customer satisfaction | Clienti/Customer satisfaction |
| Offerta di servizi e iniziative per ridurre le emissioni di CO ₂ dei clienti | Clienti/Servizi innovativi |
| Conferma di Telecom Italia e Tim Brasil in tutti i principali indici di sostenibilità mondiali | Introduzione/Posizionamento negli indici |
| Conclusione positiva del negoziato con le Organizzazioni Sindacali per la gestione delle eccedenze di personale previste dal Piano Industriale | Risorse Umane/Relazioni Industriali |
| Potenziamento delle iniziative di People Caring, tra cui l'attivazione di un servizio di counseling per i dipendenti in situazioni di disagio nell'ambiente di lavoro o nella vita privata | Risorse Umane/People Caring |
| Avvio del progetto "I Care about Myself" condiviso con le principali Organizzazioni Sindacali, che permette ai dipendenti di iscriversi gratuitamente ad alcune facoltà dell'Università Telematica Internazionale Uninettuno | Risorse Umane/Formazione |
| Lancio di iniziative di solidarietà e per la riduzione del Digital Divide socio-culturale, anche tramite la Fondazione Telecom Italia | Comunità/Le risposte agli stakeholder |

* Le percentuali in aumento o in diminuzione riportate nella tabella sono calcolate rispetto ai dati 2009. Tutte le informazioni e i dati, salvo ove diversamente riportato, sono relativi a Telecom Italia S.p.A.

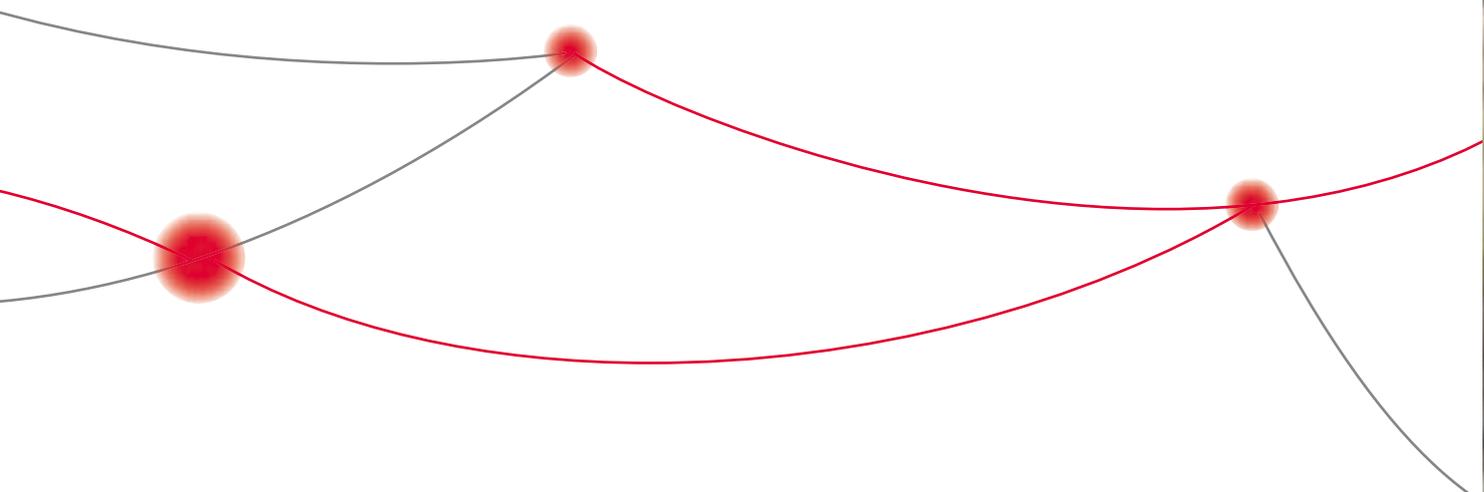




Introduzione







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 nell'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 ISO9000 e ISO14000 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 (SA8000), 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 rinvia al [§ Reporting e Pianificazione](#).

IL SISTEMA DI GESTIONE DELLA SOSTENIBILITÀ È ISPIRATO AI MIGLIORI STANDARD INTERNAZIONALI. TELECOM ITALIA HA ADERITO AL GLOBAL COMPACT NEL 2002

- Linee guida ISO26000, presentate a fine anno, 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 concussione e i reati societari.

La tematica della sostenibilità è sottoposta alla supervisione del Comitato per il Controllo Interno e la Corporate Governance che svolge un'azione di sorveglianza sulle attività della sostenibilità in genere, ivi inclusi i progetti svolti dalla Fondazione Telecom Italia, in termini di verifica di coerenza con i valori etici del Gruppo.

2. CODICI, CARTE E VALORI

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

Alla base del sistema vi è il Codice Etico nel convincimento che il successo dell'impresa non può prescindere dall'etica nella conduzione degli affari. Il Codice indica gli obiettivi e i valori informativi dell'attività dell'Azienda con riferimento ai principali stakeholder con i quali il Gruppo interagisce. Al rispetto del Codice sono tenuti gli organi sociali, il manage-

IL CODICE ETICO RIASSUME I PRINCIPI FONDAMENTALI CHE GUIDANO L'AGIRE DELLE PERSONE. LE CARTE DEI SERVIZI E I CODICI DISCIPLINANO GLI IMPEGNI DELL'AZIENDA VERSO GLI STAKEHOLDER

ment 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. 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, fornendo indicazioni anche per quanto riguarda il miglio-

ramento continuo degli standard di qualità e dei canali di contatto a disposizione dei clienti. Le Carte dei Servizi sono disponibili sui siti web del Gruppo (www.telecomitalia.it, www.impresasemplice.it, www.tim.it).

Alla Carta dei Servizi di Telecom Italia si affiancano le Condizioni Generali di Abbonamento che disciplinano i rapporti contrattuali per il servizio di telefonia vocale fissa, pubblicate insieme alla Carta dei Servizi, oltre che sui siti www.telecomitalia.it e www.impresasemplice.it, anche all'interno degli elenchi telefonici.

Inoltre, in adempimento a quanto previsto dalle varie delibere emanate dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni in materia di qualità, sono pubblicati sui siti web di riferimento gli obiettivi prefissati per ogni anno relativamente ai singoli servizi (servizi di telefonia vocale fissa e mobile, servizi di accesso ad Internet, servizi di televisione a pagamento su tecnologia IP-IPTV). 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 sulla 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.
- **Codici relativi alla tutela dei minori e dei consumatori** (Codice di Autoregolamentazione per i servizi mobili, Codice di Autoregolamentazione TV e Minori, Codice di Condotta per i servizi a sovrapprezzo, Codice di Autodisciplina per la comunicazione commerciale).
- **Codice di Autoregolamentazione dell'informazione sportiva e Codice di Autoregolamentazione in materia di rappresentazioni di vicende giudiziarie nelle trasmissioni radiotelevisive.**
- **Linee guida del Gruppo Telecom Italia per i contributi volontari alla Comunità** che disciplinano le modalità con cui il Gruppo agisce a favore dello sviluppo delle comunità in cui opera.
- **Codici a garanzia della correttezza dei rapporti con gli OLO (Other License Operator)** che assicurano il corretto trattamento e la riservatezza dei dati da parte delle divisioni che erogano servizi agli altri operatori.
- **Linee guida del Gruppo Telecom Italia per il marketing responsabile** che delineano i principi che il Gruppo si impegna a seguire, in aggiunta a quelli contenuti nelle Carte e nei Codici sopra ricordati, per assicurare pratiche commerciali corrette, trasparenti e leali.

Il Sistema dei Valori di Telecom Italia costituisce il punto di riferimento comportamentale per tutte le persone che lavorano nel Gruppo, connotando in senso distintivo la loro appartenenza a un'unica realtà aziendale. I vari processi e sistemi aziendali di valorizzazione e riconoscimento, di valutazione e formazione delle persone, si ispirano alla Carta dei Valori al fine di orientare i comportamenti individuali in modo coerente in tutto il Gruppo.

Orientamento al cliente

Considerare il cliente come il principale datore di lavoro e la soddisfazione del cliente come suo valore fondante. Essere disponibili all'ascolto del cliente interno ed esterno e attivarsi per anticipare e rispondere velocemente alle esigenze rilevate.

Assunzione di responsabilità

Mettersi in gioco sul raggiungimento di risultati concreti e saper assumere la delega come opportunità, senza demandare alla gerarchia i problemi risolvibili nel proprio ambito di competenza.

Innovazione

Assicurare lo sviluppo di soluzioni innovative e promuovere nuove modalità per il miglioramento dei processi e dei sistemi esistenti, al fine di rafforzare il posizionamento dell'Azienda sul mercato.

Proattività

Essere propositivi anticipando e influenzando gli eventi. Cogliere e sviluppare, anche a partire dai segnali deboli, le opportunità che si presentano nell'ambito del proprio contesto di riferimento e formulare proposte e iniziative utili al raggiungimento degli obiettivi dell'Azienda e del Gruppo.

Velocità

Considerare che il tempo è una risorsa importante la cui ottimizzazione impatta sui costi del servizio reso e sulla capacità di fidelizzazione del cliente interno ed esterno. Affrontare esigenze e problemi e fronteggiare la molteplicità e l'incompletezza di input, definendo soluzioni tempestive e praticamente utili.

Integrazione

Lavorare insieme con spirito di squadra, minimizzando i conflitti e massimizzando l'efficacia dello scambio delle informazioni e del contributo professionale, in funzione di un risultato comune per l'Azienda e il Gruppo.

Trasparenza

Assicurare una condotta d'impresa eticamente corretta; intrattenere relazioni interne ed esterne corrette e leali favorendo la circolazione delle informazioni.

Eccellenza professionale

Sviluppare le proprie competenze in maniera continua responsabilizzandosi sul proprio progetto di crescita professionale per contribuire al successo dell'Azienda e del Gruppo.

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. Sono gli "Hot Topics" della sostenibilità che sono stati 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 così individuati, 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) richiamato nel § Reporting e Pianificazione.



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/Centralità del cliente/ Customer satisfaction |
| DIGITAL DIVIDE | Clienti, Istituzioni, Comunità | La diffusione delle tecnologie 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 disabili. Telecom Italia ha messo in campo numerose iniziative per assicurare un'ampia disponibilità delle nuove tecnologie. | Clienti/Digital Divide Comunità/Le risposte agli stakeholder |
| CAMBIAMENTI CLIMATICI | Clienti, Fornitori, Istituzioni, 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 difficile momento per l'economia globale il Gruppo ripone la massima attenzione alle esigenze dei dipendenti in termini di formazione, sviluppo e di 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 Life Cycle Assessment (LCA). | Fornitori/Principali iniziative di sostenibilità Ambiente/Responsabilità di prodotto |
| PRIVACY E SICUREZZA DEI DATI | Clienti, Istituzioni | Telecom Italia ha implementato una serie di misure per la tutela della sicurezza dei dati e della privacy di quanti usano le reti e i servizi. | Clienti/Ricerca e innovazione nella e-security/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. Telecom Italia ha messo in campo una serie di misure per la tutela dei minori dai contenuti che possono ledere lo sviluppo psico-fisico e per la prevenzione e la rilevazione di eventuali abusi compiuti attraverso le reti di telecomunicazioni. | Clienti/Protezione dei minori |
| 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 tra gli stakeholder sui temi ambientali, sociali e di governance Telecom Italia ha promosso un laboratorio europeo sulla comunicazione della performance non finanziaria. | Introduzione/La comunicazione della performance non finanziaria Azionisti/Comunicazione finanziaria |

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. Essere ammessi 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 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. A conclusione di tale processo le indicazioni delle agenzie di rating sono prese in considerazione per pianificare le azioni di miglioramento futuro.

Telecom Italia è stata confermata in entrambe le categorie di indici di sostenibilità del Dow Jones:

- Dow Jones Sustainability World Index (DJSI World), che include 318 società;
- Dow Jones Sustainability Europe Index (DJSI Europe), composto da 157 società a livello europeo, e il relativo Indice Eurozone, composto da 94 società dell'area Euro.

Sulla base delle valutazioni effettuate per l'ammissione ai DJSI Telecom Italia è stata inclusa nella Gold Class del settore delle telecomunicazioni fisse del "Sustainability Yearbook 2010" pubblicato da SAM Group (Sustainable Asset Management, l'Agenzia di rating che gestisce i DJSI) e PricewaterhouseCoopers.

Il Sustainability Yearbook accoglie solo le aziende con i punteggi di sostenibilità più alti e le suddivide in tre categorie: Gold Class, Silver Class e Bronze Class. In particolare, il settore delle telecomunicazioni fisse è composto da un universo di 54 aziende e la Gold Class è composta dalle 4 aziende del settore con il miglior punteggio.

Telecom Italia è stata confermata in tutti gli indici rilevanti del Financial Times Stock Exchange for Good (FTSE4Good):

- FTSE4Good Global (657 aziende);
- FTSE4Good Europe (273 aziende);
- FTSE4Good Environmental Leaders Europe, che include 40 titoli selezionati nell'ambito del FTSE4Good Europe in base ai risultati conseguiti in materia di protezione dell'ambiente.

Telecom Italia è presente inoltre nei seguenti indici:

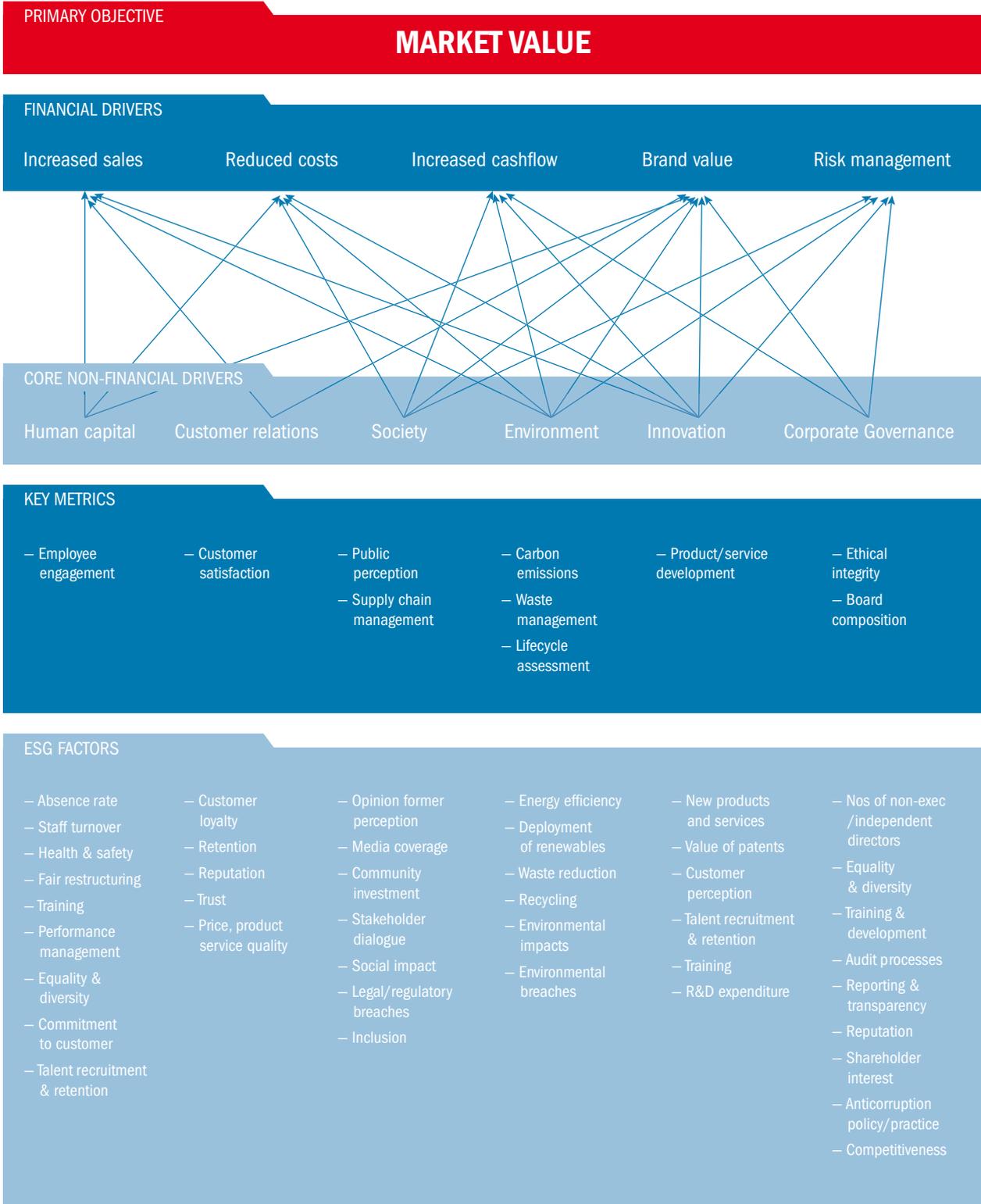
- Advanced Sustainable Performance Index (ASPI) Eurozone composto da 120 aziende;
- Ethibel Sustainability Indexes (ESI):
 - › Excellence Europe, composto da 199 titoli;
 - › Excellence Euro, composto da 114 titoli;
 - › Excellence Global, composto da 129 titoli.
- MSCI ESG Indexes:
 - › MSCI WORLD ESG INDEX, composto da 786 componenti;
 - › MSCI WORLD ex USA ESG INDEX, composto da 482 componenti;
 - › MSCI EAFE ESG INDEX, composto da 439 componenti;
 - › MSCI EUROPE ESG INDEX, composto da 226 componenti.
- ECPI Indexes:
 - › ECPI Ethical Index Global, composto da 300 titoli;
 - › ECPI Ethical Index Euro, composto da 150 titoli;
 - › ECPI Ethical Index EMU, composto da 150 titoli;
 - › ECPI EMU ESG Equity, composto da 300 titoli.
- FTSE ECPI Italian SRI Benchmark Index, composto da 46 titoli.
- Axia
 - › Ethical Index, composto da 40 componenti;
 - › Euro Ethical Index, composto da 80 componenti;
 - › CSR Index, composto da 80 componenti.

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. L'indice è composto da 38 società che hanno ottenuto il punteggio più alto in termini di sostenibilità, selezionate in base a un questionario sottoposto alle 182 aziende maggiormente negoziate nel BM&F Bovespa.

5. LA COMUNICAZIONE DELLA PERFORMANCE NON FINANZIARIA

Nel contesto dell'Alleanza tra Commissione Europea e aziende, lanciata il 22 marzo 2006 con l'obiettivo di fare dell'Europa un polo di eccellenza nella CSR, sono stati attivati diversi "laboratori". Si tratta di tavoli di lavoro a cui hanno partecipato rappresentanti delle aziende e degli stakeholder con il supporto della Commissione Europea, al fine di esplorare e sviluppare soluzioni operative condivise per realizzare progressi misurabili nelle aree prioritarie dell'Alleanza, tra le quali vi è il miglioramento della qualità dei processi di reporting. Sul tema è stato costituito il laboratorio "Sostenibilità e valutazione della performance non finanziaria", di cui Telecom Italia è co-leader, che ha studiato un modello di comunicazione avanzato per la performance non finanziaria, in linea con le esigenze espresse dagli investitori e dagli altri stakeholder. Per stimolare il dialogo sul tema è stato avviato un ampio processo di consultazione attraverso un ciclo di incontri (focus group) in Italia (Roma e Milano) e all'estero (Francoforte, Parigi, Stoccolma, Utrecht) che hanno coinvolto aziende, investitori, accademici, rappresentanti della Commissione Europea e degli stakeholder. Tenendo in considerazione le opinioni espresse è stato elaborato un modello basato su sei aree prioritarie (Capitale Umano, Relazioni con i Clienti, Comunità, Innovazione, Ambiente e Corporate Governance) sulle quali converge l'interesse di aziende e investitori e sulle quali, pertanto, la comunicazione di informazioni non finanziarie qualitativamente elevate da parte delle aziende è apprezzata dai mercati finanziari e tenuta in considerazione nelle valutazioni. I risultati del laboratorio sono stati presentati il 7 maggio 2010 nel corso del Senior Leaders Summit organizzato a Bruxelles da EABIS (European Academy of Business in Society). Per ulteriori informazioni si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com e al sito Internet del laboratorio www.investorvalue.org.

**IL MIGLIORAMENTO DELLA COMUNICAZIONE
TRA AZIENDE, INVESTITORI E
ALTRI STAKEHOLDER SUI TEMI DELLA
SOSTENIBILITÀ È L'OBIETTIVO
DI UN LABORATORIO EUROPEO**



6. REPORTING E PIANIFICAZIONE

6.1 REPORTING

Perimetro

Nel reporting di sostenibilità sono prese in considerazione le società controllate incluse nell'area di consolidamento, salvo ove diversamente indicato (cfr. § Ambiente e § Comunità), escludendo le attività cessate e le attività non correnti destinate ad essere cedute. Per quanto riguarda la Business Unit Argentina, consolidata a partire dal 13 ottobre 2010 nel Bilancio di Telecom Italia⁽¹⁾, in attesa di completare l'allineamento degli indicatori utilizzati per misurare la performance di sostenibilità e la verifica dei processi sottostanti, i dati relativi non sono stati inclusi nel presente Bilancio di sostenibilità, ad eccezione di quelli che riguardano le consistenze e le variazioni dei dipendenti per le quali si rinvia al § Risorse Umane/Consistenze e variazioni.

¹ Per informazioni in merito alla Business Unit Argentina e ai settori di business in cui opera si rinvia al relativo capitolo del Bilancio consolidato del Gruppo Telecom Italia.

La sostenibilità in Telecom Argentina

La Società, che ha aderito al Global Compact nel 2004, ha cominciato ad occuparsi in modo strutturato di sostenibilità nel 2007 con la creazione di una funzione dedicata nell'ambito della direzione Comunicazione e Media. A partire dal 2008 ha cominciato a pubblicare annualmente il Bilancio di sostenibilità, ispirato alle linee guida del Global Reporting Initiative (GRI).

La Società ha creato un Comitato operativo di sostenibilità, composto dai referenti di tutte le funzioni aziendali, che ha il compito di co-

ordinare la gestione della sostenibilità in Azienda, stabilire gli obiettivi per il futuro e selezionare i temi chiave da trattare all'interno del Bilancio di sostenibilità.

La Società coinvolge regolarmente gli stakeholder esterni per ascoltare la loro opinione e ottenere indicazioni di miglioramento sul reporting di sostenibilità, secondo i principi stabiliti dallo standard AA1000 SES emanato da AccountAbility. Nel 2010 sono stati coinvolti 12 rappresentanti del settore accademico e privato che hanno fornito 23 indicazioni di miglioramento a cui viene data risposta all'interno del Bilancio di sostenibilità dell'Azienda.

Telecom Argentina ha adottato un Codice Etico di Gruppo e dispone di un sito web che permette ai dipen-

denti e alle persone esterne all'Azienda di segnalare violazioni effettive o potenziali del Codice stesso o, più in generale, delle leggi vigenti, con garanzia di riservatezza.

Per ulteriori informazioni in merito al modello di sostenibilità di Telecom Argentina e ai principali progetti svolti si rinvia al Bilancio di sostenibilità dell'Azienda disponibile sulla sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com e sul sito www.telecom.com.ar.

Criteri

Secondo l'approccio triple bottom line⁽²⁾, l'analisi e la rappresentazione dei dati economico-finanziari dell'impresa deve avvenire congiuntamente con i risultati ambientali e sociali. Soltanto un'analisi complessiva della performance aziendale nelle sue tre dimensioni fornisce agli stakeholder un'informazione completa ed esaustiva e facilita il corretto bilanciamento di interessi che garantisce il successo e la stessa sopravvivenza dell'impresa nel medio e lungo periodo. Per questo motivo il Gruppo ha integrato i dati di sostenibilità nel Bilancio consolidato già dall'esercizio 2003, anticipando di fatto l'applicazione della Direttiva Europea 51/2003, recepita in Italia con il D.Lgs. 2 febbraio 2007 n. 32.

² 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.

Il Bilancio di sostenibilità si basa su un approccio multi-stakeholder, attraverso l'analisi congiunta delle azioni poste in essere nei confronti dei principali portatori di interesse con i quali l'Azienda interagisce. È elaborato a partire da un sistema basato su circa 200 Key Performance Indicators (KPI) che riguardano tutte le aree su cui l'Azienda produce impatti rilevanti e misurano la sua capacità di risposta e il grado di raggiungimento degli obiettivi stabiliti. I KPI sono stati definiti in base:

- all'analisi del Global Reporting Initiative (GRI), organismo internazionale che ha sviluppato delle linee guida per la stesura dei report di sostenibilità universalmente applicabili, così da favorire la comparabilità tra aziende;
- alle indicazioni degli stakeholder;
- ai questionari inviati dalle principali agenzie di rating ai fini dell'ammissione agli indici borsistici di sostenibilità;
- all'esperienza maturata in oltre 14 anni di gestione del tema in Azienda.

I KPI sono gestiti sul sistema CPM, un applicativo dedicato, con modalità analoghe a quelle utilizzate per il reporting finanziario.

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

- 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 per i suoi stakeholder;
- rispondenza: descrizione delle iniziative messe in atto dall'Azienda per rispondere alle aspettative degli stakeholder.

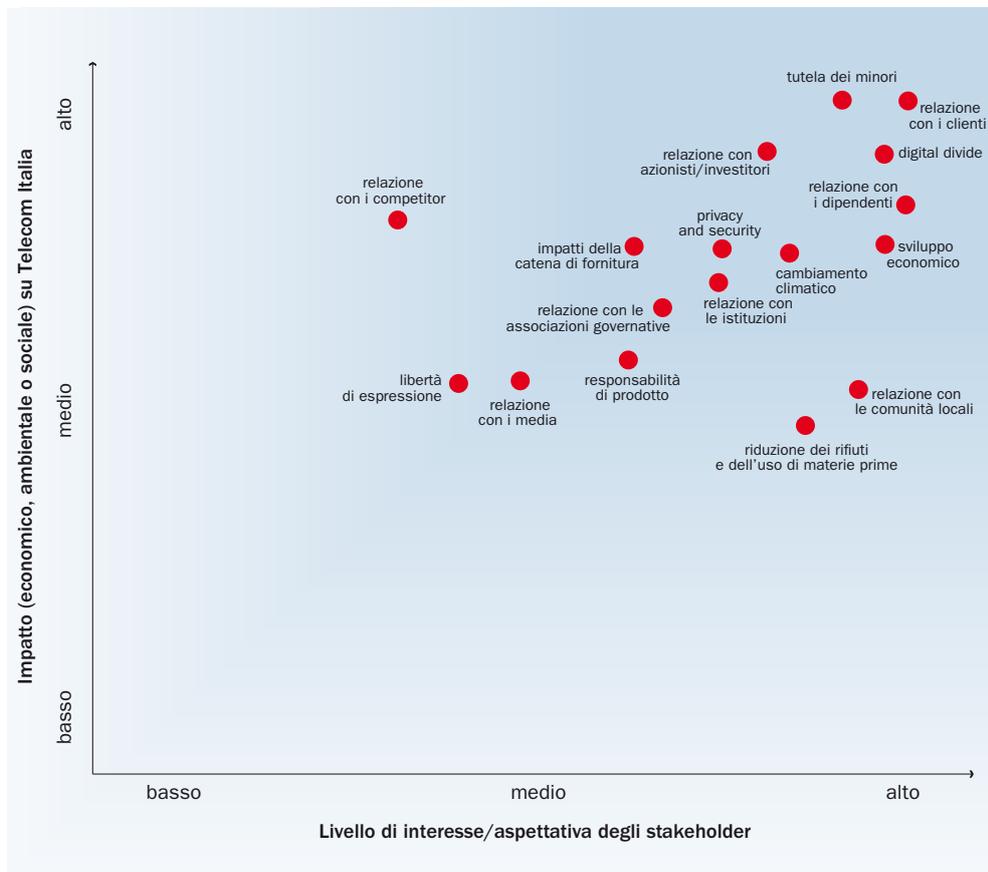
In applicazione del principio di materialità sono stati individuati i temi rilevanti secondo i criteri descritti precedentemente (cfr. § Hot Topics), posizionandoli nella "matrice di materialità" riportata nella pagina seguente, in base al loro impatto sulle aspettative degli stakeholder e sulle attività del Gruppo.

CON IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ VIENE FORNITA UNA RISPOSTA AGLI STAKEHOLDER SUI TEMI RILEVANTI INDIVIDUATI SECONDO LO STANDARD AA1000 APS 2008

È stata definita una metodologia per la gestione del rischio basata sui criteri dell'“Enterprise Risk Management Framework” che tiene in maggiore considerazione i rischi sociali e ambientali e quelli derivanti da possibili conflitti tra stakeholder (per ulteriori dettagli cfr. § Azionisti/Risk Management).

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

Matrice di materialità



La metodologia seguita nella misurazione degli investimenti nella Comunità è quella definita dal London Benchmarking Group - LBG (cfr. § Comunità/Misurazione del contributo alla Comunità).

Tabella dei Riferimenti Global Compact e GRI

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.

Il Content Index (Indice dei Contenuti) relativo al GRI è disponibile sulla sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com.

| Principi del Global Compact (GC) | Indicatori GRI con riferimento al GC | Capitoli in cui vengono trattati i temi relativi ai Principi | 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, Codici, Carte e Valori, Reporting e Pianificazione, Stakeholder Involvement, Fornitori, Comunità, Risorse Umane | 15, 16, 23, 29, 55, 95, 111 |
| 2. Assicurarsi di non essere, seppure indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani. | HR1-7 | Riferimenti e Governance, Codici, Carte e Valori, Fornitori, Risorse Umane | 15, 16, 55, 111 |

| | | | |
|---|--|--|------------------------------|
| 3. Sostenere la libertà di associazione dei lavoratori e riconoscere il diritto alla contrattazione collettiva. | HR1-3, HR5, LA4-5 | Codici, Carte e Valori, Reporting e Pianificazione, Stakeholder Involvement, Risorse Umane | 16, 23, 29, 111 |
| 4. Eliminare tutte le forme di lavoro forzato e obbligatorio. | HR1-3, HR7 | Codici, Carte e Valori, Fornitori, Risorse Umane | 16, 55, 111 |
| 5. Eliminare il lavoro minorile. | HR1-3, HR6 | Codici, Carte e Valori, Fornitori, Risorse Umane | 16, 55, 111 |
| 6. Eliminare ogni forma di discriminazione in materia di impiego e professione. | HR1-4, LA2, LA13 | Codici, Carte e Valori, Stakeholder Involvement, Fornitori, Risorse Umane | 16, 29, 55, 111 |
| 7. Sostenere un approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali. | EC2, EN18, EN26, EN30 | Hot Topics, Reporting e Pianificazione, Stakeholder Involvement, Fornitori, Ambiente, Risultati 2010 e Obiettivi 2011 in Appendice | 18, 23, 29, 55, 71, 158, 161 |
| 8. Intraprendere iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale. | EN3-5, EN16-17, EN20, EN22-23, EN26, PR3 | Stakeholder Involvement, Fornitori, Ambiente, Risultati 2010 e Obiettivi 2011 in Appendice | 29, 55, 71, 158, 161 |
| 9. Incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente. | EN5-7, EN18, EN26 | Hot Topics, Reporting e Pianificazione, Ambiente, Comunità | 18, 23, 71, 95 |
| 10. Contrastare la corruzione in ogni sua forma, incluse l'estorsione e le tangenti. | SO2-4 | Riferimenti e Governance, Codici, Carte e Valori, Fornitori, Azionisti | 15, 16, 55, 137 |

Telecom Italia a partire dal 2008 ha ottenuto la qualificazione A+ sul reporting di sostenibilità.

6.2 PIANIFICAZIONE

La redazione del Piano di sostenibilità prevede un processo articolato in quattro fasi:

1. individuazione delle aree di miglioramento della performance di sostenibilità;
2. confronto tra le aree di miglioramento e i progetti di investimento che il Gruppo prevede di effettuare per finalità di business;
3. definizione di azioni gestionali mirate sulle aree di miglioramento per le quali non sono stati in precedenza previsti progetti o per le quali i progetti programmati non hanno sufficiente impatto positivo in termini di sostenibilità;
4. monitoraggio delle aree che occorre presidiare per mantenere il livello di performance raggiunto.



Un elemento importante che il Gruppo utilizza in tema di sostenibilità è la scheda di valutazione. Tutti i progetti che prevedono investimenti rilevanti, e che sono presentati all'approvazione di appositi Comitati, sono corredati da questa scheda. La sua funzione è illustrare l'impatto in termini di sostenibilità dell'investimento. Ogni project manager deve indicare l'impatto, positivo, nullo o negativo, del progetto da approvare sulle aree di rilievo individuate per ogni stakeholder.

Tali indicazioni sono prese in considerazione nell'ambito del processo decisionale che porta all'approvazione degli investimenti e forniscono un utile strumento di sintesi per valutare le ricadute in termini di sostenibilità delle scelte di investimento del Gruppo.

7. RISULTATI 2010 E OBIETTIVI 2011

I risultati conseguiti a fronte degli obiettivi per il 2010, pubblicati nel Bilancio di sostenibilità 2009, e gli obiettivi per il 2011 sono riportati in Appendice al presente Bilancio. Gli obiettivi di natura qualitativa per i fornitori sono inclusi nel relativo capitolo.

8. LA FUNZIONE GROUP SUSTAINABILITY

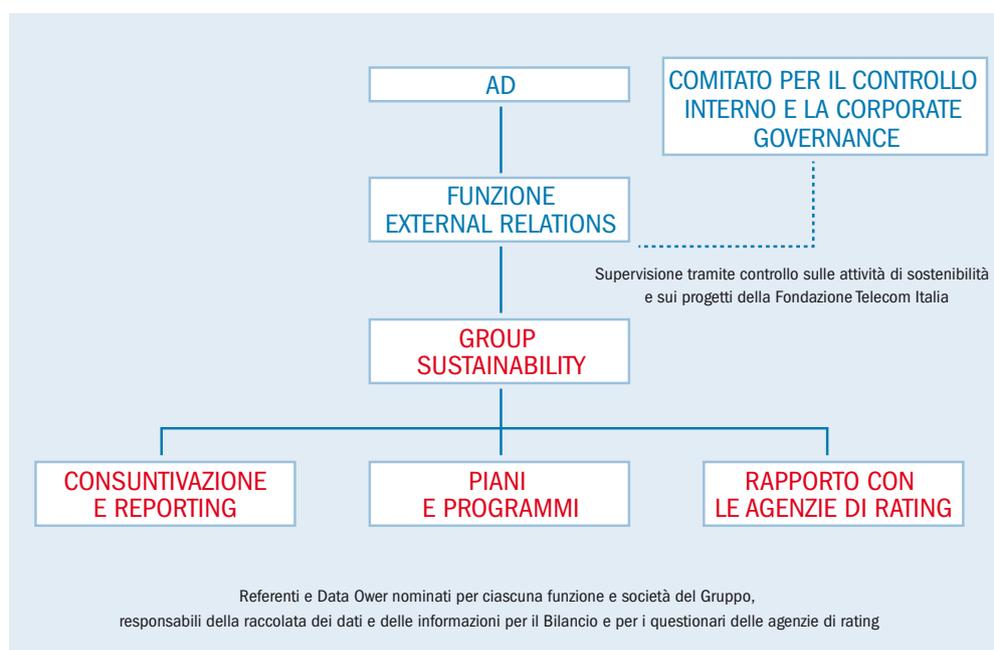
8.1 MISSION E STRUTTURA

Il governo della sostenibilità in Telecom Italia è assicurato dalla funzione Group Sustainability che svolge le seguenti attività:

- promuove a livello di Gruppo i progetti e le iniziative con impatti ambientali e sociali, 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;
- rappresenta il Gruppo nei tavoli di lavoro nazionali e internazionali attivi sul tema.

Dal 2009 la funzione è passata a operare nella direzione External Relations per assicurare una comunicazione più strutturata delle iniziative intraprese e dei risultati raggiunti.

Si riporta nella pagina seguente la struttura organizzativa.



8.2 LE LINEE GUIDA

La gestione della sostenibilità all'interno del Gruppo Telecom Italia si basa sulle seguenti linee guida:

- inserimento di una sintesi dei dati sulla sostenibilità nel Bilancio consolidato, a conferma della volontà del Gruppo di presentare la propria performance finanziaria congiuntamente con quella non finanziaria;
- valutazione dell'impatto in termini di sostenibilità dei progetti di business presentati all'approvazione del Comitato Investimenti di Gruppo tramite la compilazione della scheda investimenti da parte del project manager proponente (cfr. § Reporting e Pianificazione);
- 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;
- contributo a progetti e iniziative, su base nazionale e internazionale, sviluppati anche nell'ambito delle organizzazioni di settore (cfr. § Concorrenti/Relazione con gli stakeholder e § Ambiente/Performance ambientale);
- adesione ai principali standard internazionali in materia di sostenibilità (cfr. § Riferimenti e Governance e § Reporting e Pianificazione);
- 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/Cambiamento climatico).

9. STAKEHOLDER INVOLVEMENT

Nel corso del 2010 il Bilancio di sostenibilità 2009 è stato sottoposto ad un panel multi-stakeholder per misurare il livello di gradimento e di rispondenza alle loro aspettative e ottenere delle indicazioni di miglioramento. Il processo di coinvolgimento, gestito direttamente da Group Sustainability in accordo con i principi stabiliti da AccountAbility, ha previsto le seguenti fasi:

- progettazione e pianificazione;
- preparazione del coinvolgimento e realizzazione;
- rispondenza e misurazione.

In dettaglio le attività svolte sono state le seguenti:

- identificazione degli stakeholder da coinvolgere;
- predisposizione e invio del questionario;
- ricezione e analisi dei questionari compilati;
- presentazione dei risultati ottenuti agli stakeholder;
- attività volte a soddisfare le aspettative degli stakeholder.

Sono stati coinvolti clienti top, business e consumer, associazioni dei consumatori, fornitori, l'Organismo di vigilanza su Open Access, associazioni degli enti locali, parlamentari, Confindustria, associazioni ambientaliste e del terzo settore, università, giornalisti, blogger, broker assicurativi, dipendenti e Organizzazioni Sindacali.

Alle persone coinvolte è stato inviato un questionario (disponibile sulla sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com a cui si rimanda anche per ulteriori approfondimenti sul processo svolto) articolato in 4 parti relative a:

- contenuto;
- grafica;
- modalità di diffusione;
- giudizio complessivo.

I risultati, presentati ai partecipanti al panel nel corso di un evento di feed back organizzato a Roma presso l'opificio Telecom Italia, hanno evidenziato un sostanziale gradimento del Bilancio di sostenibilità. Le indicazioni di miglioramento emerse hanno riguardato prevalentemente l'esigenza di una maggiore sintesi e gli aspetti formali del documento quali, per esempio, l'utilizzazione di un carattere più grande e di una grafica più accattivante, per consentire una più agevole leggibilità e una migliore fruibilità. Tali suggerimenti sono stati in gran parte recepiti a partire dal presente Bilancio.

Nella tabella che segue si riportano le principali iniziative di coinvolgimento degli stakeholder nei processi aziendali, classificate secondo le linee guida raccomandate da AccountAbility (cfr. § Reporting e Pianificazione).

**IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2009
È STATO ANALIZZATO DA UN GRUPPO
DI STAKEHOLDER CHE HA FORNITO UTILI
INDICAZIONI DI MIGLIORAMENTO**

| | | INIZIATIVE | | | |
|-------------|-----------|--|---|--|---|
| | | INFORMAZIONE | CONSULTAZIONE | DIALOGO | PARTNERSHIP |
| STAKEHOLDER | CLIENTI | Comunicazione ai clienti di offerte e condizioni attraverso varie modalità (Comunicazione verso i clienti su www.telecomitalia.com) | La soddisfazione dei clienti viene rilevata sistematicamente (Clienti/Customer satisfaction) | Collaborazione con le associazioni dei consumatori (Clienti/Rapporti con le associazioni dei consumatori) | 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) |
| | | Informazione sulle regole per un utilizzo sicuro di Internet e per il contrasto degli abusi informatici (Clienti/Protezione dei minori) | | Utilizzo di strumenti web basati sui social network per dialogare con gli operatori dei call center (Clienti/Customer satisfaction) | Progetti in partnership con altre aziende per la sperimentazione e la realizzazione di servizi di assistenza e innovativi (Clienti/Digital Divide - Clienti/Servizi innovativi) |
| | | | | È proseguita l'azione di sensibilizzazione del personale sui temi della Customer Promise per rendere concreta la sua applicazione all'interno dell'Azienda | |
| STAKEHOLDER | FORNITORI | | Quarto sondaggio di soddisfazione sulla direzione Purchasing e più in generale su Telecom Italia da parte dei principali fornitori del Gruppo (Fornitori/Iniziative di coinvolgimento) | E-community dei principali fornitori tramite il sito "TelecHome" raggiungibile dal Portale Fornitori (Fornitori/Iniziative di coinvolgimento) | Avvio delle attività di CSR audit previste dal Memorandum of Understanding firmato con France Telecom e Deutsche Telekom sugli stabilimenti in Asia dei fornitori e subfornitori comuni |
| | | | Aggiornamento della check list sui fornitori per la valutazione della Corporate Social Responsibility (CSR) (Fornitori/Iniziative di coinvolgimento) | | |

| STAKEHOLDER | INIZIATIVE | | | |
|-------------|---|---|---|--|
| | INFORMAZIONE | CONSULTAZIONE | DIALOGO | PARTNERSHIP |
| CONCORRENTI | | Ricerche quali-quantitative periodiche per analizzare la forza delle marche Telecom Italia e TIM, l'immagine dei gestori di servizi di telecomunicazioni e di telefonia mobile, la notorietà dei gestori (Concorrenti/Posizionamento competitivo) | Dialogo con gli Other License Operator (OLO) su temi commerciali e relativi all'attuazione degli Impegni (Concorrenti/Servizi agli OLO e Concorrenti/Impegni relativi alla rete di accesso) | |
| | | | Dialogo costante con le Authority (Concorrenti/AGCOM e Concorrenti/AGCM) | |
| | | | Il Gruppo aderisce a numerose federazioni, associazioni e organizzazioni a livello nazionale e internazionale (Concorrenti/Relazione con gli stakeholder) | |
| ISTITUZIONI | Organizzata la quinta edizione del "Digital Divide Day" in cui è stata presentata ai Governatori di alcune regioni italiane un'edizione aggiornata dell'Annuario sulla Banda Larga (Clienti/Digital Divide) | Co-leadership del Laboratorio "Sostenibilità e valutazione della performance non finanziaria" lanciato nell'ambito dell'Alleanza del marzo 2006 con la Commissione Europea (Introduzione/La comunicazione della performance non finanziaria) | Gestione del processo di abuse management da parte di un referente interno in raccordo con le Autorità competenti (Clienti/Protezione dei minori) | Partecipazione al gruppo di lavoro sui diritti umani del Global Compact e supporto al Network italiano (Istituzioni/Relazione con gli stakeholder) |
| | | Consultazione dei cittadini nell'ambito della procedura di rimozione delle cabine telefoniche concordata con l'AGCOM (Istituzioni/Istituzioni nazionali locali) | Dialogo con istituzioni nazionali e internazionali sui temi di business rilevanti per il Gruppo (Istituzioni/Relazione con gli stakeholder) | Iniziativa nei confronti della Comunità realizzate in partnership con le istituzioni (Comunità/Le risposte agli stakeholder) |
| | | | | Conclusione di Protocolli di Intesa con le Autorità nazionali e locali sulla realizzazione di strutture per la banda larga e sugli "Smart Services" (Istituzioni/Istituzioni nazionali locali) |

STRUMENTI

STAKEHOLDER

| | INFORMAZIONE | CONSULTAZIONE | DIALOGO | PARTNERSHIP |
|----------|--|--|--|---|
| AMBIENTE | “Carbon Meter” disponibile su AVoiComunicare (Ambiente/La comunicazione della sostenibilità) | Accordo con l'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani (ANCI) per la realizzazione degli scavi con modalità a minore impatto ambientale (minitrincee) (Ambiente/Rifiuti) | Collaborazione con gli altri operatori di Tlc europei sui temi di rilevanza ambientale nell'ambito delle associazioni di settore, tra cui GeSI ed ETNO (Ambiente/Cambiamento climatico) | Accordi di co-siting con gli altri operatori di Tlc italiani (Ambiente/Energia) |
| | Realizzate iniziative di comunicazione esterna e interna sulla sostenibilità (Ambiente/Cambiamento climatico e Risorse Umane/Comunicazione interna) | | Contributo ai gruppi di lavoro promossi dall'UE e dall'ETNO per la definizione di Codici di Condotta sugli apparati broadband e i Data Center (Ambiente/Energia) | |
| | | | Collaborazione con istituzioni, università e altre aziende nell'ambito del progetto e-cube (Ambiente/Cambiamento climatico) | |
| COMUNITÀ | Corretta informazione verso gli stakeholder assicurata tramite i media tradizionali e il sito Internet di Gruppo (Comunità/Media tradizionali) | Consultazione degli stakeholder nel processo di analisi e definizione di possibili iniziative e progetti nell'ambito della tutela del patrimonio storico-artistico da parte della Fondazione Telecom Italia (Comunità/Le risposte agli stakeholder) | Il tour “Navigare Sicuri” ha coinvolto bambini, ragazzi, genitori e insegnanti in 20 città italiane sui temi della navigazione sicura in Internet (Comunità/Le risposte agli stakeholder) | Progetti realizzati in partnership con organizzazioni non governative e della società civile, anche attraverso la Fondazione Telecom Italia (Comunità/Le risposte agli stakeholder) |
| | | Consultazione degli stakeholder per misurare il livello di gradimento e di rispondenza alle loro aspettative del Bilancio di sostenibilità (Introduzione/Stakeholder Involvement) | Il progetto di comunicazione integrata AVoiComunicare stimola la discussione sui temi sociali (Comunità/Social media e digital communication su www.telecomitalia.com , sezione sostenibilità) | Working Capital supporta i progetti imprenditoriali e di ricerca nel settore del Web 2.0 (Comunità/Social media e digital communication su www.telecomitalia.com , sezione sostenibilità) |
| | | | Venice Sessions è una piattaforma di dialogo che coinvolge gli stakeholder dell'innovazione su scala nazionale e mondiale (Comunità/Social media e digital communication su www.telecomitalia.com , sezione sostenibilità) | |

| | | STRUMENTI | | | |
|-------------|---------------|--|--|--|--|
| | | INFORMAZIONE | CONSULTAZIONE | DIALOGO | PARTNERSHIP |
| STAKEHOLDER | 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/Comunicazione interna) | Concluso positivamente il negoziato con le parti sociali (Governo e Organizzazioni Sindacali) sulla gestione delle eccedenze di personale (Risorse Umane/Relazioni Industriali) |
| | | Corsi in materia di salute e sicurezza (Risorse Umane/Tutela della salute e della sicurezza) | Iniziative realizzate da parte del Centro People Caring per rispondere alle esigenze dei dipendenti (Risorse Umane/People Caring) | Attivati alcuni focus group sui temi della disabilità e della diversità di genere (Risorse Umane/People Caring) | Programmi di selezione e di formazione realizzati con centri di ricerca, università, associazioni e fondazioni del terzo settore (Risorse Umane/Selezione) |
| | | | Realizzata la settima edizione della rilevazione del clima aziendale (Risorse Umane/Progetti e attività di ascolto) | | Avviata la Scuola di Relazioni Industriali, un network tra professionisti del mondo imprenditoriale, istituzionale e delle Organizzazioni Sindacali (Risorse Umane/Formazione) |
| | | | | | Iniziative di volontariato con il coinvolgimento di dipendenti e di partner esterni (Risorse Umane/People Caring) |
| | | | | | Avviato il progetto "I Care about Myself", condiviso con le principali Organizzazioni Sindacali, che permette ai dipendenti di iscriversi gratuitamente ad alcune facoltà dell'Università Telematica Internazionale Uninettuno (Risorse Umane/Formazione) |
| | | | | | |
| | AZIONISTI | Il Club degli azionisti "TI Alw@ys ON" (www.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 circa 300 investitori incontrati (Azionisti/Comunicazione finanziaria) | |
| | | Comunicazione finanziaria online (Azionisti/Comunicazione finanziaria) | | | |

10. VALORE ECONOMICO PRODOTTO E DISTRIBUITO

Si riportano di seguito i principali dati economici, patrimoniali e finanziari del Gruppo Telecom Italia al 31.12.2010 confrontati con i dati dell'anno precedente.

GRUPPO TELECOM ITALIA – PRINCIPALI DATI ECONOMICI, PATRIMONIALI E FINANZIARI CONSOLIDATI

| | 2010 | 2009 |
|---|--------|--------|
| (milioni di euro) | | |
| RICAVI | 27.571 | 26.894 |
| EBITDA | 11.412 | 11.115 |
| EBIT | 5.813 | 5.493 |
| UTILE NETTO DELL'ESERCIZIO | 3.572 | 1.596 |
| TOTALE PATRIMONIO NETTO | 32.610 | 27.120 |
| - QUOTA DI PERTINENZA DEGLI AZIONISTI DELLA CAPOGRUPPO | 28.819 | 25.952 |
| - QUOTA DI PERTINENZA DI AZIONISTI TERZI | 3.791 | 1.168 |
| INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO CONTABILE | 32.087 | 34.747 |
| INVESTIMENTI INDUSTRIALI | 4.583 | 4.543 |
| PERSONALE A FINE ESERCIZIO | 84.200 | 71.384 |

Di seguito si riporta il valore economico prodotto e distribuito agli stakeholder⁽³⁾. Dal 2008 è stata adottata la modalità di presentazione raccomandata dal Global Reporting Initiative (GRI), con opportuni adattamenti.

³
Non è evidenziato nella tabella il valore distribuito allo stakeholder Comunità per il quale si rinvia al relativo capitolo.

GRUPPO TELECOM ITALIA – VALORE ECONOMICO PRODOTTO E DISTRIBUITO

| | 2010 | 2009 |
|--|---------------|---------------|
| (milioni di euro) | | |
| VALORE ECONOMICO PRODOTTO DIRETTAMENTE | | |
| A) TOTALE RICAVI E PROVENTI OPERATIVI | 27.826 | 27.174 |
| B) INTERESSI ATTIVI E DIVIDENDI INCASSATI | 117 | 104 |
| C) PLUSVALENZE (MINUSVALENZE) DA REALIZZO DI ATTIVITÀ NON CORRENTI | 11 | (59) |
| D) VALORE ECONOMICO PRODOTTO DIRETTAMENTE (A+B+C) | 27.954 | 27.219 |
| VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO | | |
| E) COSTI OPERATIVI | 12.204 | 11.929 |
| F) COSTI DEL PERSONALE | 4.021 | 3.734 |
| G) AZIONISTI E FINANZIATORI | 3.207 | 3.183 |
| H) IMPOSTE E TASSE | 1.446 | 1.277 |
| I) VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO (E+F+G+H) | 20.878 | 20.123 |
| VALORE ECONOMICO NON DISTRIBUITO (D-I) | 7.076 | 7.096 |

| | 2010 | 2009 |
|---|--------------|--------------|
| (milioni di euro) | | |
| SALARI E STIPENDI | 2.615 | 2.570 |
| ONERI SOCIALI | 931 | 942 |
| ACCANTONAMENTI TRATTAMENTO DI FINE RAPPORTO E DI QUIESCENZA | 52 | 54 |
| ALTRI ONERI | 423 | 168 |
| COSTI DEL PERSONALE | 4.021 | 3.734 |

| | 2010 | 2009 |
|--------------------------------------|---------------|---------------|
| (milioni di euro) | | |
| ACQUISTI MATERIALI E SERVIZI ESTERNI | 11.383 | 11.480 |
| ALTRI COSTI OPERATIVI(*) | 1.233 | 949 |
| VARIAZIONE DELLE RIMANENZE | 135 | 15 |
| ATTIVITÀ REALIZZATE INTERNAMENTE | (547) | (515) |
| COSTI OPERATIVI | 12.204 | 11.929 |

*
Comprende principalmente svalutazioni e oneri connessi alla gestione dei crediti non finanziari per 478 milioni di euro (565 milioni di euro nel 2009), accantonamenti per rischi per 75 milioni di euro (164 milioni di euro nel 2009) e contributi e canoni per l'esercizio di attività di Tlc per 484 milioni di euro (318 milioni di euro nel 2009), al netto di "Imposte indirette e tasse" per 188 milioni di euro (125 milioni di euro nel 2009) incluse nella voce "Imposte e tasse".

| | 2010 | 2009 |
|---------------------------------|--------------|--------------|
| (milioni di euro) | | |
| DIVIDENDI DISTRIBUITI | 1.064 | 1.053 |
| INTERESSI PASSIVI | 2.143 | 2.130 |
| AZIONISTI E FINANZIATORI | 3.207 | 3.183 |

| | 2010 | 2009 |
|--------------------------------------|--------------|--------------|
| (milioni di euro) | | |
| IMPOSTE DIRETTE | 1.258 | 1.152 |
| IMPOSTE INDIRECTE E TASSE | 188 | 125 |
| IMPOSTE E TASSE | 1.446 | 1.277 |
| DI CUI RELATIVE AD ATTIVITÀ ITALIANE | 1.229 | 1.232 |
| DI CUI RELATIVE AD ATTIVITÀ ESTERE | 217 | 45 |



Stakeholder esterni





STRATEGIA

Le società del Gruppo Telecom Italia fondano l'eccellenza dei prodotti e dei servizi offerti sull'attenzione alla clientela e la disponibilità a soddisfarne le richieste. L'obiettivo perseguito è di garantire una risposta immediata e competente alle esigenze della clientela, 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.

STAKEHOLDER RILEVANTI

Gli stakeholder rilevanti sono:

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

Offrire servizi innovativi
per migliorare la vita delle

persone

1. CLIENTI

1.1 CENTRALITÀ DEL CLIENTE

La focalizzazione sul cliente e sul raggiungimento di elevati livelli di customer satisfaction è una priorità per Telecom Italia. Gli impegni formali di qualità, riassunti nella Customer Promise (Promessa al Cliente), sono oggetto di un piano articolato di diffusione interna. La Promessa al Cliente, elaborata a partire dall'ascolto degli stakeholder rilevanti (clienti, dipendenti, istituzioni), si articola in:

- un'offerta completa e di elevata qualità e affidabilità;
- servizi che migliorano la qualità della vita dei propri clienti e contribuiscono allo sviluppo del Paese;
- offerte e comunicazioni basate su un linguaggio chiaro, comprensibile e diretto per guadagnare e mantenere la fiducia dei clienti;
- un'Azienda vicina, accessibile, basata sul rapporto umano, con la quale è facile dialogare per la risoluzione di eventuali problemi legati al servizio;
- persone che ascoltano e comprendono le esigenze dei clienti con cui costruire un rapporto di partnership.

Per aumentare il livello di conoscenza della Customer Promise e rendere concreta la sua applicazione all'interno dell'Azienda, è proseguito il programma di diffusione interna "Esprimere Qualità" che ha raggiunto, attraverso un'azione di sensibilizzazione del personale in aula, 619 manager e circa 3.000 tra responsabili di aree/unità territoriali e di gruppi di contatto con i clienti, per un totale di 155 giornate dedicate al tema tra il 2009 e 2010.

IL MIGLIORAMENTO DELLA QUALITÀ DEL SERVIZIO AI CLIENTI È STATO PERSEGUITO ATTRAVERSO UN PROGETTO ARTICOLATO DI COINVOLGIMENTO DEI MANAGER E DEI RESPONSABILI DIRETTAMENTE COINVOLTI

I valori alla base della Promessa al Cliente hanno ispirato la revisione del sistema di valutazione delle performance del personale (nel 2010 il 99,85% del personale coinvolto è stato valutato dai responsabili secondo il nuovo modello) e la realizzazione di iniziative di sviluppo dei manager.

La qualità è tenuta in considerazione anche nel sistema di incentivazione dei manager e del personale (cfr. § Customer satisfaction).

Il presidio da parte del Top Management dei temi di qualità connessi all'ascolto dei clienti è realizzato attraverso lo Steering Committee Quality Governance (SCQG) che si riunisce con periodicità mensile, presieduto dall'Amministratore Delegato, con lo scopo di:

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

1.2 CUSTOMER SATISFACTION

Telecom Italia ascolta i clienti attraverso un sistema che prende in considerazione sia la valutazione complessiva nel tempo, frutto di tutti i contatti con Telecom Italia, sia la valutazione specifica sulle ultime occasioni di contatto (per es. l'attivazione di una linea ADSL, una richiesta di informazioni o una segnalazione di disservizio). I contributi raccolti vengono utilizzati per migliorare i processi organizzativi al fine di fornire un servizio sempre più rispondente alle esigenze dei clienti.

Le rilevazioni della customer satisfaction sono di due tipi:

- la rilevazione "a freddo" è basata sulla percezione complessiva maturata dal cliente e non è collegata a un evento specifico, consentendo di analizzare le relazioni causa-effetto che determinano la soddisfazione del cliente. Sulla base di interviste telefoniche, effettuate da istituti accreditati attraverso un questionario strutturato, viene calcolato il CSI (Customer Satisfaction Index). Il sistema di rilevazione è in linea con quello utilizzato per la costruzione dell'ACSI (American Customer Satisfaction Index) e fornisce importanti indicazioni sulle leve da utilizzare per migliorare la customer satisfaction. La rilevazione "a freddo" riguarda tutti i segmenti di clientela, ovvero consumer, business e top;
- la rilevazione "a caldo" è effettuata in un momento immediatamente successivo a un evento specifico (per es. un contatto con il call center) che è oggetto di indagine. Agli intervistati è chiesto, in base al ricordo ancora "caldo" della chiamata, di valutare sia il servizio ricevuto nel suo complesso (overall satisfaction) sia alcuni singoli aspetti (per es. tempi di attesa per parlare con l'operatore, cortesia e capacità di capire e soddisfare le richieste).

Si riportano di seguito i valori del CSI complessivo di Telecom Italia S.p.A. per l'ultimo trimestre dell'anno (ultimo semestre per top clients).

| Segmento clientela | 2010 | 2009 |
|--------------------------------------|--------------|--------------|
| CONSUMER | 70,92 | 69,86 |
| BUSINESS | 64,43 | 63,42 |
| TOP CLIENTS (TC E PS) ^(*) | 69,97 | 70,30 |
| TOTALI | 69,39 | 68,60 |

*
La rilevazione del CSI per il segmento top nel 2010 è stata organizzata con riferimento ai nuovi segmenti Top Clients (TC) e Public Sector (PS).

I dati presentati nella seguente tabella si riferiscono al valore medio annuo rilevato nei monitoraggi "a freddo" di altri indicatori per Telecom Italia S.p.A.

| TELEFONIA FISSA | Segmento clientela | Soddisfazione funzionamento linee ^(*) | | Soddisfazione fatturazione ^(*) | |
|-----------------|--------------------|--|------|---|------|
| | | 2010 | 2009 | 2010 | 2009 |
| | CONSUMER | 8,19 | 8,18 | 7,30 | 7,27 |
| BUSINESS | 7,86 | 7,80 | 6,83 | 6,73 | |

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

| TELEFONIA MOBILE | Segmento clientela | Soddisfazione copertura rete ^(*) | | Soddisfazione fatturazione ^(*) | |
|------------------|--------------------|---|------|---|------|
| | | 2010 | 2009 | 2010 | 2009 |
| | CONSUMER | 8,41 | 8,36 | 8,03 | 7,79 |
| BUSINESS | 8,14 | 8,15 | 6,85 | 6,83 | |

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

I dati della seguente tabella si riferiscono al valore medio annuo della soddisfazione della clientela per il customer care, rilevato nei monitoraggi "a caldo" per Telecom Italia S.p.A.

| TIPOLOGIA CLIENTELA | CUSTOMER CARE | | Soddisfazione complessiva ^(*) | | Cortesia e gentilezza ^(*) | | Capacità di capire e soddisfare esigenze e richieste ^(*) | |
|---------------------|---------------------------------|-----------------------|--|------|--------------------------------------|------|---|------|
| | | | 2010 | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 | 2009 |
| | | | CONSUMER | 187 | Telefonia fissa ⁽¹⁾ | 7,39 | 7,19 | 8,73 |
| 119 | Telefonia mobile ⁽²⁾ | 8,33 | | 7,81 | 9,19 | 8,81 | 8,90 | 8,46 |
| BUSINESS | 191 | Fisso ⁽³⁾ | 6,72 | 6,39 | 8,39 | 8,14 | 7,83 | 7,47 |
| | | Mobile ⁽³⁾ | 6,47 | 6,67 | 8,30 | 8,27 | 7,60 | 7,49 |

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

¹
Assistenza fornita dal Servizio 187 per informazioni, richieste commerciali e amministrative, solleciti e reclami (escluse chiamate per guasti, oggetto di specifiche indagini).

²
Assistenza fornita dal Servizio 119 per informazioni, variazioni e reclami.

³
Dal mese di aprile 2010 il caring della clientela business fisso-mobile è stato integrato. Con la nuova piattaforma i clienti business ricevono assistenza tramite il 191 per esigenze sia di telefonia fissa (per informazioni, richieste commerciali e amministrative, solleciti e reclami - escluse chiamate per guasti), sia di telefonia mobile (informazioni, variazioni e reclami).

La certificazione del customer care con i servizi 187 e 119

Il 31 gennaio 2011 Telecom Italia ha conseguito la certificazione UNI EN 15838:2010 (seguendo i criteri della UNI 11200:2010) dei contact center 187 e 119, dedicati rispettivamente alla telefonia fissa e a quella mobile, divenendo così il primo operatore telefonico in Italia e tra i primi in Europa ad avere i servizi di customer care certificati. Le verifiche sono state effettuate da ICIM, l'Ente di Certificazione Italiano.

Il risultato è stato conseguito grazie a una serie di azioni di miglioramento basate su processi efficienti, soluzioni tecnologiche innovative, competenze delle risorse coinvolte. Infatti l'analisi ICIM si è basata tanto su dati statistici e documentali quanto sull'effettiva osservazione delle attività, compreso l'ascolto di molte delle telefonate gestite dagli operatori dei contact center di Telecom Italia. Tra i parametri presi in considerazione figurano i tempi di risposta, i ruoli e le responsabilità, le condizioni di lavoro e l'effettiva soddisfazione del personale addetto, il monitoraggio del livello di soddisfazione del cliente finale, gli strumenti operativi utilizzati.

La customer satisfaction nel sistema di incentivazione manageriale

Il sistema di incentivazione manageriale a breve termine di Telecom Italia prevede, tra gli obiettivi di tutte le risorse incentivate, anche quelli legati alla soddisfazione del cliente, in coerenza con il Piano Industriale di periodo. Gli obiettivi sono misurati per mezzo di rilevazioni periodiche "a freddo": il CSI complessivo per l'Azienda e gli indici di customer satisfaction specifici per segmento di clientela.

Per processi e attività particolarmente critici (front-end commerciale e tecnico) sono previsti ulteriori obiettivi su parametri di qualità misurati "a caldo".

La customer satisfaction nei sistemi di incentivazione collettiva

Anche i sistemi di incentivazione collettiva di Telecom Italia contemplano un obiettivo legato alla soddisfazione del cliente. In particolare il premio di risultato, i cui destinatari sono i dipendenti non interessati da un sistema di incentivazione individuale, prevede al suo interno sia un obiettivo di customer satisfaction totale, trasversale a tutta l'Azienda, sia degli obiettivi specifici per le strutture organizzative che presidiano i differenti segmenti di clientela.

Il coinvolgimento degli operatori dei call center

Per valorizzare e supportare le persone che lavorano nel customer care, il Gruppo utilizza alcune piattaforme web basate sul "social networking" che facilitano la diffusione e la condivisione di conoscenze tra gli addetti ai lavori e permettono di far arrivare all'interno dell'Azienda la voce del cliente. Per informazioni su tali strumenti (Campus e TUO) e sulle altre iniziative di dialogo con clienti con esigenze specifiche per diversità di etnia o disabilità, si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com.

1.3 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.

In particolare:

- l'attenzione al cliente e alla qualità dei prodotti e servizi offerti è considerata nella norma UNI EN ISO 9001:2008;
- la tutela degli aspetti ambientali nella norma UNI EN ISO 14001:2004;
- la salute e la sicurezza sul lavoro nella norma BS OHSAS 18001:2007;
- la sicurezza delle informazioni nella norma ISO 27001:2005;
- i servizi di Information Technology nella norma ISO/IEC 20000-1:2005;
- i processi di produzione del software e delle soluzioni informatiche nelle certificazioni CMMI-DEV (Capability Maturity Model Integration for Development), standard di nuova introduzione;
- i processi di gestione ed erogazione dei servizi attraverso la certificazione CMMI-SVC (Capability Maturity Model Integration for Services).

Nel prospetto seguente sono indicate le certificazioni conseguite dalle diverse funzioni/ società del Gruppo relative a processi e attività aziendali particolarmente rilevanti. Informazioni dettagliate sono disponibili nella sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com.

| Società | Norma | Strutture |
|--------------------------|--------------------|--|
| TELECOM ITALIA S.p.A. | ISO 9001 | Funzioni: Domestic Market Operations <ul style="list-style-type: none"> • Business • Top Clients • Public Sector • Customer Operations (relativamente ai processi per la clientela top, business, enterprise) • Consumer/Sales (aree territoriali) Technology & Operations Technology & Operations/Open Access Direzione Purchasing Unità operative coinvolte nel processo di fatturazione mobile per la clientela affari Società controllate: TI Sparkle, Path.Net, Loquendo, Telsy, Shared Service Center S.r.l., Telecontact Center, IT Telecom |
| | ISO 14001 | Funzioni: Technology & Operations Technology & Operations/Open Access Direzione Purchasing Acquisti infrastrutturali Servizi di facility Servizi alle sedi direzionali Società controllata: TI Sparkle |
| | ISO/IEC 27001 | Funzioni: Technology & Operations <ul style="list-style-type: none"> – Information Technology/IT Governance Domestic Market Operations <ul style="list-style-type: none"> – Top Client/Service Engineering – IT Service Management Società controllata: Path.Net |
| | OHSAS 18001 | Società controllata: TI Sparkle |
| | CMMI-SVC | Funzione: Domestic Market Operations <ul style="list-style-type: none"> – Quality & Program Management/Quality Improvement Projects |
| | CMMI-DEV | Società controllata: Shared Service Center S.r.l. |
| | ISO/IEC 20000-1 | Società controllata: Shared Service Center S.r.l. |

| | | |
|----------------------|-----------|--|
| OLIVETTI S.p.A. | ISO 9001 | <p>Processi: Progettazione, industrializzazione, produzione, commercializzazione e assistenza tecnica di: terminali per giochi e lotterie, periferiche specializzate per applicazioni bancarie e postali, punti vendita compresi misuratori di cassa fiscali e altre applicazioni verticali e industriali, ticketing, parking. Prodotti ICT, prodotti a tecnologia ink-jet, testine per la stampa a tecnologia ink-jet, componenti integrati e semiconduttori. Noleggio prodotti office. Esecuzione dei controlli di conformità e verifica periodica dei misuratori fiscali prodotti.</p> |
| | ISO 14001 | Produzione di testine ad impatto, progettazione e produzione testine per la stampa a tecnologia ink-jet c/o Stabilimento di Arnad (Aosta). |
| GRUPPO TIM BRASIL | ISO 9001 | <p>Società: Tim Celular (gestione della rete negli Stati di Rio, San Paolo, Minas Gerais, Bahia, Sergipe, Spirito Santo). Società: Tim Celular e Tim Nordeste (gestione della fatturazione dei contratti GSM).</p> |
| | ISO 14001 | Società: Tim Celular (gestione del monitoraggio e informazioni di realizzazione e qualità della rete negli Stati di Rio e San Paolo). |

Per il 2011 è programmato il conseguimento della certificazione SA8000 che riguarda la funzione Open Access/Technology & Operations di Telecom Italia S.p.A.

1.4 DIGITAL DIVIDE

La diffusione delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni crea opportunità di sviluppo per la popolazione. Telecom Italia è consapevole del proprio ruolo di attore fondamentale dell'ecosistema della banda larga e promuove le azioni necessarie per evitare di esporre la Comunità a divari di natura geografica e socio-culturale.

Digital Divide geografico

Dal 2006 Telecom Italia ha avviato un importante piano anti Digital Divide finalizzato a coprire il maggior numero possibile di centrali a bassa redditività e/o senza infrastruttura ottica.

Il piano prevede l'utilizzo ottimale di un mix di soluzioni tecnologiche innovative e modalità di realizzazione degli investimenti necessari. A fine 2010 il 97% del totale delle linee fisse di Telecom Italia erano coperte da ADSL e il 61,8% era coperto da IPTV.

Per quanto riguarda l'accessibilità della banda larga da cellulare, la percentuale di popolazione residente coperta da UMTS (Universal Mobile Telecommunication System) di Telecom Italia a fine 2010 era pari all'83,95%. La stessa percentuale poteva accedere a un'altra importante tecnologia radiomobile, l'HSDPA (High Speed Downlink Packet Access), che consente di raggiungere 14,4 Mbp/s (megabits per second).

Per quanto riguarda le modalità di effettuazione degli investimenti a livello territoriale e la cooperazione con le Regioni si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com.

Nel 2010 è proseguito lo sviluppo e l'implementazione dello strumento informatico aziendale di supporto operativo e decisionale denominato "Digital Divide Project" (DDP) che contiene la mappatura completa della copertura ADSL, ADSL2+, 20M/IPTV, UMTS del territorio italiano, tenendo in considerazione i distretti industriali, le iniziative territoriali e i reclami. DDP è utilizzato non solo per la gestione quotidiana delle richieste e dei reclami relativi alla banda larga ma anche per orientare gli interventi della rete tecnica verso le località esposte al Digital Divide. Nel mese di dicembre è stata organizzata la quinta edi-

zione del “Digital Divide Day”, un workshop interno a cui hanno partecipato, oltre al Presidente e all’Amministratore Delegato di Telecom Italia, anche i governatori di alcune Regioni italiane. In questa occasione è stata presentata una nuova edizione dell’Annuario sulla Banda Larga che ha l’obiettivo di illustrare agli stakeholder la posizione del Gruppo sul tema e di fornire informazioni sullo stato della banda larga nel territorio italiano.

Digital Divide 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.

Telecom Italia propone alcune offerte e agevolazioni economiche finalizzate a promuovere l’utilizzo di servizi di telecomunicazioni e di Internet a favore di particolari categorie sociali e alcuni servizi di assistenza destinati ai clienti con bisogni specifici (anziani, malati, ecc.) o alle strutture sanitarie. Per ulteriori informazioni sulle iniziative a favore della Digital Inclusion cfr. § Comunità.

Big Angel

Realizzato per le persone anziane o con disabilità, consiste in un dispositivo composto da un telefono con tasti grandi e display ben visibile, compatibili con gli apparecchi acustici e da un cordless aggiuntivo, specifico per le richieste di aiuto. Quest’ultimo, di piccole dimensioni, può essere portato alla cintura o al collo con un cordino e ha due soli tasti di cui il più grande serve per inviare chiamate di emergenza mentre l’altro è personalizzabile, memorizzando un numero a scelta.

Inoltre il cordless è dotato di particolari funzioni di sicurezza come l’attivazione automatica del “viva-voce” in caso di chiamata e l’invio di un segnale alla centrale operativa quando la batteria si sta per scaricare.

MyDoctor@Home

Da dicembre 2010 è attivo in Piemonte l’innovativo servizio di telemonitoraggio domiciliare MyDoctor@Home che consente di monitorare i pazienti affetti da alcune patologie croniche direttamente da casa, grazie alle tecnologie di Telecom Italia. Il suo utilizzo permette un importante miglioramento della qualità di vita dei pazienti e di ottenere un risparmio

sino all’80% per il sistema sanitario sui costi relativi al ricovero ospedaliero. Attraverso una riduzione degli spostamenti per andare dal medico tale servizio consente anche una riduzione delle emissioni di CO₂ generate dall’utilizzo dei mezzi di trasporto. Per ulteriori informazioni sul servizio si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com.

1.5 SERVIZI INNOVATIVI

Telecom Italia, in collaborazione con istituti di ricerca e università italiane e straniere, sviluppa numerosi servizi innovativi, alcuni dei quali in corso di sperimentazione. Questi servizi offrono un contributo importante al contenimento delle emissioni di CO₂ limitando le necessità di spostamenti sul territorio e contribuendo a promuovere stili di vita diversi e più sostenibili

Smart Services

Rappresentano una famiglia di servizi che intende fornire una risposta globale alle esigenze del territorio e delle città ai fini di un generale miglioramento della qualità della vita. Hanno l'obiettivo di promuovere il modello di "città intelligenti" attraverso lo sviluppo di servizi digitali innovativi in grado di

migliorare i settori-chiave per i Comuni quali l'efficienza, il monitoraggio ambientale, la sicurezza, la comunicazione ai cittadini e la promozione turistica.

I servizi oggetto dell'offerta nel 2010 sono stati:

- **Smart Town:** è una piattaforma integrata e scalabile che consente la gestione delle reti infrastrutturali del territorio per la realizzazione delle città digitali, con benefici per l'ambiente e le persone. Utilizza gli impianti di illuminazione pubblica esistenti consentendo un basso impatto realizzativo. La piattaforma abilita oggi l'erogazione dei seguenti servizi a valore aggiunto:
 - › efficienza energetica (permette la pianificazione dei consumi e della manutenzione);
 - › videosorveglianza intelligente (consente il monitoraggio del territorio per motivi di sicurezza);
 - › comunicazione digitale (migliora l'interazione con i cittadini e i fruitori in genere, come ad esempio i turisti);
 - › hot spot Wi-Fi (abilita l'accesso alla banda larga).

Un'applicazione di particolare interesse riguarda l'illuminazione pubblica: è possibile il controllo da remoto dell'illuminazione delle strade, il monitoraggio e la segnalazione di guasti, la gestione dell'accensione e dello spegnimento e la riduzione del flusso luminoso attraverso dispositivi installati sui lampioni.

- **Smart Building:** è una piattaforma integrata di gestione intelligente degli edifici e building automation. Con un minimo impatto realizzativo permette l'erogazione dei seguenti servizi:
 - › monitoraggio e riduzione consumi (elettricità, acqua, ecc.), con eventuale attribuzione a diversi centri di costo;
 - › videosorveglianza;
 - › comunicazione digitale;
 - › estensione della LAN dell'edificio tramite l'utilizzo della rete elettrica, come avviene per l'illuminazione pubblica con la soluzione Smart Town. Ogni punto luce può diventare un punto LAN con l'aggiunta di un semplice dispositivo collegato alla presa dell'impianto elettrico.

E-learning e didattica evoluta

La domanda di servizi didattici evoluti ha subito una profonda trasformazione nel corso degli ultimi anni. Dalla semplice fruizione elettronica di contenuti il focus si è spostato sulla diffusione e condivisione delle conoscenze mediante metodologie più coinvolgenti.

Nel corso del 2010 sono state avviate una serie di iniziative in ambito scolastico volte a soddisfare la domanda di servizi evoluti basati proprio sulla collaborazione, la comunicazione e il coinvolgimento attivo degli utenti finali:

- 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. Il protocollo prevede la collaborazione fra MIUR e Telecom Italia su due fronti principali: il lancio di nuove attività nell'ambito di Navigare Sicuri, il progetto di sensibilizzazione a un uso attento e consapevole del web (cfr. § Comunità/Le risposte agli stakeholder) e l'avvio nel corso dell'anno scolastico di sperimentazioni con scuole primarie e secondarie, orientate all'utilizzo di testi elettronici che, grazie a una piattaforma interattiva messa a disposizione da Telecom Italia, potranno essere adattati alle specifiche esigenze didattiche di studenti e insegnanti;
- la sperimentazione di didattica evoluta presso la scuola media Valgimigli, in provincia di Padova, basata sulla fruizione di contenuti in formato digitale e sull'utilizzo di dispositivi personali per gli allievi;
- la sperimentazione di didattica digitale innovativa per la scuola secondaria con l'Università Suor Orsola Benincasa di Napoli, con il coinvolgimento di due classi liceali dell'Istituto Scolastico omonimo. È prevista la partecipazione di allievi e docenti alla realizzazione di contenuti didattici multimediali, l'introduzione di strumenti del Web 2.0 e la fruizione attraverso dispositivi informatici di nuova generazione.

È proseguito l'utilizzo della piattaforma di e-learning di Telecom Italia da parte della Regione Campania che include un portale di servizi digitali per i docenti della Regione allo scopo di facilitare lo scambio di conoscenze e la fruizione di attività formative.

Infomobilità

Telecom Italia è da anni attivamente impegnata con tutti gli altri attori della catena del valore nel mercato dei servizi ITS (Information Technology Services) e Infomobilità con l'obiettivo di introdurre gradualmente il paradigma del veicolo sempre connesso con il mondo esterno (per es. centri servizio, infrastruttura a bordo strada, occupanti, altri veicoli, ecc.). Telecom Italia ha dato vita ad un Consorzio con Magneti Marelli per accelerare la diffusione di servizi telematici innovativi che contribuiscono a:

- migliorare l'efficienza nell'uso del "sistema trasporto" con un risultato positivo in termini di impatto ambientale (ecodriving, intelligent parking, ecc.);
- ridurre i tempi di percorrenza (raccolta e gestione dati di traffico, navigazione dinamica);
- aumentare la sicurezza (gestione merci pericolose, ecc.);
- incrementare l'efficienza nella movimentazione di persone e merci (city logistics, gestione flotte, ecc.);
- diminuire i costi legati alla gestione della mobilità urbana ed extraurbana (controllo e gestione accessi, ecc).

Grazie al suo impegno nel settore Telecom Italia contribuisce attivamente alla realizzazione di un trasporto efficiente, più sicuro ed eco-sostenibile.

Mobile Ticketing/Fidelity/Payment

Telecom Italia ha sviluppato una serie di soluzioni di Mobile Ticketing e Mobile Fidelity di prossimità che permettono, tramite la SIM card del cellulare, di validare biglietti e abbonamenti per il trasporto pubblico e raccogliere punti fedeltà legati agli acquisti di prodotti. In questo ambito sono in corso sperimentazioni con le aziende di trasporti pubblici di Trento (Trentino Trasporti) e di Milano (ATM) e con il Gruppo Miroglio (attraverso il marchio Vestebene), in collaborazione con Olivetti. Inoltre Telecom Italia ha lanciato nel 2010 i servizi di Mobile Payment remoto per l'acquisto di un'ampia gamma di beni e servizi, tramite un'applicazione specifica sulla SIM card del cellulare, in partnership con il Consorzio Movincom e gli istituti finanziari che aderiscono all'iniziativa.

Green@Home

È un sistema di interconnessione via radio tra apparecchi domestici che si avvale di elettrodomestici "intelligenti" o di elettrodomestici tradizionali collegati alla rete elettrica tramite prese "intelligenti" in grado di abilitare i seguenti servizi:

- rilevazione dei consumi elettrici istante per istante degli elettrodomestici: la consapevolezza dei consumi favorisce comportamenti ispirati al risparmio energetico;
- gestione dello stand by, disconnettendo automaticamente dalla rete elettrica gli apparati non utilizzati e contribuendo al risparmio energetico delle famiglie;
- controllo e gestione degli elettrodomestici e dei vari dispositivi nel momento di picco di consumo di energia, evitando il sovraccarico della rete domestica con conseguente rischio di distacco dell'erogazione dell'energia o la necessità di dover passare a forniture con potenza superiore;
- monitoraggio dei consumi dal proprio terminale Wi-Fi: è possibile visualizzare i costi energetici di utilizzo dei prodotti e il sistema consiglia il momento in cui è più opportuno attivarli, ottimizzando sia i costi che il rispetto dell'ambiente.

TI-Green

È un servizio di energy management (www.tigreen.it) basato su soluzioni ICT che consente l'ottimizzazione dei consumi energetici attraverso sistemi di monitoraggio da remoto degli impianti, utilizzando sensori evoluti e applicazioni rese disponibili dai Data Center di Telecom Italia. Il servizio consente:

- l'analisi delle spese energetiche e dei relativi fabbisogni;
- la gestione e l'ottimizzazione dei consumi elettrici;
- il controllo e la riduzione della spesa relativa;
- le indicazioni di business intelligence sui dati raccolti e disponibili.

Queste soluzioni permettono di ridurre i consumi e le spese energetiche grazie alle seguenti attività: monitoraggio puntuale e integrato dei consumi energetici; visualizzazione di dati relativi a diverse sedi periferiche; attivazione di automatismi per la riduzione dei consumi; verifica della coerenza tra le bollette energetiche e consumi registrati; supporto nella scelta del fornitore di energia.

1.6 RICERCA E INNOVAZIONE NELLA E-SECURITY

Le attività di ricerca e innovazione nel settore della sicurezza delle informazioni si sono concentrate principalmente su:

- la definizione e lo sviluppo di nuove soluzioni tecnologiche per la protezione delle infrastrutture critiche con particolare attenzione alla protezione dei servizi DNS (Domain

- Name System) che sono alla base del corretto funzionamento di Internet;
- lo studio e la realizzazione di prototipi di applicazioni per la gestione integrata degli aspetti di governance, risk e compliance, attraverso l'uso di ambienti innovativi in grado di consentire tempi rapidi di sviluppo e diffusione di nuovi strumenti;
 - la definizione di nuovi meccanismi di trattamento dell'informazione, basati sul paradigma della generazione continua di nuovi pseudonimi, in grado di assicurare livelli superiori di privacy;
 - la standardizzazione degli aspetti di sicurezza delle reti trasmissive di nuova generazione con l'assunzione, tra l'altro, della guida del WG7 Security in ambito ETSI/TISPAN.

L'identificazione degli ambiti su cui focalizzare gli interventi ha tenuto conto sia delle esigenze espresse dai diversi stakeholder sia della necessità di presidiare i trend di evoluzione delle tecnologie e dei servizi, valutando anche le relative implicazioni per la sicurezza e la privacy.

Negli ultimi otto anni sono state depositate 45 domande di brevetto inerenti la sicurezza ICT, con una forte accelerazione, nel corso del 2010, dell'attività di trasferimento dei risultati dai laboratori ai settori operativi.

1.7 PROTEZIONE DEI MINORI

Le società del Gruppo hanno posto in essere numerose iniziative per tutelare i minori dai contenuti che possono ledere lo sviluppo psico-fisico (per es. contenuti violenti, razzisti o offensivi dei sentimenti religiosi, pornografici, ecc.).

In tale ottica sono state emanate linee guida per la classificazione e la verifica dei contenuti erogati dal Gruppo che riguardano non solo i contenuti offerti direttamente ma anche quelli di proprietà di terze parti che offrono i loro servizi acquistando spazi all'interno dei portali di Telecom Italia. Sono stati definiti sistemi di filtraggio e procedure per l'offerta sui portali del Gruppo di contenuti Internet per adulti, finalizzati a impedirne l'accesso ai minori.

Per quanto riguarda i servizi voce a sovrapprezzo Telecom Italia richiede un PIN per l'accesso ai servizi aventi contenuti osceni che comunque non rientrano tra quelli offerti dal Gruppo.

**LA TUTELA DEI MINORI DALLE POSSIBILI
INSIDIE CHE IL WEB PUÒ RISERVARE
E LA MASSIMIZZAZIONE DEI SUOI
VALORI POSITIVI IN TERMINI DI EDUCAZIONE
E INTRATTENIMENTO RAPPRESENTANO
PRIORITÀ PER IL GRUPPO**

Le televisioni del Gruppo non trasmettono contenuti che richiedano sistemi di filtraggio. Le modalità di trasmissione sono rispettose della normativa vigente e conformi alla legge e al Codice di Autoregolamentazione TV e Minori sottoscritto da Telecom Italia Media, che fa parte anche del Comitato preposto alla vigilanza sul codice. Sul sito www.la7.it sono richiamati i principi generali le norme di comportamento, i criteri di applicazione e le modalità di controllo che a seguito della sottoscrizione del Codice sono diventati vincolanti per tutte le emittenti del Gruppo a prescindere dalla tipologia di piattaforma utilizzata (analogica, satellitare, digitale terrestre, IPTV).

Il quadro legislativo italiano impone precisi obblighi in materia di gestione degli abusi, tutela dei minori, prevenzione e contrasto degli illeciti di natura informatica. Con l'emanazione della Legge 48/2008 questi ultimi sono stati ricompresi nell'ambito della disciplina prevista dal D.Lgs. 231/2001 che attribuisce maggiori responsabilità all'Azienda nella prevenzione di tali crimini.

Dal punto di vista organizzativo Telecom Italia ha individuato, all'interno della struttura

aziendale Security – funzione Risk Prevention – Protezione delle Informazioni, il ruolo di “Referente per la Polizia Postale”. Tale figura professionale gestisce i rapporti e i flussi informativi con le Autorità competenti (CNCPO – Centro Nazionale per il Contrasto della Pedo-pornografia Online, CNAIPIC – Centro Nazionale Anticrimine Informatico per la Protezione delle Infrastrutture Critiche, ecc.) e ha il compito di coordinare le relative attività all’interno del Gruppo, nel rispetto del quadro legislativo di riferimento.

Inoltre, 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 pedo-pornografico, nonché la gestione organizzativa/disciplinare degli illeciti informatici.

L’impegno di Telecom Italia al fianco delle istituzioni, degli organismi internazionali e delle associazioni impegnate sul tema, si sostanzia nelle seguenti iniziative:

- la gestione degli abuse desk: sono i gruppi di gestione operativa degli abusi differenziati per tipologia di servizio (residenziale e business) creati in conformità alle normative nazionali e comunitarie sulla protezione dei minori, la prevenzione della criminalità informatica e la lotta contro lo sfruttamento sessuale (pornografia minorile). Il loro compito è raccogliere le segnalazioni degli utenti/clienti esterni su presunti illeciti informatici o sulla presenza di materiale pedo-pornografico sulle reti del Gruppo per poi indirizzarle al Referente per la Polizia Postale per il coinvolgimento delle Autorità interessate;
- l’area tematica “abuse” sulla Intranet aziendale che informa e sensibilizza il personale aziendale circa le attività condotte e gli strumenti esistenti per prevenire gli illeciti informatici e per tutelare i minori che utilizzano i servizi Internet offerti;
- l’area tematica “Tutela dei Minori” sul portale www.telecomitalia.com con l’obiettivo di informare e sensibilizzare l’utente finale e tutti gli altri stakeholder sui corretti comportamenti da adottare durante la navigazione in rete, nonché sui valori e gli obiettivi che Telecom Italia persegue per il contrasto degli abusi informatici e la protezione dei minori;
- il modulo di segnalazione per i clienti/utenti Internet. Questo modulo, presente nei portali istituzionale e commerciale di Telecom Italia, può essere utilizzato dai clienti finali di Telecom Italia o dagli utenti esterni per segnalare eventuali illeciti di natura pedo-pornografica, nonché inerenti presunti abusi e/o crimini informatici, riscontrati durante la navigazione in Internet. La compilazione è guidata e la segnalazione può essere fatta anche in forma anonima;
- il booklet “Nati con la Rete” in distribuzione presso i negozi sociali, dedicato al pubblico degli adulti-genitori al fine di:
 - › illustrare le regole fondamentali per l’utilizzo sicuro di Internet;
 - › diffondere i pericoli che possono nascondersi nella rete;
 - › fornire gli strumenti per trasmettere ai figli le regole comportamentali e guidarli nella scelta dei contenuti da consultare;
- web filtering: in coerenza con il Decreto Attuativo della Legge 38/2006 (Decreto Gentiloni) che definisce i requisiti tecnici degli strumenti di filtraggio che i fornitori di connettività alla rete Internet devono utilizzare per impedire l’accesso ai siti segnalati dalla Polizia Postale tramite il CNCPO, Telecom Italia ha introdotto un sistema di filtraggio anche ai siti web esteri con contenuti pedo-pornografici;
- “Alice Total Security – Magic Desktop” per consentire ai minori di esplorare il web in modo sicuro, protegge la navigazione in Internet da eventuali attacchi o minacce informatiche grazie all’antivirus e al firewall centralizzato. Magic Desktop è un software che fornisce un sistema operativo parallelo a quello standard. I bambini imparano a usare il computer in modo semplice e divertente e i genitori possono selezionare i siti a cui i bambini hanno accesso e impostare la gestione della posta elettronica per scambiare mail solo con persone conosciute;

- la redazione delle “Linee guida per il contrasto della pedo-pornografia online” che hanno l’obiettivo di rendere il più possibile oggettiva e omogenea l’individuazione dei casi di pedo-pornografia da segnalare alla Polizia Postale. L’obiettivo è quello di minimizzare i potenziali problemi di incertezza interpretativa dei soggetti coinvolti (i moderatori di chat e/o servizi di community, gli sviluppatori, gli operatori di abuse desk, ecc.) e agevolare l’adempimento agli obblighi normativi vigenti. Le linee guida si allineano anche a quanto indicato dal CNCPO e dalle maggiori organizzazioni esterne presenti su questi temi (Save The Children, Telefono Azzurro, ecc.);
- la partecipazione al gruppo di lavoro “ITU Child Online Protection: Guidelines for industry”, coordinato da ITU (International Telecommunication Union). Telecom Italia ha contribuito alla redazione di una linea guida sul “Child Online Protection – COP” rivolta alle aziende del settore broadcasting, Internet e mobile. Attualmente nell’ambito dell’ITU Telecom Italia svolge il ruolo di Vice Chairman del Council Working Group on Child Online Protection (WG-CP);
- la partecipazione al gruppo di lavoro “GSMA – Mobile Alliance against Child Sexual Abuse Content”, in ambito GSM Association, per tutte le iniziative tecnologiche e di comunicazione rivolte alla tutela dei minori nel settore della telefonia mobile, tra cui un sito web dedicato ai bambini e ai ragazzi per educarli all’utilizzo sicuro di Internet;
- la partecipazione al progetto europeo Safer Internet, Work Programme 2010-2013: promosso da Save the Children e Adiconsum per proteggere i minori online nel contesto sociale europeo, che vede sempre più diffuso l’utilizzo dei social network e fornire gli strumenti per utilizzare con sicurezza i servizi web che abilitano la socializzazione in rete, i blog e l’instant messaging;
- la cooperazione con Telefono Azzurro: Telecom Italia ha messo a disposizione le infrastrutture e i servizi per il numero gratuito “114” Emergenza Infanzia (dal 2003) e il Numero Verde europeo “116000” per la segnalazione dei bambini scomparsi (da maggio 2009);
- il progetto “Navigare sicuri”, per sensibilizzare bambini, ragazzi e adulti (genitori e insegnanti) all’uso consapevole e responsabile di Internet per il quale si rinvia al § [Comunità/Le risposte agli stakeholder](#).

1.8 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 è stato sostanzialmente riconosciuto dall’Unione Europea come “Progetto Pilota per l’accesso dei Consumatori alla Giustizia”. Il modello nel corso degli anni è stato adeguato alle nuove normative/esigenze, informatizzato e reso più fruibile permettendo il raggiungimento di ottimi risultati (cfr. la sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com).

Ad oggi 20 associazioni dei consumatori hanno sottoscritto l’Accordo di Conciliazione Paritetica. Nel 2010 è proseguita la realizzazione di iniziative di formazione delle figure professionali dei “conciliatori”, con il coinvolgimento di personale dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM), dei Co.Re.Com e delle associazioni dei consumatori, oltre che di Telecom Italia. Sono stati promossi dibattiti, convegni e seminari per la diffusione della cultura conciliativa, anche con la partecipazione di esponenti del

LA CREAZIONE DI UNO SPORTELLO UNICO PER LA SOLUZIONE DELLE CONTROVERSIE SI È DIMOSTRATO UNO STRUMENTO EFFICACE PER IL MIGLIORAMENTO DEL DIALOGO E DELLA RELAZIONE CON I CLIENTI

Vertice aziendale.

Nel 2009 Telecom Italia, in ottemperanza agli impegni volontariamente assunti e approvati dall'AGCOM nel dicembre 2008, ha avviato la gestione delle domande di conciliazione presentate dalla clientela anche presso le sedi dei Co.Re.Com e delle Camere di Commercio, in un'ottica di "Sportello Unico", replicando il modello organizzativo applicato con successo per la Conciliazione Paritetica con le associazioni dei consumatori. 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 presso le sedi dei Co.Re.Com e delle Camere di Commercio sono basate su un approccio di attenzione alle esigenze del cliente, al pari della Conciliazione Paritetica, e consentono di migliorare il dialogo e la relazione indipendentemente dalla procedura scelta.

La creazione dello "Sportello Unico" ha consentito il raggiungimento degli obiettivi assegnati in termini qualitativi e di risultati numerici: rispetto all'anno precedente, nel 2010 si è avuto l'incremento del 23,7% del numero delle domande di conciliazione pervenute presso i Co.Re.Com e le C.C.I.A.A. (da 17.522 a 21.681). Di queste domande l'88,1% è stato discusso nel corso dello stesso anno e l'11,9% è stato annullato (non ci sono domande pervenute in attesa di discussione). La percentuale di domande di conciliazione discusse presso i Co.Re.Com e le C.C.I.A.A. conciliate nel periodo (rispetto al totale delle domande discusse nello stesso periodo) è stata pari all'85,9% (il 14,1% non è stato conciliato).

1.9 TUTELA DELLA PRIVACY E PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI

Per assicurare la protezione dei dati personali (D.Lgs. 196/03, c.d. "Codice Privacy") nello svolgimento delle attività di business, Telecom Italia si è dotata di un modello organizzativo articolato su funzioni centrali che presidiano, a livello di Gruppo, la corretta applicazione della normativa di settore. 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", interamente rivisto e aggiornato nel 2009, che definisce le disposizioni e le indicazioni operative per ogni adempimento di interesse.

Ai fini della diffusione e della corretta applicazione di tale normativa è stata svolta nel corso del 2010 un'intensa attività di formazione che ha visto la partecipazione di oltre 1.300 responsabili e referenti di funzioni centrali e territoriali.

Inoltre, nel corso del 2010 sono state riviste e aggiornate le policy di Gruppo che regolano i requisiti tecnici in materia di trattamento dei dati di traffico e di gestione delle abilitazioni di accesso ai sistemi informatici che trattano dati personali.

In merito al trattamento dei dati personali dei clienti, nel corso del 2010 sono state recepite le indicazioni del Garante per la protezione dei dati personali (Provvedimento del 25/6/2009) relativamente alle attività di "profilazione" dei clienti, attraverso l'applicazione dei requisiti prescritti per il trattamento dei dati a livello aggregato e la gestione dello specifico consenso dei clienti per la profilazione a livello di dettaglio.

Telecom Italia ha inoltre collaborato attivamente ai tavoli inter-operatore finalizzati alla ge-

stione della transizione verso il nuovo regime (c.d. “opt-out”) per le attività di marketing telefonico, che prevede la possibilità di contattare tutti i clienti che non si siano iscritti in un apposito Registro delle Opposizioni, istituito dal DPR 178/2010.

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 anche con l’apporto della società di Auditing e Compliance del Gruppo.

Infine, ai sensi della regola 26 dell’allegato B (Disciplinare tecnico in materia di misure minime di sicurezza) del Codice Privacy, Telecom Italia dà atto di aver redatto il Documento Programmatico sulla Sicurezza (DPS) per l’anno 2010 in cui sono descritti i criteri tecnici e organizzativi adottati per la protezione dei dati personali comuni, sensibili e giudiziari trattati con strumenti informatici, nonché il piano di formazione per gli incaricati del trattamento.

STRATEGIA

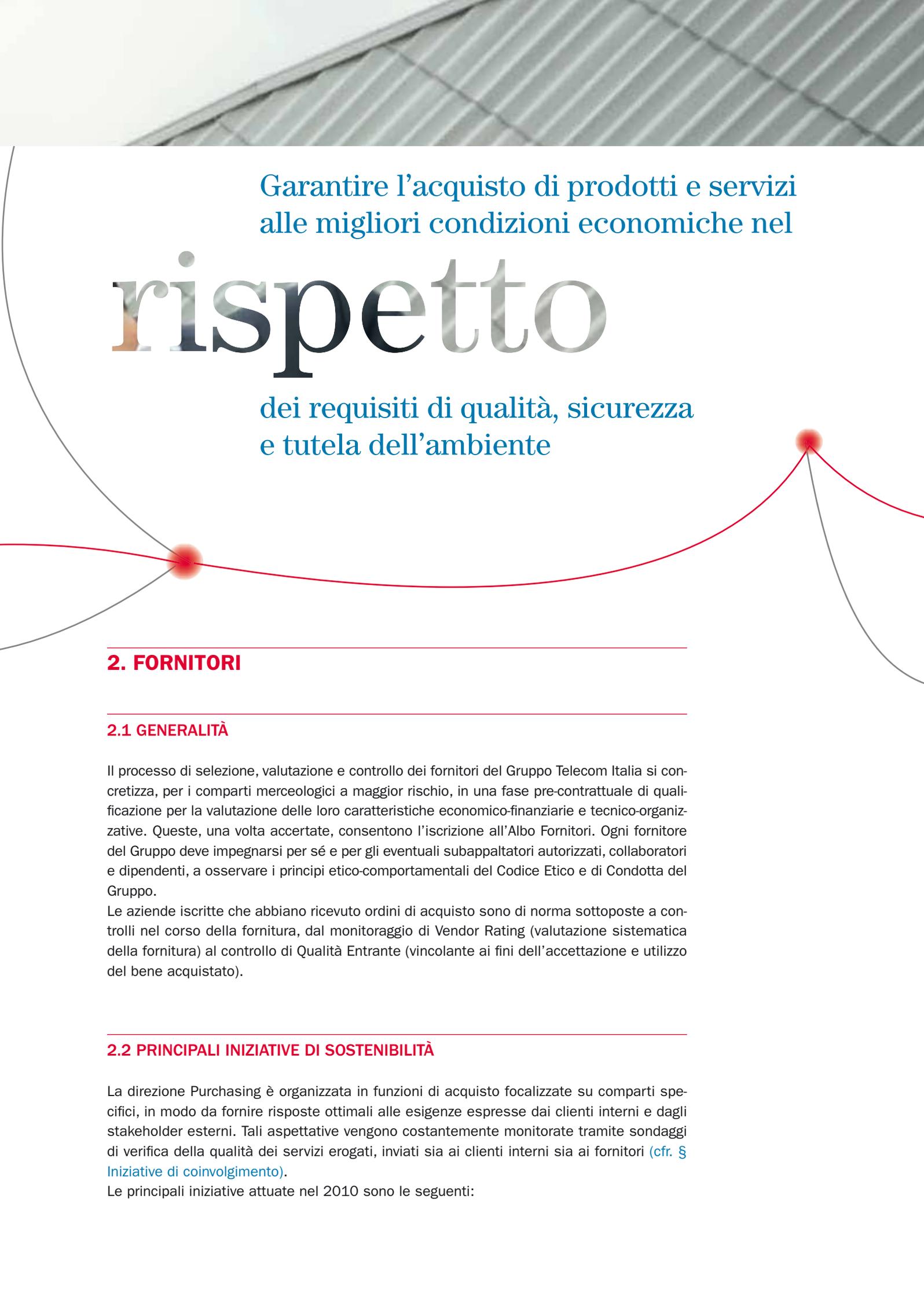
Nel Gruppo Telecom Italia il processo di acquisto è finalizzato all'approvvigionamento alle migliori condizioni di mercato di prodotti e servizi, assicurandone al contempo i requisiti di qualità, sicurezza e rispetto ambientale. Il processo di acquisto si basa sul confronto competitivo di offerte tecnico-economiche 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 green procurement, conseguendo le relative certificazioni di qualità.

STAKEHOLDER RILEVANTI

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





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

rispetto

dei requisiti di qualità, sicurezza
e tutela dell'ambiente

2. FORNITORI

2.1 GENERALITÀ

Il processo di selezione, valutazione e controllo dei fornitori del Gruppo Telecom Italia si concretizza, per i comparti merceologici 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, a osservare i principi etico-comportamentali del Codice Etico e di Condotta del Gruppo.

Le aziende iscritte che abbiano ricevuto ordini di acquisto sono di norma sottoposte a controlli nel corso della fornitura, dal monitoraggio di Vendor Rating (valutazione sistematica della fornitura) al controllo di Qualità Entrante (vincolante ai fini dell'accettazione e utilizzo del bene acquistato).

2.2 PRINCIPALI INIZIATIVE DI SOSTENIBILITÀ

La direzione Purchasing è organizzata in funzioni di acquisto focalizzate su comparti specifici, in modo da fornire risposte ottimali alle esigenze espresse dai clienti interni e dagli stakeholder esterni. Tali aspettative vengono costantemente monitorate tramite sondaggi di verifica della qualità dei servizi erogati, inviati sia ai clienti interni sia ai fornitori (cfr. [§ Iniziative di coinvolgimento](#)).

Le principali iniziative attuate nel 2010 sono le seguenti:

- è proseguita l'applicazione delle "Linee guida per la valutazione del ciclo di vita dei prodotti" (emesse nel 2007) relativamente a un campione di 46 prodotti. Attraverso un indice di eco-compatibilità le linee guida consentono di valutare in che misura i beni acquisiti, gestiti e commercializzati dal Gruppo, soddisfano i requisiti previsti dalle normative ambientali di riferimento e siano progettati, realizzati, utilizzati e dismessi in modo da facilitare la gestione dell'intero ciclo di vita dal punto di vista ambientale ed economico. La verifica è condotta per mezzo di un'autocertificazione, tramite apposito questionario corredato della documentazione a supporto. Successive verifiche a campione sono eseguite sugli elementi più significativi. Le famiglie di prodotti alle quali le linee guida si applicano, definite in base al volume di acquisto, impatto sulla reputazione aziendale, pericolosità e rischio economico e legale, sono le seguenti:
 - › prodotti destinati alla commercializzazione (terminali telefonici, centralini, fax, modem, ecc.);
 - › prodotti per ufficio (computer e periferiche, fotocopiatrici, ecc.);
 - › apparati e materiali di rete (stazioni di pressurizzazione, stazioni di energia, accumulatori, ecc.).
- È stata eseguita l'annuale campagna di verifiche di sostenibilità sociale e ambientale su un campione di 50 fornitori con l'obiettivo di promuovere una migliore applicazione dei criteri di sostenibilità nell'intera filiera di fornitura. Tale valutazione mira a stabilire l'aderenza ai principi enunciati nel Codice Etico di Telecom Italia circa la sostenibilità sociale e ambientale, il rispetto dei principi di conduzione etica d'impresa, l'adozione di procedure per assicurare la salute, la sicurezza e i diritti dei lavoratori, la tutela dell'ambiente. Le verifiche sono state condotte sulla base di un'autocertificazione da parte dei fornitori, tramite compilazione di un apposito questionario corredato della documentazione a supporto. Successive verifiche a campione sono eseguite sugli elementi più significativi emersi dai questionari. Le verifiche hanno riguardato fornitori presenti principalmente nei seguenti comparti di fornitura:
 - › Device & CPE
 - › Access Infrastructures
 - › IT
 - › Network
- Sono state avviate le attività di verifica di Corporate Social Responsibility (CSR) di fornitori e subfornitori previste dal Memorandum of Understanding (MOU), sottoscritto a fine 2009 da Telecom Italia, France Telecom e Deutsche Telekom.

SIGLATO UN ACCORDO FRA TELECOM ITALIA, FRANCE TELECOM E DEUTSCHE TELEKOM PER EFFETTUARE VERIFICHE DI SOSTENIBILITÀ PRESSO GLI STABILIMENTI PRODUTTIVI DI FORNITORI E SUBFORNITORI COMUNI LOCALIZZATI IN ASIA

Attraverso questo accordo è stata definita una comune metodologia di audit, mirata a verificare e migliorare le prestazioni sociali, etiche e ambientali degli stabilimenti produttivi localizzati in Asia. Gli audit sono stati condotti da referenziate società internazionali scelte tramite gara e hanno prodotto, per ogni fornitore verificato, un report utilizzato per definire le opportune azioni di miglioramento, il cui espletamento è stato poi monitorato con continuità dai membri dell'accordo.

Le linee guida dell'attività sono state:

- › adottare una filosofia di audit orientata a instaurare un rapporto di collaborazione con i fornitori;
- › eseguire verifiche con lo scopo di identificare il livello di conformità con i principi della CSR e definire le aree di miglioramento redigendo gli opportuni Piani di Azione Correttivi;
- › aumentare l'efficienza e la produttività, per i partecipanti al MOU e per i fornitori;
- › contribuire alla sostenibilità globale delle aree territoriali interessate dalle verifiche;
- › promuovere l'applicazione dei principi di CSR nella supply chain, attraverso la conoscenza e la riduzione dei rischi.

Le attività hanno riguardato dieci aree prioritarie: lavoro minorile, lavoro forzato, salute e sicurezza, libertà di associazione, discriminazioni, pratiche disciplinari, orari di lavoro, paghe, ambiente ed etica. La valutazione dei fornitori è stata svolta per mezzo di una check list pesata, composta da oltre cento domande, la cui applicazione ha consentito di classificare il fornitore verificato in quattro fasce progressive, da Poor a Excellent.

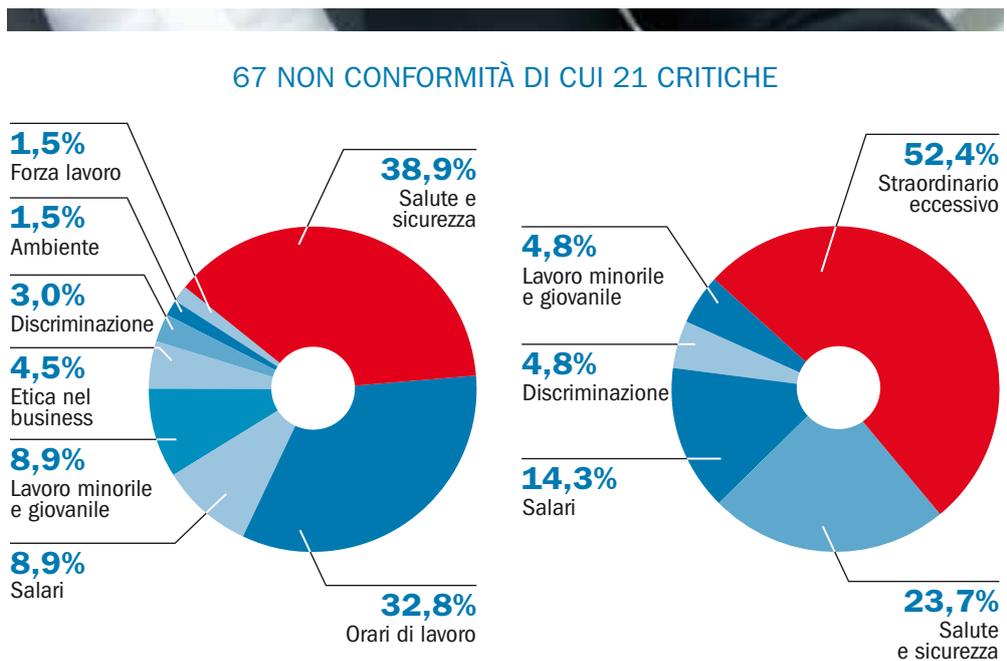
Nel corso dell'anno sono stati condotti 19 audit su fornitori e subfornitori con stabilimenti produttivi in cinque aree geografiche (Cina, India, Giappone, Taiwan e Corea), per un totale di oltre 100.000 dipendenti. Gli audit hanno comportato un impegno totale di circa trenta giorni di cui oltre il 20% del tempo è stato occupato per interviste ai lavoratori.

Per ogni fornitore è stato quindi redatto un Piano di Azione Correttiva (CAP) che ha definito i modi e i tempi di rientro dalle non conformità riscontrate durante l'audit. A ciò ha fatto infine seguito l'attività di follow-up che ha monitorato nel tempo lo sviluppo delle azioni correttive concordate.

Il campione scelto ha riguardato fornitori presenti principalmente nei seguenti comparti di fornitura:

- Device & CPE
- Network

I risultati dell'attività sono sintetizzati nei grafici seguenti:



17 NON CONFORMITÀ CHIUSE DI CUI 4 CRITICHE

- Nell'ottobre 2010 è stata confermata la certificazione di conformità alla norma ISO 9001:2008 del "Sistema di Gestione per la Qualità" per l'intera funzione Purchasing del Gruppo, con un particolare riconoscimento delle iniziative intraprese nel campo della sostenibilità. La certificazione ha comportato la mappatura di 23 processi della funzione con la definizione di 191 indicatori di performance, che consentono il monitoraggio e il miglioramento della gestione dei servizi forniti ai clienti interni e ai fornitori. È stata inoltre confermata la certificazione ISO14001 per le attività di Service Unit Facility and Real Estate e Acquisti infrastrutturali.
- È proseguita l'applicazione della Policy di Green Procurement definita nel 2009 e che fornisce le linee guida per stabilire i requisiti ambientali dei prodotti/servizi acquistati.

La Policy considera tutte le fasi vita del prodotto: progettazione, produzione, utilizzo, fine vita. Il documento, pubblicato sul Portale Fornitori di Telecom Italia (Green Procurement Policy) e nel canale di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com, contribuisce a orientare le politiche d'acquisto a favore di prodotti e servizi a basso impatto ambientale. In un'ottica di miglioramento continuo e di maggiore coinvolgimento dei fornitori sono state inoltre inserite, nel consueto sondaggio di soddisfazione annuale dei fornitori, alcune domande sulla Policy di Green Procurement e sull'aderenza del fornitore ai principi in essa enunciati.

2.3 CONTROLLI

Nel 2010 sono stati eseguiti in ambito tecnico circa 32.000 controlli sull'esecuzione di lavori, principalmente sulle fasi di installazione di nuovi impianti, sviluppo e manutenzione della rete. I controlli si sono focalizzati sul comparto delle imprese di rete, uno dei più importanti sia in termini di fatturato sia in termini di sostenibilità socio-ambientale, composto da quindici aziende che coprono l'intero territorio nazionale operando sulla rete d'accesso, la parte più estesa e capillare dell'infrastruttura aziendale.

I citati controlli rappresentano un campione statisticamente significativo per la valutazione della qualità dei lavori eseguiti nell'intero comparto e sono pari a circa il 3,4% del valore economico dell'attività.

Sempre nel 2010, a cura della funzione Purchasing, sono stati eseguiti sui fornitori i seguenti controlli:

- qualificazione fornitori: completati 599 iter di qualificazione relativi a 317 fornitori, dei quali 65 con esito negativo e 89 con riserva a tempo determinato;
- qualificazione subappaltatori: eseguite 354 verifiche di qualificazione, delle quali 9 con esito negativo;
- monitoraggi di Vendor Rating: emessi 26 report semestrali relativi a 345 fornitori;
- audit tecnico-organizzativi presso le sedi dei fornitori per controlli di Qualità Entrante riguardanti prodotti e servizi: 356 lotti di prodotto controllati, di cui 90 bloccati per non conformità;
- audit tecnico-organizzativi presso le sedi dei fornitori per iter di qualificazione: eseguite 174 verifiche relative a 104 fornitori, delle quali 17 con esito negativo e 20 con riserva a tempo determinato;
- audit tecnico-organizzativi nelle sedi dei subappaltatori a maggior rischio (attività impiantistiche/operative) per iter di qualificazione e autorizzazione all'utilizzo da parte delle imprese fornitrici: effettuate 188 verifiche relative a 146 fornitori, delle quali 6 con esito negativo e 12 con esito di riserva a tempo determinato.

I controlli di qualificazione con esito negativo comportano la mancata iscrizione del fornitore nell'Albo Fornitori del Gruppo Telecom Italia o la non autorizzazione all'utilizzo del subappaltatore.

2.4 INIZIATIVE DI COINVOLGIMENTO

Per il quarto anno consecutivo i principali fornitori del Gruppo sono stati coinvolti nel sondaggio di soddisfazione sulla direzione Purchasing e, più in generale, su Telecom Italia. Il questionario online, composto da 27 domande, è rimasto attivo per 2 settimane e l'analisi ha coinvolto 1.010 fornitori con accesso al Portale. La percentuale di adesione è stata del 48,7% con un significativo aumento rispetto al 2009 (32%).

L'esito complessivo medio dei 492 questionari compilati è stato pari a 73/100 in miglioramento rispetto al risultato dell'anno precedente (72/100).

È stata attivata una nuova e-community con i fornitori del comparto delle Infrastrutture Civili volta a migliorare la comunicazione con e tra i fornitori, soprattutto su tematiche riguardanti la sostenibilità sociale e ambientale.

Questa e-community si affianca a quella dei fornitori del comparto dei lavori di rete, già attiva dal 2008.

Le attività delle e-community si svolgono tramite l'utilizzo di una piattaforma di collaborazione denominata "TelecHome" e raggiungibile, attraverso il Portale Fornitori, tramite opportune credenziali di accesso. Il sito, sviluppato in logica Web 2.0, contribuisce all'interscambio nella e-community, al fine di:

- integrare le migliori pratiche operative adottate su temi specifici;
- pubblicizzare i risultati ottenuti in termini di conseguimento di realizzazioni e certificazioni ambientali/sociali;
- promuovere campagne di voto sulle varie iniziative per una loro valorizzazione.

2.5 RISULTATI 2010 E IMPEGNI 2011

| Argomento | Impegni 2010 | Status | Impegni 2011 |
|-----------------------------------|--|-----------|---|
| Certificazioni ISO9001 e ISO14001 | Mantenimento certificazioni ISO9001 della direzione Purchasing del Gruppo TI e ISO14001 per le attività di Service Center Facility e Acquisti infrastrutturali della stessa direzione. | Raggiunto | Mantenimento certificazioni ISO9001 della direzione Purchasing del Gruppo TI e ISO14001 per le attività di facility management della Service Unit Facility e Real Estate e per le attività di Acquisti infrastrutturali della stessa direzione. |
| Progetto e-community | Sviluppo ed estensione della e-community a ulteriori comparti e fornitori. | Raggiunto | Sviluppo e mantenimento delle e-community attive. |
| Green Procurement | Introduzione di criteri ambientali nelle specifiche d'acquisto di ulteriori prodotti/servizi. | Raggiunto | Proseguire il monitoraggio degli acquisti effettuati con criteri green e ampliare il loro volume. |
| | Attuare il piano azioni di green procurement e ampliare di conseguenza il volume di acquisti "green", attraverso l'utilizzo dello strumento del Life Cycle Cost Analysis nell'espletamento di gare d'acquisto. | Raggiunto | |
| | Proseguire l'applicazione delle "Linee guida per la valutazione del ciclo di vita dei prodotti" (LCA) alle famiglie di prodotti già individuati. | Raggiunto | Proseguire l'applicazione delle "Linee guida per la valutazione del ciclo di vita dei prodotti" (LCA) alle famiglie di prodotti già individuati. |
| Controlli sui fornitori | Definizione della nuova check list di etica e sostenibilità, da utilizzare nel corso della Campagna di Audit 2010 per la valutazione della Corporate Social Responsibility dei fornitori. | Raggiunto | Proseguire l'applicazione della check list di verifica della Corporate Social Responsibility ad un campione rappresentativo di fornitori. |
| | Estensione degli audit di sostenibilità a stabilimenti produttivi localizzati in estremo oriente. | Raggiunto | Estensione dell'attività di audit su stabilimenti produttivi di fornitori localizzati all'estero. |



STRATEGIA

Il Gruppo Telecom Italia intende mantenere un rapporto collaborativo e trasparente con le istituzioni nazionali e internazionali con l'obiettivo di facilitare il dialogo su temi di interesse comune e assicurare una corretta rappresentazione della posizione del Gruppo.

STAKEHOLDER RILEVANTI

Gli stakeholder di riferimento del Gruppo Telecom Italia sono:

- le istituzioni nazionali centrali: Parlamento, Governo, Ministeri, Pubblica Amministrazione;
- le istituzioni locali e loro associazioni rappresentative: Regioni, Province, Comuni, Comunità montane, Associazione Nazionale Comuni Italiani (ANCI), Unione delle Province d'Italia (UPI);
- l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM), l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM)

(per i quali si rinvia al § Concorrenti) e il Garante per la protezione dei dati personali (per la trattazione del tema si rinvia al § Clienti);

- le istituzioni europee e internazionali: la Commissione Europea e i Comitati di regolamentazione da questa presidiati, il Consiglio e il Parlamento europeo;
- l'Organizzazione per le Nazioni Unite (ONU): in particolare il Global Compact, l'UNEP (United Nations Environment Programme), l'UNFCCC (United Nations Framework Convention on Climate Change), l'ITU (International Telecommunication Union) e le altre agenzie ONU (per es. UNHCR).

Telecom Italia ha realizzato numerosi progetti in partnership con le istituzioni, descritti all'interno dei capitoli dedicati agli stakeholder, nei confronti dei quali i progetti producono i loro benefici (per es. Clienti e Comunità). Per un elenco di tali iniziative cfr. § Introduzione/Stakeholder Involvement.

L'importanza del dialogo

con le istituzioni per instaurare
una relazione costruttiva

3. ISTITUZIONI

3.1 RELAZIONE CON GLI STAKEHOLDER

Telecom Italia presidia costantemente l'attività di produzione normativa da parte delle istituzioni attraverso il monitoraggio dell'iter legislativo dei provvedimenti di possibile impatto aziendale e dei flussi di policy making (resoconti parlamentari e attività del Consiglio dei Ministri e della Commissione Europea), l'analisi delle iniziative legislative comunitarie e delle informazioni che derivano da contatti di natura informale.

Queste attività hanno l'obiettivo di:

- comprendere le aspettative delle istituzioni nazionali centrali ed europee e i trend evolutivi delle attività normative di iniziativa parlamentare, governativa e comunitaria;
- individuare possibili impatti sulla strategia e sulle attività di business del Gruppo;
- porre in essere eventuali strategie a tutela della posizione aziendale;
- creare un contesto istituzionale favorevole alla promozione degli interessi aziendali, nel rispetto delle regole di trasparenza e correttezza formale e sostanziale.

I risultati delle analisi e delle attività di coinvolgimento si trasformano in spunti operativi per attività di miglioramento continuo.

3.2 ISTITUZIONI NAZIONALI CENTRALI

L'attività di relazione avviene principalmente con i parlamentari componenti le Commissioni di Camera e Senato coinvolti su temi di possibile impatto aziendale come, per esempio, quelli che riguardano temi di natura economico-finanziaria, privacy, telecomunicazioni, Internet e TV. Anche la partecipazione alle audizioni parlamentari rappresenta un modo per approfondire tematiche specifiche e creare opportunità di confronto su temi oggetto di dibattito parlamentare.

Nei confronti delle istituzioni l'attività di presidio legislativo si concretizza spesso nella predisposizione e presentazione di proposte emendative ai singoli provvedimenti.

Telecom Italia fornisce inoltre il proprio supporto informativo ai Ministeri (prevalentemente al Ministero dello Sviluppo Economico) per quanto concerne l'attività relativa al sindacato ispettivo (interrogazioni parlamentari) nei confronti del Gruppo.

Nel corso dell'anno Telecom Italia ha seguito in particolare l'iter legislativo del c.d. "Decreto incentivi", convertito nella Legge n. 73 del 22 maggio 2010, nel cui ambito sono state approvate disposizioni per la semplificazione amministrativa nella realizzazione delle reti fisse e mobili, con specifico riferimento alla normativa sugli scavi in microtrincea e le attività riguardanti l'installazione di siti UMTS. Sempre sul fronte della semplificazione sono state recepite, nell'ambito del DPR n. 139 del 9 luglio 2010 (regolamento per la semplificazione delle autorizzazioni paesaggistiche per interventi di lieve entità), le disposizioni relative allo snellimento delle autorizzazioni previste per l'installazione di specifiche tipologie di impianti mobili e fissi su palificazione.

Telecom Italia ha monitorato anche l'iter del regolamento in materia di privacy recante l'istituzione e la gestione del Registro Pubblico degli Abbonati che si oppongono all'utilizzo del proprio numero telefonico per vendite o promozioni commerciali (DPR n. 178 del 7 settembre 2010). Con l'istituzione del Registro viene introdotto in Italia il sistema dell'opt-out nel campo del telemarketing, in base al quale i soggetti presenti negli elenchi pubblici degli abbonati possono essere contattati telefonicamente per fini commerciali solo qualora non abbiano esercitato esplicitamente il diritto di opposizione.

Nell'ambito dell'iter legislativo della legge di stabilità 2011 (Legge n. 220 del 13 dicembre 2010), Telecom Italia ha monitorato, in particolar modo, le disposizioni riguardanti le procedure per l'assegnazione ai servizi di comunicazione elettronica mobile dei diritti d'uso delle frequenze televisive.

Infine, in occasione dell'audizione parlamentare svoltasi alla Camera dei Deputati il 19 ottobre 2010, il Vertice di Telecom Italia ha avuto l'opportunità di rendere note le linee del Piano Industriale 2010-2012.

Anche TI Media dialoga con le istituzioni su temi di interesse aziendale. È proseguita l'interazione con il Ministero dello Sviluppo Economico - Dipartimento Comunicazioni - in relazione al processo di digitalizzazione che quest'anno ha coinvolto il Piemonte orientale, la Lombardia, l'Emilia Romagna, il Veneto e il Friuli Venezia Giulia, secondo il calendario ministeriale del 10 settembre 2008 e successive modifiche.

Il Dipartimento Comunicazioni ha istituito una specifica task-force per il passaggio al digitale di queste aree, di cui fa parte anche TI Media.

3.3 ISTITUZIONI NAZIONALI LOCALI

A livello locale Telecom Italia dialoga costantemente con le istituzioni su tematiche di carattere generale relative al settore delle comunicazioni elettroniche e su tematiche di interesse per il business aziendale, per affrontare i problemi rilevati e promuovere l'immagine del Gruppo. Il dialogo si svolge sia direttamente con gli enti locali sia con le loro associazioni rappresentative: ANCI e UPI.

Il monitoraggio e l'interazione costante con i centri decisionali delle istituzioni locali avvengono per mezzo di audizioni, partecipazioni ai workshop, ai lavori delle Commissioni regionali e ai tavoli di lavoro specialistici. Inoltre Telecom Italia organizza frequentemente iniziative di comunicazione su tematiche specifiche di interesse locale.

Fondamentale è il coordinamento con le funzioni aziendali operanti a livello territoriale per acquisire informazioni riguardo alle istanze e alle aspettative provenienti dalle istituzioni locali e predisporre le soluzioni idonee.

Tra i temi principali oggetto del dialogo con gli enti locali nel corso del 2010 vi sono stati:

- la copertura territoriale e la riduzione del Digital Divide;
- la realizzazione di strutture per la banda larga che ha visto la firma di Protocolli di Intesa con UPI e ANCI;
- la rimozione di impianti di telefonia pubblica (cabine telefoniche) che ha visto anche l'ascolto dei cittadini nell'ambito della procedura concordata con l'AGCOM;
- la firma di vari Protocolli di Intesa con istituzioni centrali, enti locali e loro associazioni rappresentative (per es. ANCI) sul tema degli Smart Services ([vedi box nella pagina](#)).

3.4 ISTITUZIONI COMUNITARIE E INTERNAZIONALI

Anche i rapporti con le istituzioni europee e internazionali si svolgono in linea di massima secondo le logiche precedentemente descritte, con il coinvolgimento in molti casi degli altri operatori ICT. Le azioni poste in essere sono sia di tipo istituzionale (per es. partecipazione a consultazioni pubbliche, workshop, riunioni delle Commissioni parlamentari) sia di tipo collaborativo (incontri con la Commissione UE) attraverso azioni individuali e/o con la partecipazione degli altri operatori. Tra le tematiche affrontate a livello europeo, oggetto dei principali atti normativi/regolamentari d'interesse del Gruppo, vi sono la Comunicazione sulla Digital Agenda, la Broadband Strategy, la Raccomandazione sull'accesso regolato alle Next Generation Networks (NGN), la proposta di Decisione sul Radio Spectrum Policy Programme, la consultazione pubblica sulla Net Neutrality, la revisione della Direttiva Quadro sulla protezione dei dati, la revisione del Regolamento Roaming, la consultazione sulla revisione del Servizio Universale.

Per quanto riguarda i rapporti con l'ONU, particolare rilievo assumono le attività svolte nell'ambito del Global Compact che si sostanziano nella partecipazione al gruppo di lavoro sui diritti umani e alle attività del Network italiano. Telecom Italia, TI Media e Tim Brasil, le tre società del Gruppo che hanno aderito al Global Compact, compilano annualmente la "Communication on Progress", il documento che riporta i progressi registrati dalle aziende nella promozione e nell'applicazione concreta dei dieci principi del Global Compact.

Smart Services

Si tratta di una famiglia di servizi che intende fornire una risposta globale alle esigenze del territorio e delle città ai fini di un generale miglioramento della qualità della vita, in linea con le Raccomandazioni della Commissione Europea su promozione e adozione di soluzioni innovative attraverso l'uso dell'ICT. L'obiettivo è la realizzazione delle cosiddette "Smart City", città intelligenti in cui i servizi digitali innovativi sono in grado di migliorare settori-chiave quali l'efficienza energetica, il monitoraggio ambientale, la sicurezza, la comunicazione ai cittadini e la promozione turistica.

Nel 2010 Telecom Italia ha siglato vari Protocolli di Intesa con le istituzioni per avviare progetti di ricerca e di sperimentazione concreta sul territorio degli Smart Services:

1. il Protocollo di Intesa con il Ministero per la Pubblica Amministrazione e l'Innovazione, il Consiglio Nazionale delle Ricerche per la creazione dello Smart Services Cooperation Lab che svolge attività di ricerca e sviluppo;
2. il Protocollo di Intesa con la Regione Umbria, la Provincia di Terni, il Comune di San Gemini per la creazione di un "Laboratorio Vivente" (Living Lab) per sperimentare sul campo il modello di città intelligente;

3. il Protocollo di Intesa per l'avvio del Laboratorio Smart Cities siglato con l'Associazione Nazionale Comuni Italiani (ANCI). Telecom Italia, in qualità di partner tecnologico e l'ANCI in qualità di supervisore e coordinatore, collaboreranno insieme ai Comuni partecipanti - inizialmente i Comuni di Piacenza e Prato - per individuare soluzioni progettuali innovative in grado di migliorare l'efficienza energetica e ambientale e di promuovere lo sviluppo del territorio e consentire l'erogazione di servizi innovativi per la collettività.



STRATEGIA

Le società del Gruppo promuovono una competizione leale, considerata funzionale ai propri interessi e a quelli di tutti gli operatori di mercato, dei clienti e degli stakeholder in genere. Promuovono e partecipano a iniziative e progetti in collaborazione con i concorrenti, alla gestione di tavoli tecnici e alle attività delle associazioni di categoria.

STAKEHOLDER RILEVANTI

Gli stakeholder con cui si confronta il Gruppo in questo ambito sono:

- gli OLO (Other Licensed Operator), operatori alternativi di telecomunicazioni grandi e piccoli, di rete fissa e di rete mobile;
- l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM);
- l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM);

- le associazioni, le federazioni e le associazioni di categoria:

- › in Italia: Confindustria, CSIT (Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici), Asstel, Assoelettrica, Assinform, Fondazione Ugo Bordoni, Distretto dell'audiovisivo e dell'ICT, FRT (Federazione Radio e Televisioni), HD Forum (Forum per l'Alta Definizione), DGTvì (l'Associazione nazionale per il digitale terrestre), Auditel, CNID (Comitato Nazionale Italia Digitale)
- › nel mondo: ETNO (European Telecommunications Network Operators' Association), EIF (European Internet Foundation), EABC (European-American Business Council), ITU (International Telecommunication Union), EITO (European Information Technology Observatory), BIAC (Business and Industry Advisory Committee), BEREC (Body of European Regulators for Electronic Communications), GeSI (Global e-Sustainability Initiative).

L'importanza di una competizione leale
per tutti gli

stakeholder

4. CONCORRENTI

4.1 RELAZIONE CON GLI STAKEHOLDER

Telecom Italia gestisce i rapporti associativi e coordina le attività di rappresentanza nei confronti di Confindustria e delle altre associazioni.

Le iniziative, a livello nazionale e locale, consistono nello svolgimento di azioni e incontri relativi allo sviluppo del business e al presidio degli interessi aziendali sui temi economici, normativi, sindacali e del lavoro. Tali iniziative si basano sul dialogo e sul confronto delle rispettive posizioni al fine di individuare, ove possibile, una posizione comune di settore da rappresentare in sede istituzionale nazionale e comunitaria.

Il Gruppo aderisce a oltre 100 associazioni territoriali tra cui, in particolare, Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici, Asstel e Assoelettrica. Nel 2010 Telecom Italia ha aderito ad Assinform, l'Associazione nazionale delle principali aziende di Information Technology operanti sul mercato italiano, che svolge un ruolo di collegamento tra le principali forze economiche, politiche e istituzionali per lo sviluppo dell'Italia come Sistema Paese, attraverso il ricorso all'innovazione e alle nuove tecnologie.

Insieme agli altri operatori Telecom Italia partecipa alla Fondazione Ugo Bordoni (FUB) che ha lo scopo di realizzare ricerche e studi nel settore delle comunicazioni e dell'informatica al fine di promuovere il progresso scientifico e l'innovazione tecnologica. La Fondazione, in cui la Pubblica Amministrazione esercita funzioni di gestione e controllo, svolge attività di consulenza nei confronti del Parlamento, del Governo e delle Autorità amministrative indipendenti.

Telecom Italia partecipa anche al Distretto dell'Audiovisivo e dell'ICT, un Consorzio di circa 60 imprese che operano nei settori dell'informatica, delle telecomunicazioni e dei media. Patrocinato dal Comune di Roma, dall'Unione degli Industriali e dalla Camera di Commercio di Roma, il Distretto ha l'obiettivo di esprimere e rappresentare, nel proprio ambito, le attività industriali e dei servizi che operano nella nuova area economica della grande convergenza o multimedialità.

Telecom Italia e Telecom Italia Media hanno aderito, come soci fondatori, all'HD Forum che ha l'obiettivo di promuovere e diffondere l'alta definizione in Italia. L'adesione al Forum facilita l'aggiornamento costante sulle attività dei competitor (in particolare Sky, Mediaset e Fastweb), relative all'alta definizione e la promozione di iniziative di indirizzo normativo e di standardizzazione.

TI Media, in qualità di membro del Comitato di Presidenza, aderisce alla Federazione Radio e Televisioni, che riunisce 150 emittenti locali e radio, ed è associata a DGTVi insieme a Rai, Mediaset, D-Free e le associazioni che riuniscono le televisioni locali. Nell'ambito dell'Associazione opera un'apposita task-force istituita per le Regioni che, sulla base del calendario ministeriale, affrontano il passaggio dalla TV analogica a quella digitale (nel 2010 Piemonte orientale, Lombardia, Emilia Romagna, Veneto e Friuli Venezia Giulia). Un rappresentante di TI Media fa parte del Consiglio di Amministrazione del DGTVi.

TI Media è socio di Auditel con una quota del 3,33% e ha un rappresentante nel Consiglio di Amministrazione e uno nel Comitato tecnico. Auditel è l'unico soggetto riconosciuto in Italia per le rilevazioni degli ascolti anche dagli operatori pubblicitari, i quali valorizzano le inserzioni pubblicitarie sui singoli canali televisivi proprio sulla base dei "dati" registrati da Auditel. TI Media partecipa ai lavori del CNID (Comitato Nazionale Italia Digitale) che riunisce tutti i rappresentanti della catena del valore del mercato digitale ed è presieduto dal Ministro dello Sviluppo Economico, affiancato da due vicepresidenti (un Commissario dell'AGCOM e il Presidente di DGTVi). Il Comitato agisce attraverso quattro diversi gruppi operativi a livello di singola area: Tecnica e Sviluppo Reti, Monitoraggio e Dati, Comunicazione e Assistenza Clienti, Problematiche Specifiche del Servizio Pubblico Radiotelevisivo.

Nel 2003 TI Media e MTV hanno sottoscritto il Codice di Autoregolamentazione TV e Minori in applicazione del quale è stato costituito il Comitato per la tutela dei minori in TV con funzioni di controllo del rispetto degli impegni assunti nel Codice. TI Media è stata eletta come rappresentante delle emittenti e ha quindi una posizione di osservatore privilegiato nei confronti delle istituzioni ai fini del mantenimento di un dialogo costruttivo con il settore.

Continua la crescita di Tivù, società partecipata da TI Media al 3,5%, che a fine dicembre 2010 ha raggiunto l'attivazione di 780.000 carte, superando di molto gli obiettivi prefissati per il 2010. Tivù ad agosto 2009 ha iniziato la diffusione di servizi commerciali dei programmi in chiaro su piattaforma satellitare, con l'obiettivo di promuovere un'unica piattaforma di servizi per il digitale terrestre e il satellitare (tivùsat).

Relativamente a quanto disposto dal Codice di Autoregolamentazione in materia di rappresentazione di vicende giudiziarie nelle trasmissioni radiotelevisive, a dicembre 2009 è stato costituito il Comitato per l'accertamento di eventuali violazioni del Codice stesso e per l'adozione delle conseguenti misure correttive.

Obiettivo del Codice è contemperare il diritto all'informazione sulle vicende giudiziarie con il rispetto dei diritti inviolabili della persona, attraverso l'osservanza dei principi di obiettività, completezza e imparzialità.

4.2 POSIZIONAMENTO COMPETITIVO

Annualmente viene effettuata una ricerca quali-quantitativa per analizzare la forza delle marche Telecom Italia e TIM, sia in termini assoluti sia nei confronti dei concorrenti. Per la sola Telecom Italia viene anche realizzata un'indagine con focus specifico sui target business (ex SOHO ed ex SME) in termini di valore della marca e posizionamento competitivo nei confronti dei principali competitor.

Trimestralmente viene inoltre svolta una ricerca quantitativa su un campione rappresentativo della popolazione italiana per misurare l'immagine dei gestori di servizi di telecomuni-

cazioni e di telefonia mobile.

Infine, vengono effettuate periodicamente ricerche quantitative su un campione rappresentativo della popolazione italiana adulta per misurare l'efficacia della pubblicità per la telefonia fissa, mobile e per i servizi di telecomunicazioni. Tali indagini rilevano la notorietà dei singoli gestori, la conoscenza spontanea e sollecitata della pubblicità, il ricordo attinente e il gradimento della pubblicità.

È stato attivato il monitoraggio della reputazione di Telecom Italia sul web, attraverso una metodologia di ricerca automatica e di catalogazione semi-automatica che a partire dall'analisi del volume delle conversazioni attinenti a Telecom Italia nei siti web italiani più significativi, permette di ottenere una classificazione in base alla fonte, al formato e alla valenza. L'obiettivo è quello di tracciare la percezione in termini di immagine dei brand Telecom Italia e TIM. All'interno di questo processo viene calcolato anche un indice di rischio reputazionale, basato su un algoritmo che pondera l'importanza del sito/canale che ospita il messaggio (audience potenziale), la valenza del messaggio (positiva o negativa) e la rilevanza della categoria di conversazione per l'Azienda.

4.3 SERVIZI AGLI OLO

La direzione di Telecom Italia National Wholesale Service (NWS) è il punto di riferimento commerciale per gli altri operatori licenziatari (OLO – Other Licensed Operator) per la fornitura di infrastrutture di rete e servizi, finalizzata alla successiva commercializzazione da parte degli stessi OLO di servizi di comunicazione elettronica alla propria clientela finale. NWS cura le fasi di progettazione, offerta, contrattualizzazione, vendita, assistenza e fatturazione dei prodotti/servizi forniti. La separazione organizzativa e amministrativa tra le direzioni Retail di Telecom Italia e NWS, che annualmente viene certificata da un ente esterno, assicura il rispetto dei principi di parità di trattamento e di non discriminazione, sanciti dalla vigente normativa regolatoria e in particolare dalla Delibera 152/02/CONS.

NWS è la struttura organizzativa creata per rispondere alle esigenze commerciali degli altri operatori licenziatari. Definisce e propone annualmente l'offerta di riferimento per i vari mercati wholesale. L'iter di approvazione di ciascuna offerta prevede approfondimenti congiunti e revisioni svolte a seguito di chiarimenti richiesti dall'AGCOM, che ne approva i contenuti e controlla l'operato di NWS a garanzia della tutela della concorrenza. L'AGCOM è anche il Garante e l'Autorità di riferimento nelle cause promosse dagli OLO e dagli utenti finali in materia regolamentare.

Ogni OLO ha un rapporto diretto con il proprio Account Manager di riferimento nella funzione Sales di NWS che acquisisce le richieste dell'OLO di propria competenza, personalizzando i relativi strumenti contrattuali di offerta nel rispetto degli obblighi regolamentari vigenti. Tali contratti includono clausole che stabiliscono un monitoraggio costante delle diverse fasi di fornitura del servizio, prevedendo che alcuni dei principali indicatori siano oggetto di periodica comunicazione all'AGCOM. Il presidio del cliente avviene pertanto in modo continuativo ed è formalizzato tramite lo svolgimento di conference call, videoconferenze e incontri in cui vengono coinvolte tutte le funzioni aziendali interessate.

Telecom Italia, in un'ottica di miglioramento dei processi aziendali, ha presentato una serie di "impegni" atti a migliorare le performance di fornitura dei servizi agli OLO che, a seguito del Procedimento 351/08/CONS, sono stati approvati dall'AGCOM e sono entrati in vigore il 1° gennaio 2009 (per approfondimenti [cfr. § Impegni relativi alla rete di accesso](#)).

Per ulteriori informazioni sulle iniziative di dialogo e di coinvolgimento (Wholesale Forum, Wholesale Tour, Portale Wholesale), nonché sulle iniziative di caring (Centri Nazionali di Assistenza) e di rilevazione della soddisfazione degli OLO, si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com.

4.4 AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI (AGCOM)

Telecom Italia interagisce con l'AGCOM con l'obiettivo di contribuire al governo del processo regolamentare sui temi ritenuti materiali per l'accrescimento del valore dell'Azienda, cercando di influenzare i cambiamenti del mercato nel medio-lungo periodo. In quest'ottica persegue un dialogo leale e un confronto continuo con le Autorità e le istituzioni allo scopo di pervenire a una regolamentazione semplice, efficace e simmetrica. Inoltre il Gruppo mette a disposizione le proprie conoscenze partecipando a consultazioni pubbliche, audizioni istituzionali, convegni, incontri pubblici e presentando apposite memorie e istanze. Il confronto costante con l'AGCOM e le istituzioni fa sì che Telecom Italia ne acquisisca le opinioni, fornendo risposte trasparenti e affidabili, e anticipi gli eventi creando e cogliendo le migliori opportunità per l'Azienda. Per ulteriori informazioni sui riferimenti normativi che regolano consultazioni pubbliche, analisi di mercato, indagini conoscitive e risoluzione di controversie tra operatori si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com.

Telecom Italia fornisce le risposte dovute (es. consultazioni pubbliche, memorie difensive, fornitura dati e informazioni di varia natura, ecc.) garantendo sempre la completezza e l'affidabilità del contributo.

In caso di procedure di infrazione Telecom Italia presenta memorie, perizie e altri scritti difensivi, chiedendo di essere sentita dal responsabile del procedimento sui fatti oggetto di contestazione. Telecom Italia può valutare di presentare una proposta, previa cessazione della condotta contestata, finalizzata a migliorare le condizioni della concorrenza nel settore rimuovendo le conseguenze anticompetitive attraverso idonee e stabili misure.

4.5 AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO (AGCM)

Nell'ambito della tutela della concorrenza e del consumatore il Gruppo Telecom Italia interagisce con l'Antitrust sia in via preventiva sia in occasione dei procedimenti da questa avviati. In via preventiva le funzioni aziendali, oltre a rispondere alle richieste che l'Autorità trasmette con regolarità per svolgere i compiti attribuiti dalla Legge 287/90 e dal Codice del Consumo, organizzano periodicamente degli incontri informativi. L'obiettivo è agevolare, in ottica di trasparenza, la comprensione dell'evoluzione del mercato e gli effetti sulle aree di competenza della stessa Autorità.

Tra le materie oggetto d'informazione preventiva vi sono l'evoluzione dell'offerta di Gruppo, il posizionamento aziendale su temi strategici come l'evoluzione della rete di accesso e la Net Neutrality, l'evoluzione dei criteri adottati per la determinazione dei prezzi in mercati nei quali l'Azienda è in posizione dominante, le caratteristiche tecniche ed economiche di alcune offerte contestate dai concorrenti.

In caso di apertura di procedimenti di contestazione il Gruppo fa valere le proprie ragioni nelle sedi opportune, in alcuni casi presentando all'Autorità impegni che fanno venir meno i presunti profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria. L'Autorità, valutati tali impegni, può renderli obbligatori e chiudere il procedimento senza irrogare alcuna sanzione pecuniaria (come avvenuto per esempio in occasione degli ultimi due procedimenti avviati nel 2008 che sono stati chiusi con l'accettazione degli impegni).

All'interno dell'Azienda esistono controlli preventivi sui processi con impatti potenzialmente rilevanti ai fini Antitrust come, per esempio, la predisposizione dei piani di marketing, l'evoluzione della contrattualistica, le condizioni di offerta dei servizi di telecomunicazioni, l'evoluzione dei sistemi informativi aziendali. I controlli mirano ad assicurare che la gestione operativa dei processi tenga in considerazione tali impatti potenziali. Per sensibilizzare e diffondere un corretto approccio al tema, nel 2010 è stato avviato un programma di formazione del management sull'applicazione della normativa sulla concorrenza.

4.6 IMPEGNI RELATIVI ALLA RETE DI ACCESSO

Nel dicembre 2008 l'AGCOM ha approvato gli impegni volontari presentati da Telecom Italia con la Delibera 718/08/CONS, suddivisi in 14 gruppi e tre ulteriori di tipo metodologico (variazione, scadenza, modulazione). L'impatto degli impegni sugli stakeholder interni (Azionisti) ed esterni (Clienti, Istituzioni, Concorrenti, Comunità) è riconducibile a differenti aspetti. In particolare:

- maggiore soddisfazione dei clienti wholesale e retail promuovendo l'innovazione nei processi interni, lo sviluppo e il miglioramento qualitativo della rete fissa d'accesso e dei relativi servizi, la riduzione del contenzioso;
- sviluppo della competizione leale tra i concorrenti, considerata funzionale all'interesse del Gruppo, del mercato, dei clienti e degli stakeholder in genere, promuovendo la parità di trattamento tecnica ed economica tra le funzioni commerciali di Telecom Italia e gli altri operatori;
- mantenimento di condizioni concorrenziali nella transizione verso le reti di nuova generazione, per assicurare la realizzazione di una rete aperta in grado di offrire alla Comunità servizi di qualità elevata;
- evoluzione della rete fissa d'accesso più trasparente per i concorrenti e le istituzioni attraverso la comunicazione dei Piani tecnici per la qualità e lo sviluppo delle infrastrutture;
- recepimento delle istanze provenienti dall'AGCOM, dalle associazioni dei consumatori e dagli operatori alternativi, contribuendo a sviluppare un modello di relazione e di soluzione dei problemi attraverso rapporti costruttivi, fondati su un clima di fiducia e di confronto continuo.

Fondamentali per gli impegni sono lo sviluppo di una nuova cultura centrata sul concetto di Equivalence⁽⁴⁾ e il ruolo di Open Access, la struttura costituita nel febbraio 2008 all'interno della direzione Technology & Operations che fornisce servizi di accesso alla direzione commerciale Retail di Telecom Italia e agli operatori alternativi attraverso NWS (per ulteriori informazioni cfr. § Servizi agli OLO). Le attività di Open Access e NWS per la produzione di servizi di accesso sono separate e gestite autonomamente dalle altre funzioni commerciali del Gruppo Telecom Italia. Sempre nel 2008 è stato costituito l'Organo di Vigilanza, un Comitato di garanzia che verifica la corretta esecuzione degli impegni, la parità di accesso degli altri operatori all'infrastruttura di rete fissa e il raggiungimento degli obiettivi di qualità del servizio.

La rete di accesso gestita da Open Access è un'infrastruttura di primaria importanza per l'intero Paese, attraverso la quale i player alternativi di mercato hanno collegato le proprie infrastrutture e offerto nuovi servizi alla Comunità.

Per informazioni in merito allo stato di attuazione degli impegni si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com.

4

Il concetto di Equivalence, introdotto con la Delibera 718 del 2008 supera il concetto di parità di trattamento di cui alla Delibera 152 del 2002. In sintesi "essere equivalenti" significa:

- porre in essere comportamenti non discriminatori nei confronti dei concorrenti; ovvero servire i clienti degli altri operatori come fossero clienti retail di Telecom Italia, fornendo cioè gli stessi servizi alle stesse condizioni e, soprattutto, con un identico livello di qualità;
- assicurare trasparenza al mercato, rendendo pubbliche le informazioni tecniche, economiche e commerciali, che includono i termini e le condizioni per la fornitura e l'uso dei servizi, e le caratteristiche e i piani di sviluppo della rete di accesso;
- garantire l'accesso e l'uso delle risorse di rete, accogliendo tutte le richieste ragionevoli degli OLO;
- definire dei prezzi orientati ai costi disponendo di contabilità specifiche degli stessi.



STRATEGIA

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

- ottimizzare l'utilizzo delle fonti energetiche e delle altre risorse naturali;
- minimizzare gli impatti ambientali negativi e massimizzare quelli positivi;
- perseguire il miglioramento delle performance ambientali;
- adottare politiche di acquisto sensibili alle tematiche ambientali;
- diffondere la cultura di un corretto approccio alle tematiche ambientali.

Per gestire in modo efficace e ambientalmente sostenibile i processi produttivi e di supporto il Gruppo si è dotato di un Sistema di Gestione Ambientale (SGA) certificato secondo la norma ISO14001 negli ambiti caratterizzati da un particolare impatto

nei confronti dell'ambiente. Presso due call center il Sistema di Gestione Ambientale è stato integrato con quello per la Gestione della Sicurezza basato sulla norma OHSAS 18001: entrambi hanno ottenuto la relativa certificazione.

La verifica dell'applicazione delle procedure è condotta attraverso audit interni su funzioni aziendali e imprese esterne.

Per ulteriori dettagli sul tema cfr. § Clienti/Certificazioni.

Costruire un futuro migliore

attraverso le soluzioni basate sulle
tecnologie dell'informazione e della
comunicazione

5. AMBIENTE

Telecom Italia considera il rispetto dell'ambiente e l'efficienza energetica come pilastri fondamentali del contributo allo sviluppo sostenibile che l'Azienda è in grado di offrire sia attraverso azioni specifiche messe in campo per gestire e ridurre i propri impatti sia attraverso soluzioni tecnologiche rivolte ai clienti, ai cittadini e ai soggetti operanti nei vari settori dell'economia (cfr. § [Cambiamento climatico](#)).

STAKEHOLDER RILEVANTI

Il rappresentante dello stakeholder ambiente può essere identificato nelle generazioni future che hanno diritto ad un ambiente non compromesso dagli impatti generati dallo sviluppo delle generazioni attuali. L'interesse del soggetto collettivo è identificabile con le istanze espresse da:

- le associazioni ambientaliste nazionali e internazionali;
- le istituzioni nazionali e internazionali;
- la comunità in genere, con particolare riferimento alle aree territoriali in cui Telecom Italia opera;
- le associazioni di settore e dalle organizzazioni no profit attive su tematiche di rilievo ambientale. Fra queste in particolare: CSR Europe, European Academy

of Business in Society (EABIS), 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).

Telecom Italia presta attenzione alle esigenze espresse dagli stakeholder interessati alla protezione dell'ambiente e mantiene attivi con essi molteplici canali di comunicazione come AVoiComunicare, il Festival della Scienza, il Future Centre di Venezia e le pagine dedicate sul sito Internet/Intranet di Gruppo, a cui si aggiungono momenti di incontro formale e informale con gli stakeholder.

Inoltre Telecom Italia promuove e in alcuni casi coordina progetti in ambito nazionale e internazionale sul tema.

5.1 PERFORMANCE AMBIENTALE

Le informazioni sulla performance ambientale sono state ricavate elaborando dati gestionali. Nel rispetto del principio di materialità sono state considerate solo le società controllate incluse nell'area di consolidamento con ricavi superiori a 300mila e numero di dipendenti superiore a 40, escludendo le società cessate e le attività non correnti destinate ad essere cedute.

I dati di performance ambientale riportati di seguito riguardano energia, emissioni atmosferiche, acqua, carta, rifiuti ed emissioni elettromagnetiche.

Energia

I consumi di energia di Telecom Italia S.p.A. e del Gruppo sono presentati secondo lo schema proposto dalla Global Reporting Initiative (GRI) nelle proprie Linee Guida – versione 3 (G3 Guidelines). Di seguito sono esposti i consumi diretti per riscaldamento e autotrazione (rif. Scope1 secondo il GreenHouse Gas Protocol) e a seguire quelli indiretti per acquisto e consumo di energia elettrica (Scope2).

Nella tabelle del capitolo ambiente riferite al Gruppo Telecom Italia si distinguono i seguenti perimetri di attività:

- Domestic: servizi e infrastrutture di telecomunicazioni e altre attività collegate svolte in Italia
- Brasile: servizi e attività di Tim Brasil
- Media: attività del Gruppo Media
- Olivetti: attività del Gruppo Olivetti

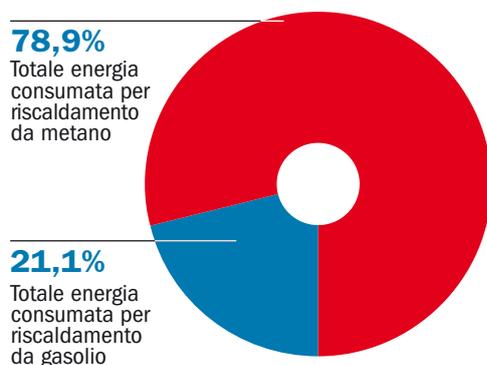
RISCALDAMENTO

| | | Telecom Italia S.p.A. 2010 | Variazione % | |
|---|----|-------------------------------|-----------------|-----------------|
| | | | 2010 su 2009 | 2010 su 2008 |
| ENERGIA GENERATA DA GASOLIO | MJ | 116.538.657 | 3,15% | (18,30%) |
| ENERGIA GENERATA DA METANO | MJ | 436.186.064 | (36,70%) | (36,28%) |
| TOTALE ENERGIA PER RISCALDAMENTO | MJ | 552.724.721 | (31,08%) | (33,18%) |

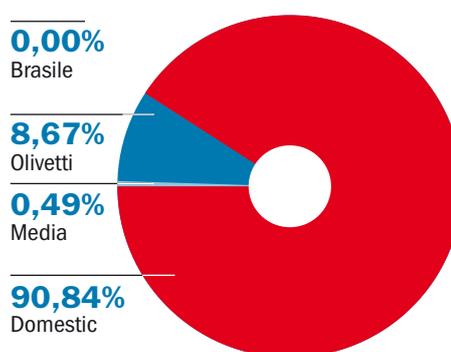
RISCALDAMENTO

| | | Gruppo 2010 | % di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo | | | |
|---|----|--------------------|--|--------------|--------------|--------------|
| | | | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
| TOTALE ENERGIA PER RISCALDAMENTO | MJ | 651.831.799 | 90,84% | 0,00% | 0,49% | 8,67% |

**CONSUMO DI ENERGIA
PER RISCALDAMENTO (%)
TELECOM ITALIA S.p.A.**



**CONSUMO DI ENERGIA
PER RISCALDAMENTO (%)
GRUPPO TI**



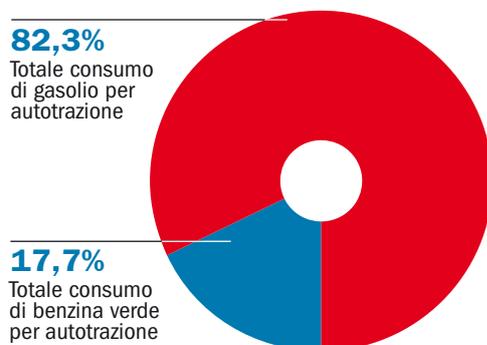
I dati della tabella relativa a Telecom Italia S.p.A. evidenziano una significativa riduzione dei consumi per riscaldamento. La ragione di questo trend è da ricercarsi essenzialmente nell'attivazione presso alcuni Centri di Elaborazione Dati (CED) di grandi impianti di cogenerazione che producono contemporaneamente energia elettrica ed energia termica, consentendo una forte riduzione negli acquisti di combustibili fossili utilizzati per il riscaldamento degli ambienti di lavoro. In Brasile le condizioni climatiche rendono non necessario il ricorso al riscaldamento degli ambienti.

AUTOTRAZIONE

| | | Telecom Italia S.p.A. 2010 | Variazione % | |
|---|----|----------------------------|----------------|----------------|
| | | | 2010 su 2009 | 2010 su 2008 |
| CONSUMO DI BENZINA VERDE | I | 3.855.832 | (27,73%) | (62,07%) |
| CONSUMO DI GASOLIO | I | 17.953.949 | 1,56% | 23,74% |
| TOTALE ENERGIA PER AUTOTRAZIONE(*) | MJ | 764.340.305 | (4,71%) | (9,50%) |

*
Rappresenta la conversione in Mega-Joule dei consumi di benzina verde e gasolio espressi in litri.

COMBUSTIBILI PER AUTOTRAZIONE TELECOM ITALIA S.p.A.



ENERGIA IMPIEGATA PER AUTOTRAZIONE TELECOM ITALIA S.p.A.



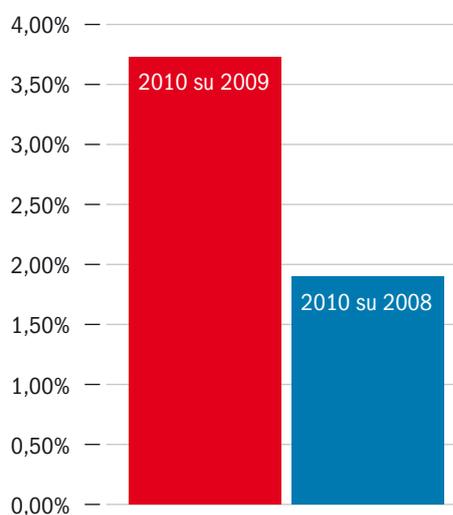
NUMERO VEICOLI E PERCORRENZA

| | | Variazione % | | |
|--|----|----------------------------|--------------|--------------|
| | | Telecom Italia S.p.A. 2010 | 2010 su 2009 | 2010 su 2008 |
| NUMERO TOTALE DI VEICOLI AZIENDALI | n. | 19.905 | (5,52%) | (7,19%) |
| NUMERO VEICOLI A BASSA EMISSIONE(*) | n. | 19.624 | (5,59%) | (6,98%) |
| PERCORRENZA TOTALE VEICOLI | km | 320.016.025 | 3,67% | 1,93% |

*
Veicoli alimentati a benzina verde, eco-diesel, biodiesel, GPL (standard Euro4 o superiore), elettrici o alimentati con altri combustibili a emissioni comparabili o inferiori.

In Telecom Italia S.p.A. il contenimento dei consumi energetici per autotrazione e l'aumento delle percorrenze chilometriche rilevate nell'anno sono il segnale della maggiore efficienza del parco auto. La politica di riduzione e ammodernamento della flotta a favore di autovetture rispondenti a standard ambientali più elevati procede secondo i piani: nel corso del 2010 sono stati sostituiti 4.200 veicoli operativi Euro3 con 3.000 auto di standard Euro4, di cui 350 alimentati a benzina/GPL; la riduzione del numero delle auto ha anche riguardato 250 auto assegnate ad personam.

PERCORRENZA TOTALE VEICOLI AZIENDALI TELECOM ITALIA S.p.A.



NUMERO VEICOLI E PERCORRENZA(*)

| | | Gruppo 2010 | % di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo | | | |
|--|----|--------------------|--|--------------|--------------|--------------|
| | | | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
| NUMERO TOTALE VEICOLI | n. | 21.405 | 94,27% | 4,30% | 0,43% | 1,00% |
| TOTALE ENERGIA PER AUTOTRAZIONE | MJ | 839.687.957 | 92,51% | 5,42% | 0,85% | 1,22% |
| PERCORRENZA TOTALE VEICOLI | km | 344.128.481 | 94,33% | 3,94% | 0,73% | 1,00% |

*

I dati riportati nelle tabelle e nei grafici relativi 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 Participações. La forte diminuzione dell'energia per autotrazione rispetto al dato pubblicato nel Bilancio di sostenibilità 2009 è da imputarsi all'uscita dal perimetro della società Elettra Tlc S.p.A. i cui consumi erano relativi alle navi utilizzate per la posa dei cavi di telecomunicazioni sottomarini.

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

ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATA E PRODOTTA

*

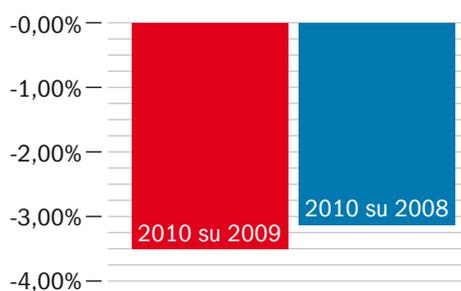
L'energia elettrica acquistata da fonti miste equivale a ca. 1.960 GWh. L'energia elettrica autoprodotta da fonti miste equivale a circa 63 GWh ed è riferibile agli impianti di cogenerazione, che hanno consentito un risparmio nell'acquisto di energia per oltre 11 GWh con consumi associati pari a circa 16 milioni di m³ di gas metano. La produzione di energia elettrica da generatori funzionanti in continuità (non riportata in tabella) è stimata in circa 3 GWh.

| | | Telecom Italia S.p.A. 2010 | Variazione % | |
|---|-----|-------------------------------|-----------------|-----------------|
| | kWh | | 2010 su 2009 | 2010 su 2008 |
| ENERGIA ELETTRICA DA FONTI MISTE(*) | kWh | 2.023.676.446 | (3,33%) | (3,33%) |
| ENERGIA ELETTRICA DA FONTI RINNOVABILI | kWh | 40.211.687 | (6,39%) | 8,04% |
| TOTALE ENERGIA ELETTRICA | kWh | 2.063.888.133 | (3,39%) | (3,13%) |

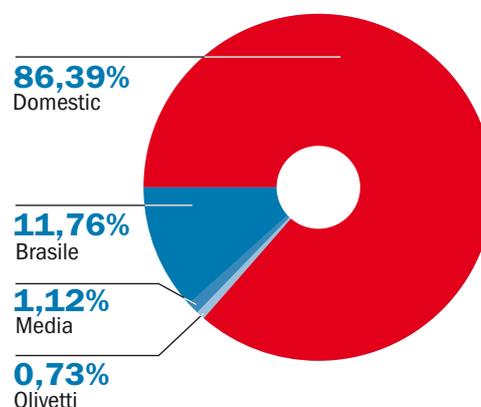
ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATA E PRODOTTA

| | | Gruppo 2010 | % di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo | | | |
|-------------------------------------|-----|----------------------|--|---------------|--------------|--------------|
| | kWh | | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
| TOTALE ENERGIA ELETTRICA | kWh | 2.441.056.864 | 86,39% | 11,76% | 1,12% | 0,73% |

ENERGIA ACQUISTATA E PRODOTTA TELECOM ITALIA S.p.A.



ENERGIA ACQUISTATA E PRODOTTA GRUPPO TI



Pur in presenza di volumi crescenti di traffico fonia e dati, le iniziative orientate al risparmio energetico e al miglioramento dell'efficienza della rete hanno consentito una riduzione di circa il 3% sui consumi complessivi di energia elettrica.

Sono proseguite anche nel 2010 le iniziative di ottimizzazione dei consumi energetici già avviate in precedenza. Gli interventi di razionalizzazione hanno riguardato prevalentemente:

- l'ammodernamento tecnologico degli impianti di condizionamento, gli interventi fisici di segregazione di ambienti in funzione di diverse esigenze di climatizzazione e l'innalzamento delle temperature medie di esercizio delle centrali telefoniche, dei server e delle Stazioni Radio Base (SRB);
- l'utilizzo mirato di tecnologie Full Free Cooling⁽⁵⁾ e altri sistemi a basso impatto ambientale e caratterizzate da consumi energetici ridotti negli impianti di raffreddamento;
- l'adozione delle più efficienti soluzioni tecnologiche per i server installati nei Data Center anche attraverso la concentrazione e la virtualizzazione delle macchine⁽⁶⁾;
- la rilevazione e l'analisi dei consumi energetici e il controllo da remoto delle sale di centrale;
- l'ammodernamento e il mantenimento in efficienza della rete di commutazione fissa e della rete dati;
- l'ammodernamento degli impianti di conversione di corrente alternata/continua mediante l'introduzione di soluzioni tecnologiche che garantiscono un miglior rendimento;
- l'installazione di temporizzatori per l'ottimizzazione degli impianti di illuminazione;
- la condivisione di siti tecnologici grazie ad accordi di co-siting⁽⁷⁾ con un conseguente risparmio dei consumi energetici stimato nell'ordine del 30%.

In materia di utilizzo di fonti energetiche non tradizionali o alternative nonché di sperimentazione di nuove tecnologie, si segnalano le seguenti iniziative realizzate o in corso nel 2010:

- cogenerazione/trigenerazione: 4 grandi impianti sono operativi su altrettante sedi di Data Center (Pomezia, Rozzano, Padova e Bologna) e le esigenze energetiche sono soddisfatte attraverso un sistema di trigenerazione (produzione di energia elettrica, riscaldamento e raffreddamento) che, in affiancamento ai consueti sistemi di alimentazione, consente un risparmio energetico stimato nell'ordine del 30%;
- impianti di piccola cogenerazione: sono alimentati a metano con potenza elettrica di 120 kWe. Sono in corso di ultimazione 5 impianti che si aggiungono ai 12 già attivi per l'autoproduzione di energia elettrica e termica;
- alimentazione eolica/fotovoltaica: su 5 SRB, site in zone caratterizzate da condizioni ambientali e meteorologiche sfavorevoli che in precedenza erano alimentate da generatori elettrici a gasolio, è stata attivata un'alimentazione supplementare mista eolica e fotovoltaica (generatore eolico da 3 a 6 kW e pannelli fotovoltaici per 5 kWp) e su altre 8 SRB un intervento analogo è in fase di realizzazione;
- impianti di geo-cooling: presso 2 centrali di telecomunicazioni di medie dimensioni è stata avviata la realizzazione di altrettanti impianti di geo-cooling⁽⁸⁾ per il condizionamento delle sale apparati, in sostituzione dei tradizionali gruppi frigoriferi;
- impianti di back up di energia con celle a combustibile a idrogeno: ne sono stati realizzati ulteriori 85 al posto dei tradizionali sistemi con batterie al piombo, che si aggiungono ai 100 già realizzati nel 2009. L'introduzione di questi impianti ha consentito di evitare l'acquisto e il successivo smaltimento di batterie tradizionali contenenti circa 250 tonnellate di piombo; la valutazione sul ciclo di vita evidenzia un beneficio ambientale in termini di CO2 non emessa di circa 100 tonnellate.

L'impegno per il contenimento dei consumi energetici si concretizza anche nella collaborazione con i gruppi di lavoro che definiscono i vari Codici di Condotta (Codes of Conduct

5

Il sistema di raffreddamento FFC consiste in un sistema di ventilazione forzata e interazione fra aree a temperatura differente senza fare ricorso ai sistemi di condizionamento tradizionali e, in particolare, senza l'utilizzo di gas climalteranti. Il sistema, che è oggi applicato a oltre 400 impianti, consente un risparmio energetico fino all'85% rispetto alle soluzioni di condizionamento tradizionali.

6

La virtualizzazione rende disponibili gli effetti di una macchina di elaborazione dati senza che questa sia realmente presente.

7

Tali accordi di reciprocità fra operatori sono previsti dal Codice per le Comunicazioni Elettroniche al fine di favorire un più efficiente utilizzo delle infrastrutture di rete e ottimizzare la copertura della rete mobile nelle aree cittadine e rurali. Ciascun operatore mantiene la titolarità delle proprie infrastrutture passive (pali e tralicci, impianti elettrici e di condizionamento e infrastrutture civili) e offre ospitalità all'altro.

8

Tale sistema utilizza il differenziale termico esistente fra la superficie e un punto posto alcuni metri sotto terra per ottenere direttamente il raffreddamento naturale dell'aria del sistema di ventilazione o di un fluido da utilizzarsi tramite uno scambiatore termico.

- CoC). I CoC, promossi dall'Unione Europea attraverso il Joint Research Centre (JRC) della Commissione Europea e dall'ETNO sviluppano linee guida, suggeriscono soluzioni tecniche e definiscono obiettivi di consumo energetico raggiungibili senza interferire con lo sviluppo tecnologico e la qualità dei servizi.

Telecom Italia, che ha sottoscritto i due Codici di Condotta proposti dalla Commissione Europea per la riduzione dei consumi energetici degli apparati broadband (da giugno 2009) e dei Data Centre (da settembre 2010) ha organizzato attraverso il GeSI, di cui fa parte, un evento internazionale che si è tenuto a Bruxelles a settembre 2010 a cui hanno partecipato 21 tra i principali operatori e fornitori internazionali, che nell'occasione hanno aderito ad uno o ad entrambi i CoC, alla presenza del Commissario europeo per la Digital Agenda.

Telecom Italia è coinvolta a vario titolo anche nell'aggiornamento degli altri tre CoC su: Digital TV, Uninterruptible Power Systems ed External Power Supplies. L'obiettivo generale è di accelerare la disponibilità di apparati e sistemi a minor consumo energetico, consentendo al contempo ai fornitori di raggiungere maggiori economie di scala grazie a requisiti comuni di efficienza energetica a livello globale.

Si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com per ulteriori informazioni sulle iniziative che riguardano il contenimento dei consumi energetici, lo sviluppo di nuove tecnologie per l'accesso mobile e fisso, il risparmio energetico sui sistemi mobili di comunicazione, l'efficienza di infrastrutture e apparati della rete cablata e i consumi energetici nell'ambito delle reti domestiche (home networking).

Emissioni atmosferiche

Le emissioni di gas ad effetto serra di Telecom Italia e del Gruppo sono costituite quasi esclusivamente dall'anidride carbonica e sono da ricondursi all'utilizzo dei combustibili fossili per riscaldamento e autotrazione, alla produzione o all'acquisto di energia elettrica nonché agli spostamenti del personale (casa-lavoro e viaggi di servizio in aereo). In aggiunta a queste sono considerate e convertite in kg di CO₂ equivalente anche le dispersioni di idroclorofluorocarburi e idrofluorocarburi (HCFC e HFC) dagli impianti di condizionamento.

Analogamente alla classificazione dei consumi energetici, anche in questo caso vengono seguite le linee guida del Global Reporting Initiative - GRI Versione 3 - che rimanda alle definizioni del GHG Protocol⁽⁹⁾ distinguendo tra emissioni dirette (Scope1: utilizzo di combustibili fossili per autotrazione⁽¹⁰⁾, riscaldamento, generazione energia elettrica), emissioni indirette (Scope2: acquisto di energia elettrica a uso industriale e civile⁽¹¹⁾) e altre emissioni indirette (Scope3).

Le emissioni in atmosfera di Telecom Italia S.p.A. risultano complessivamente in contrazione. Di seguito si riportano alcune considerazioni sul contributo delle singole voci al raggiungimento del risultato netto:

- riduzione delle emissioni dovuta a minori consumi per autotrazione;
- riduzione delle emissioni dovuta a minori consumi per riscaldamento;
- riduzione delle emissioni di CO₂ equivalenti, relative alle dispersioni di gas HCFC e HFC utilizzati negli impianti di condizionamento, per via dell'adozione di misure più attente per prevenire le fughe e della sostituzione di tali gas con soluzioni a minor impatto ambientale;

I CODICI DI CONDOTTA PROMOSSI E SOTTOSCRITTI DA TELECOM ITALIA FAVORISCONO LA RIDUZIONE DEI CONSUMI ENERGETICI DEGLI APPARATI BROADBAND E DEI DATA CENTER

9

Il GHG Protocol (GreenHouse Gas Protocol Initiative), istituito nel 1998 in seno al World Resources Institute e al World Business Council for Sustainable Development, supporta le imprese sul tema delle emissioni di gas serra, attraverso metodologie di calcolo e studi volti a promuovere l'innovazione e l'assunzione di responsabilità sul cambiamento climatico.

10

Le emissioni di CO₂ legate all'uso di combustibili fossili per autotrazione e riscaldamento sono state calcolate seguendo le indicazioni dell'UNEP (United Nations Environment Programme Guidelines for Calculating GreenHouse Gas Emissions for Businesses and Non-Commercial Organisations - www.unep.org) e nel caso dei veicoli di Telecom Italia S.p.A. facendo riferimento alle specifiche tipologie di automobili.

11

Per il calcolo delle emissioni legate al consumo di energia elettrica acquistata sul mercato italiano è stato utilizzato il coefficiente calcolato dal GHG Protocol - che prende in considerazione il mix energetico nazionale - pari a 403 grammi di CO₂/kWh. Per il Brasile è stato utilizzato il coefficiente elaborato dal locale Ministero della Scienza e Tecnologia pari a 25 grammi di CO₂/kWh, in quanto ritenuto più puntuale.

EMISSIONI ATMOSFERICHE

| | | Telecom Italia S.p.A. 2010 | Variazione % | |
|---|----|-------------------------------|-----------------|-----------------|
| | | | 2010 su 2009 | 2010 su 2008 |
| EMISSIONI DI CO ₂ PER AUTOTRAZIONE | kg | 43.723.046 | (8,29%) | (12,28%) |
| EMISSIONI DI CO ₂ PER RISCALDAMENTO | kg | 36.961.112 | (30,32%) | (32,77%) |
| EMISSIONI DI CO ₂ EQUIVALENTI PER DISPERSIONI HCFC/HFC ^(*) | kg | 26.820.860 | (8,73%) | (34,09%) |
| EMISSIONI DI CO ₂ DA GENERAZIONE ELETTRICA DA COGENERAZIONE | kg | 24.010.060 | 130,44% | 370,79% |
| EMISSIONI DI CO ₂ DA GENERAZIONE ELETTRICA MEDIANTE GASOLIO | kg | 2.670.955 | (26,61%) | (26,60%) |
| TOTALE EMISSIONI DIRETTE DI CO₂ - EX SCOPE1 GRI | kg | 134.186.033 | (6,92%) | (13,01%) |
| EMISSIONI DI CO ₂ DA ACQUISTO DI ENERGIA ELETTRICA PRODOTTA DA FONTI MISTE | kg | 789.849.200 | (5,18%) | (5,75%) |
| TOTALE EMISIONI INDIRETTE DI CO₂ - EX SCOPE2 GRI | kg | 789.849.200 | (5,18%) | (5,75%) |
| EMISSIONI DI CO ₂ DA SPOSTAMENTI CASA-LAVORO ^(**) | kg | 59.925.224 | (8,48%) | (12,38%) |
| EMISSIONI DI CO ₂ DA SPOSTAMENTI AEREI ^(***) | kg | 10.003.995 | (15,62%) | (39,40%) |
| TOTALE ALTRE EMISSIONI INDIRETTE DI CO₂ - EX SCOPE3 GRI | kg | 69.929.219 | (9,58%) | (17,64%) |
| TOTALE EMISSIONI DI CO₂ | kg | 993.964.452 | (5,74%) | (7,73%) |

^{*}
La valorizzazione degli idroclorofluorocarburi (HCFC) e idrofluorocarburi (HFC), in termini di emissioni di CO₂ equivalenti, è effettuata facendo riferimento a specifici parametri di 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. Nel 2010 il GWP del HCFC utilizzato è pari a 1.780 e quello del HFC utilizzato è pari a 1.300. Nei periodi 2009 e 2008 si era fatto invece ricorso a un unico parametro.

^{**}
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 quest'anno in maniera più puntuale sulla base delle singole tratte realmente operate e in funzione dei coefficienti proposti dalla GHG Protocol in funzione della tipologia di breve o lunga durata del singolo viaggio.

EMISSIONI ATMOSFERICHE

| | | Gruppo 2010 | % di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo | | | |
|---|----|----------------------|---|--------------|--------------|--------------|
| | | | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
| TOTALE EMISSIONI DI CO ₂ EX SCOPE1 GRI | kg | 146.045.363 | 94,30% | 2,16% | 0,51% | 3,03% |
| TOTALE EMISSIONI DI CO ₂ EX SCOPE2 GRI | kg | 828.259.602 | 97,55% | 0,86% | 1,33% | 0,26% |
| TOTALE ALTRE EMISSIONI DI CO ₂ EX SCOPE3 GRI | kg | 85.829.623 | 81,47% | 18,53% | 0,00% | 0,00% |
| TOTALE EMISSIONI DI CO₂ | kg | 1.060.134.588 | 95,79% | 2,47% | 1,11% | 0,63% |

SI CONFERMA IL TREND DI RIDUZIONE DELLE EMISSIONI DI ANIDRIDE CARBONICA DA PARTE DI TELECOM ITALIA GRAZIE AD UN PIANO STRUTTURATO DI INTERVENTI

- incremento delle emissioni imputabili alla cogenerazione, conseguenti alla scelta aziendale di investire maggiormente su tale tecnologia con 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;
- riduzione delle emissioni da generatori elettrici a gasolio in contesti caratterizzati da indisponibilità della rete di distribuzione elettrica;
- riduzione delle emissioni da consumo di energia elettrica acquistata;
- riduzione dell'impatto per spostamenti casa-lavoro, legato al numero complessivo di dipendenti;
- riduzione delle emissioni per viaggi di servizio in aereo effettuati dai dipendenti per via della riduzione del numero di trasferte anche a seguito del maggiore ricorso alla videoconferenza (cfr. § [Cambiamento climatico](#)).

Acqua

CONSUMO DI ACQUA

| | | Variazione % | | |
|---|----------------|----------------------------|----------------|--------------|
| | | Telecom Italia S.p.A. 2010 | 2010 su 2009 | 2010 su 2008 |
| CONSUMO DI ACQUA PRELEVATA DA POZZI ARTESIANI | m ³ | 67.750 | (20,50%) | (*) |
| CONSUMO DI ACQUA PRELEVATA DA ENTI EROGATORI | m ³ | 4.341.947 | (0,65%) | (4,42%) |
| TOTALE CONSUMO DI ACQUA | m ³ | 4.409.697 | (1,03%) | (**) |

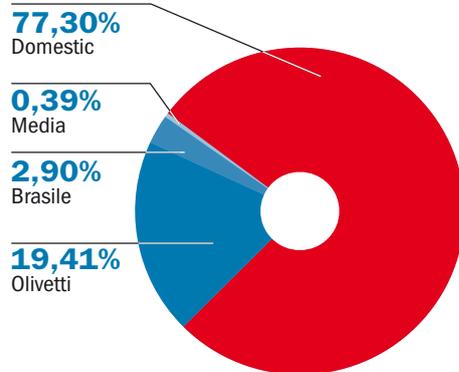
* Dato non rilevato nel 2008.

** Non calcolato in quanto non disponibile il dato 2008 relativo al consumo di acqua prelevata da pozzi artesiani.

CONSUMO DI ACQUA

| | | % di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo | | | | |
|---|----------------|---|---------------|--------------|--------------|---------------|
| | | Gruppo 2010 | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
| CONSUMO DI ACQUA PRELEVATA DA POZZI ARTESIANI | m ³ | 1.193.306 | 6,07% | 0,00% | 0,01% | 93,92% |
| CONSUMO DI ACQUA PRELEVATA DA ENTI EROGATORI | m ³ | 4.671.366 | 95,49% | 3,64% | 0,49% | 0,38% |
| TOTALE CONSUMO DI ACQUA | m ³ | 5.864.672 | 77,30% | 2,90% | 0,39% | 19,41% |

CONSUMO DI ACQUA (%) - GRUPPO TI



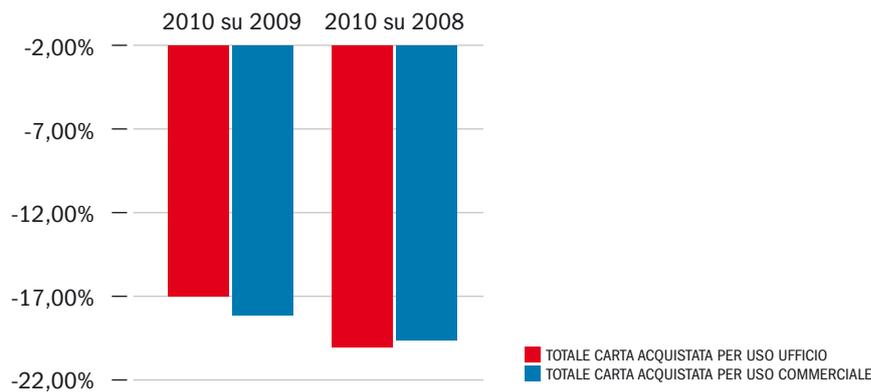
Il consumo totale di acqua del Gruppo evidenzia l'impatto rilevante di Olivetti dovuto al prelievo da pozzi artesiani per la componente industriale.

Carta

CARTA ACQUISTATA

| | | Telecom Italia S.p.A. 2010 | Variazione % | |
|--------------------------------------|----|----------------------------|-----------------|-----------------|
| | | | 2010 su 2009 | 2010 su 2008 |
| CARTA ACQUISTATA PER USO UFFICIO | kg | 529.717 | (16,96%) | (20,63%) |
| CARTA ACQUISTATA PER USO COMMERCIALE | kg | 1.643.345 | (18,61%) | (20,49%) |
| TOTALE CARTA ACQUISTATA | kg | 2.173.062 | (18,21%) | (20,53%) |

TOTALE CARTA ACQUISTATA (%) - TELECOM ITALIA S.p.A.



Nel 2010 Telecom Italia ha continuato ad acquistare per uso ufficio e per uso commerciale (bollette telefoniche) esclusivamente carta proveniente da foreste gestite secondo gli standard del Forest Stewardship Council (FSC)⁽¹²⁾ e ne ha acquistato e utilizzato una quota significativamente inferiore.

La riduzione, per quanto riguarda la carta per uso ufficio è stata conseguita attraverso tre filoni d'intervento: sugli acquisti, sulla razionalizzazione dell'uso e sul riciclo.

La prosecuzione del progetto "Printing on Demand", per l'ottimizzazione del processo di stampa nelle sedi aziendali, ha contribuito alla diminuzione degli acquisti. Il progetto è stato attuato su 675 sedi; circa 35.000 stampanti individuali sono state sostituite con poco più di 4.000 apparati condivisi ad alte prestazioni con un sistema rapido di standby per la riduzione dei consumi energetici (il 12% del parco stampanti ha la certificazione Energy Star⁽¹³⁾ e il 40% è già predisposto per la stampa fronte-retro) che consente di tenere meglio sotto controllo lo stato delle stampanti, i consumi di toner e la gestione delle manutenzioni, migliorando complessivamente anche la qualità del servizio).

È proseguito inoltre il processo di razionalizzazione e contenimento dei consumi di carta per le rassegne stampa. Attraverso la fruizione online e la limitazione di destinatari e numero di pagine, nel 2010 è stato realizzato un risparmio dell'8% con benefici anche in termini di archiviazione e ricerca delle informazioni.

L'attività di raccolta differenziata dei rifiuti negli uffici, organizzata sulla totalità delle sedi aziendali, ha consentito nel corso del 2010 l'avvio a riciclo di 21.198 tonnellate di carta (il target era di 20.000 tonnellate) e per il 2011 è stato definito di nuovo un obiettivo analogo che risulta ancora più sfidante in considerazione della riduzione dei volumi complessivi.

Sul fronte dell'utilizzo della carta commerciale sono continuate le attività volte alla riduzione complessiva dei consumi, anche promuovendo presso i clienti il ricorso a fatture ed estratti conto in formato elettronico. In questo modo è stato possibile risparmiare quasi 500 tonnellate di carta, oltre a limitare la produzione di CO₂ legata alla consegna dei plichi.

12

www.fsc.org.

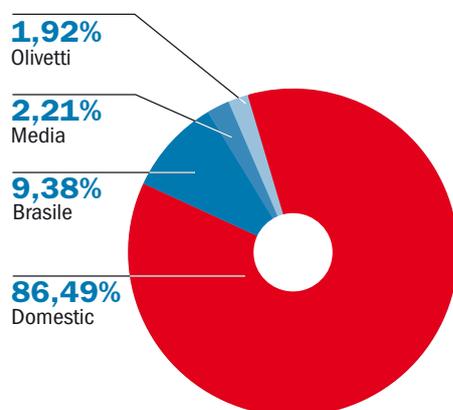
13

L'Energy Star è un sistema volontario internazionale di etichettatura per l'efficienza energetica introdotto dall'agenzia statunitense per la protezione dell'ambiente (EPA) nel 1992. Attraverso un accordo con il Governo degli Stati Uniti, la Comunità europea partecipa al sistema Energy Star per quanto riguarda le apparecchiature per ufficio (www.eu-energystar.org).

CARTA PER USO UFFICIO

| | | % di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo | | | | |
|----------------------------------|----|---|---------------|--------------|--------------|--------------|
| | | Gruppo 2010 | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
| CARTA NON RICICLATA ACQUISTATA | kg | 2.178 | 65,43% | 34,57% | 0,00% | 0,00% |
| CARTA RICICLATA ACQUISTATA | kg | 59.869 | 0,00% | 100,00% | 0,00% | 0,00% |
| CARTA FSC CERTIFICATA ACQUISTATA | kg | 584.323 | 95,43% | 0,00% | 2,45% | 2,12% |
| TOTALE CARTA ACQUISTATA | kg | 646.370 | 86,49% | 9,38% | 2,21% | 1,92% |

TOTALE CARTA ACQUISTATA PER USO UFFICIO (%) - GRUPPO TI


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.

RIFIUTI CONFERITI(*)

| | | Telecom Italia S.p.A. 2010 | Variazione % | |
|--|----|----------------------------|----------------|--------------|
| | | | 2010 su 2009 | 2010 su 2008 |
| RIFIUTI PERICOLOSI | kg | 5.409.504 | (13,70%) | 5,65% |
| RIFIUTI NON PERICOLOSI | kg | 11.049.385 | (4,22%) | 2,46% |
| TOTALE QUANTITÀ RIFIUTI | kg | 16.458.889 | (7,56%) | 3,48% |
| RIFIUTI PER RICICLO E RECUPERO | kg | 15.062.162 | (6,97%) | 6,78% |
| RAPPORTO TRA QUANTITÀ DI RIFIUTI RICICLATI/RECUPERATI E RIFIUTI TOTALI | % | 91,51% | 0,64% | 3,18% |

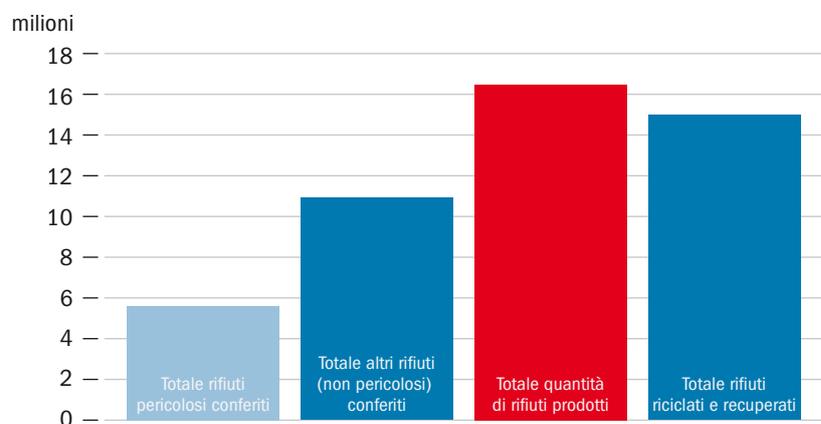
15

Lievi scostamenti rispetto alla situazione definita al 31 dicembre si potranno avere fino al 30 marzo successivo, in quanto la fonte dei dati sono i 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 3 mesi dal conferimento e ciò giustifica la possibilità di scostamento del dato.

*

I dati non includono i pali telefonici.

RIFIUTI CONFERITI E RICICLO/RECUPERO (KG) - TELECOM ITALIA S.p.A.



RIFIUTI CONFERITI

| | | % di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo | | | | |
|---------------------------------|----|---|---------------|--------------|--------------|--------------|
| | | Gruppo 2010 | Domestic | Brasile | Media | Olivetti |
| TOTALE RIFIUTI CONFERITI | kg | 18.751.552 | 89,39% | 5,88% | 0,70% | 4,03% |

Come anticipato nel Bilancio 2009, per i rifiuti pericolosi era stata attivata una rilevante campagna di sostituzione delle batterie al piombo; nel corso del 2010 il dato è tornato a valori di normalità. Rispetto ai due periodi precedenti, il rapporto tra i rifiuti prodotti e quelli conferiti per riciclo/recupero è ulteriormente migliorato.

L'attività di raccolta differenziata dei rifiuti prodotti negli uffici riguarda tutte le sedi aziendali e nel corso del 2010 è stata oggetto di azioni di verifica e monitoraggio volte ad ottimizzare il processo e massimizzare le quantità raccolte.

A seguito del recepimento nazionale della revisione biennale della normativa ADR (Agreement concerning the international carriage of Dangerous goods by Road), relativa al trasporto su strada di merci pericolose, è stata emessa la nuova procedura interna ed è stato completato il programma formativo di aggiornamento delle figure tecniche di supporto. In coerenza con quanto previsto dalle vigenti normative è proseguita l'effettuazione di specifici controlli in campo per i ritiri dei rifiuti sottoposti alla norma di riferimento.

Il Decreto Ministeriale n. 65 dell'8 marzo 2010 (pubblicato in Gazzetta Ufficiale il 10 maggio 2010) ha reso esecutivo, a partire dal 18 giugno 2010, il processo di ritiro dei Rifiuti di Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche (RAEE) da parte di tutti i canali di vendita di Telecom Italia. Come previsto dalla normativa Telecom Italia e tutti i suoi canali di vendita sono stati iscritti, in qualità di "Distributore", all'Albo Nazionale Gestori Ambientali. Di conseguenza è stata emessa una procedura interna specifica coerente con le disposizioni

legislative ed è stata erogata la relativa formazione al personale dei punti vendita diretti, sono state attuate le modalità di informazione verso i clienti ed attivate le procedure di ritiro dei RAEE nelle vendite a distanza. Sono state inoltre fornite delle linee guida di riferimento ai canali di vendita in franchising.

Telecom Italia S.p.A. e Olivetti hanno avviato un processo per la raccolta, il riciclaggio e lo smaltimento di pile e accumulatori non industriali su tutto il territorio nazionale. Telecom Italia si avvale del Consorzio ReMedia e Olivetti del Consorzio ecoR'it di cui l'Azienda è socio fondatore.

Continua in Tim Brasil l'attività di sensibilizzazione della collettività sul tema dei rifiuti pericolosi per la salute e l'ambiente. Nei negozi e nelle sedi sociali sono stati predisposti appositi contenitori per la raccolta di batterie esauste, cellulari e accessori dismessi.

Per contribuire alla riduzione dei rifiuti prodotti nel 2010 Telecom Italia S.p.A. ha rigenerato un elevato numero di apparati di proprietà (fra cui 167.122 modem, 42.914 set top box per IPTV, 43.477 terminali fissi, 33.056 prodotti di fonia, 6.233 apparati dati, 1.147 apparati MT4, 66.185 apparati ISDN). Oltre al vantaggio ambientale in termini di mancati rifiuti, questa attività comporta un beneficio economico, inteso come differenza positiva fra l'evitato acquisto e il costo della rigenerazione.

Lo sviluppo della rete di accesso di nuova generazione NGAN (Next Generation Access Network), avviata in alcune città italiane per rendere disponibili ai clienti connessioni a 100 Megabit al secondo, prevede la posa di cavi in fibra ottica. Per gli scavi necessari verranno utilizzate tecniche e strumentazioni innovative a basso impatto ambientale secondo quanto previsto dall'Accordo recentemente sottoscritto dall'ANCI e Telecom Italia. Si tratta delle cosiddette minitrincee che minimizzano i tempi di intervento, l'area occupata dal cantiere, l'effrazione del suolo, il materiale asportato, il deterioramento della pavimentazione e, conseguentemente, i ripristini stradali. Grazie a scavi di pochi centimetri di larghezza e di soli 30 centimetri di profondità, le minitrincee consentono di ridurre fino all'80% i costi socio ambientali in termini di disagi per i cittadini e per le amministrazioni, del 67% gli incidenti sul lavoro e dell'80% i tempi necessari per la realizzazione di infrastrutture di telecomunicazioni. A seguito dell'Accordo di Programma del 2003 per la gestione dei pali telefonici in legno disinstallati, previo parere favorevole della Conferenza Stato-Regioni-Province autonome, con il Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio, il Ministero delle Attività Produttive e le imprese di produzione e di recupero, è proseguita anche nel 2010 l'attività di dismissione con la sostituzione di 143.570 pali.

Emissioni elettromagnetiche

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

- nella gestione attenta e accurata degli impianti durante tutto il ciclo di vita, 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.

Continua il monitoraggio sistematico dei livelli di emissioni elettromagnetiche degli impianti di La7, MTV e Telecom Italia Media Broadcasting per garantire il rispetto dei limiti di legge e il mantenimento di elevati standard di sicurezza. In particolare per il Gruppo TI Media le verifiche riguardano i livelli di campo elettromagnetico per la protezione della popolazione e i livelli di esposizione dei lavoratori.

In base ai controlli effettuati sul territorio italiano, le emissioni elettromagnetiche generate

singolarmente da La7 e MTV rientrano nei limiti di legge, con valori significativamente più bassi per la trasmissione televisiva digitale, che permette una riduzione delle emissioni elettromagnetiche di circa il 75% rispetto alle tecniche tradizionali analogiche.

Analoga attenzione è posta alle emissioni dei terminali mobili attivi sulle bande di frequenza operate da Telecom Italia: GSM 900MHz, DCS 1800MHz e UMTS. Nel 2010, in linea con gli obiettivi prefissati, sono stati sottoposti a qualificazione SAR⁽¹⁶⁾ tutti i modelli di terminali cellulari tecnologicamente innovativi commercializzati da Telecom Italia con marchio TIM e il 25% dei modelli brasiliani commercializzati in Brasile con marchio Tim Brasil. Telecom Italia nel determinare la conformità dei terminali mobili in relazione al SAR segue le indicazioni definite nelle linee guida ICNIRP (International Commission on Non-Ionizing Radiation Protection) e successive dichiarazioni di conformità⁽¹⁷⁾. Tale qualificazione viene effettuata in fase di pre-commercializzazione, fase in cui spesso Telecom Italia non dispone del valore di SAR dichiarato dall'azienda produttrice, e configura il tipo di test come qualcosa di più e diverso da un semplice controllo di qualità.

Il tema dell'elettromagnetismo, con i possibili effetti sui sistemi biologici, è stato oggetto negli ultimi anni di numerosi studi e dibattiti che hanno coinvolto la comunità scientifica e l'opinione pubblica. Maggiori approfondimenti sono disponibili nella sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com.

5.2 CAMBIAMENTO CLIMATICO

Il tema dei mutamenti climatici è passato dall'agenda della comunità scientifica, che ne ha colto l'impatto antropico, all'agenda politica internazionale che sta cercando di individuare modalità condivise fra i diversi paesi per tenerne sotto controllo i più gravi effetti negativi. Il tema è stato discusso anche nell'ultimo vertice di Cancun (United Nation Climate Change Conference - UN CCC COP16) con l'obiettivo di contenere l'aumento della temperatura globale entro +2°C, riportando le emissioni di anidride carbonica previste per il 2100 ai valori preindustriali⁽¹⁸⁾.

Sono molti i driver di mercato che accrescono l'importanza del carbon management per le aziende: i costi operativi, innanzitutto, i costi dell'energia ma anche il crescente impatto della gestione del carbonio (il settore delle telecomunicazioni al momento non fa parte degli schemi di emission trading⁽¹⁹⁾), il tema della reputazione del brand e i rischi legati alla fornitura dell'energia. A ciò si aggiunge il rischio finanziario connesso agli impatti fisici legati al cambiamento climatico, al posizionamento competitivo, alle richieste degli investitori e alle aspettative dei clienti. In maniera fortemente dipendente dallo specifico mercato di riferimento, il bisogno di un'efficace gestione del carbonio è governato da driver ulteriori quali le aspettative dei dipendenti, il turn over dei talenti e le logiche di retention per le posizioni di particolare pregio.

Tutto questo rende il "carbonio" strategico per le aziende, tenderà ad accrescerne l'importanza nei prossimi anni e richiederà un'integrazione sempre più forte con il business diventando una priorità di lungo periodo.

Le emissioni prodotte dal settore dell'Information Communication Technology sono previste in crescita. Cionondimeno il settore ICT è chiamato a svolgere un ruolo determinante contribuendo alla riduzione delle emissioni degli altri settori grazie all'offerta di servizi che promuovano nuovi modi di lavorare, apprendere, viaggiare e, più in generale, di vivere.

¹⁶

Il SAR (Specific Absorption Rate) si misura in Watt/kg e valuta la potenza elettromagnetica assorbita da parte di una massa di tessuto.

¹⁷

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.

¹⁸

Per informazioni di maggior dettaglio: <http://unfccc.int/2860.php>.

¹⁹

Il mercato delle emissioni è uno strumento amministrativo utilizzato per controllare le emissioni di inquinanti e gas serra a livello internazionale attraverso la quotazione monetaria delle emissioni stesse e il commercio delle quote di emissioni fra stati diversi.
 - La Direttiva Europea 2003/87/CE istituisce un sistema per lo scambio di quote di emissioni dei gas ad effetto serra per adempiere in modo più efficace agli impegni del Protocollo di Kyoto attraverso uno strumento economicamente efficiente (Emission Trading Scheme EU ETS).
 - Dal 1° gennaio 2005 il mercato delle emissioni di CO₂ (EU-ETS) è entrato formalmente in vigore coinvolgendo i settori produttivi ad alto tenore di emissioni.
 - Le imprese europee rientranti nei settori indicati dalla Direttiva dovranno limitare le loro emissioni secondo quanto indicato nei piani nazionali di allocazione definiti per due periodi di riferimento: 2005-2007 e 2008-2012.

Secondo la Global e-Sustainability Initiative (cfr. Rapporto Smart 2020: Enabling the low carbon economy in the information age <http://www.gesi.org>), nel 2020 l'ICT sarà responsabile di circa il 3% delle emissioni mondiali di CO₂ ma a fronte dell'aumento delle proprie emissioni potrà contribuire ad una sostanziale riduzione delle emissioni di CO₂ generate da altri settori industriali pari a circa il 15%; questo sarà possibile solo se le potenzialità delle soluzioni basate sull'impiego dell'ICT che sono state individuate dal rapporto saranno sfruttate pienamente e se le stesse soluzioni saranno applicate su scala globale.

Il Gruppo ha preso parte anche quest'anno al Carbon Disclosure Project (CDP); il principio cardine su cui poggia questa iniziativa internazionale è che, per affrontare al meglio la sfida posta dal cambiamento climatico, le aziende debbano articolare la loro posizione in termini di rischi/opportunità nei confronti dei portatori di interesse e attivare un dialogo supportato da informazioni di adeguato livello qualitativo sul tema del carbon management. Telecom Italia ha ottenuto 70 punti su 100 nella partecipazione al CDP8 con un miglioramento del grado di disclosure del 6% rispetto alla performance dell'anno scorso. Telecom Italia ha inoltre sottoscritto il Cancun Communiqué predisposto dal Corporate Leaders Group on Climate Change (EU CLG); il comunicato ha dato voce a una parte rilevante delle aziende dell'UE e del mondo (950 aziende da 60 paesi) sulle aspettative riposte sul vertice COP16 delle Nazioni Unite di dicembre 2010.

L'approccio seguito dal Gruppo per contrastare il cambiamento climatico si svolge su tre livelli:

- riduzione delle proprie emissioni dirette e indirette di gas serra;
- incoraggiamento e supporto alla dematerializzazione di beni e servizi contribuendo alla riduzione delle emissioni di altri settori;
- contributo alla diffusione di una cultura basata su un corretto approccio ai temi ambientali all'interno e all'esterno dell'Azienda.

La riduzione delle emissioni

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

Le iniziative in corso e pianificate in Telecom Italia sono numerose, in particolare:

- sostituzione di veicoli Euro3, caratterizzati da elevata percorrenza, con vetture diesel Euro4 con filtro antiparticolato (FAP) e riduzione del numero complessivo di veicoli. I nuovi veicoli introdotti nel parco auto aziendale sono caratterizzati da una riduzione delle emissioni di circa il 30% rispetto a quelle prodotte dai veicoli dismessi (per un risparmio di 1.684 tonnellate di emissioni di CO₂);
- miglioramento dell'efficienza energetica negli immobili attraverso un programma articolato su cinque azioni: definizione di una base dati dei consumi energetici precedenti alle iniziative di efficientamento; pubblicazione di una Policy sulle performance energetiche degli edifici; definizione e conduzione di programmi di audit per la verifica dell'attuazione dei programmi definiti; pubblicazione annuale dei dati su energia, emissioni di CO₂ e avanzamento dei programmi; promozione dell'efficienza energetica degli edifici tra fornitori, dipendenti e altri stakeholder. Nel 2010 l'iniziativa ha coinvolto 50 immobili aziendali ad uso ufficio: sono state verificate la correttezza e la consistenza dei dati registrati dai contatori orari installati su 1.685 centrali, 63 uffici, 8 data center. Tale base dati costituirà il riferimento per la verifica dell'attuazione dei programmi di saving energetico previsti per il 2011. Il progetto

- di efficientamento e ammodernamento degli impianti elettrici mediante lampade a LED ad alta efficienza nelle aree ufficio prevede la sostituzione nel 2011 di almeno 75.000 lampade fluorescenti (riguarderà principalmente gli stabili ad uso ufficio ma anche una quota di sedi ad uso promiscuo);
- il progetto NGDC (Next Generation Data Center) il cui obiettivo è la modifica dell'architettura IT tramite la concentrazione fisica e la virtualizzazione dei server per passare dagli attuali 11.350 a meno di 2.000 entro il 2011. Tale nuova configurazione, basata sul modello di Service Oriented Data Center, permette di ridurre i costi di manutenzione/gestione e i consumi energetici. A regime l'NGDC consentirà un risparmio energetico dell'ordine del 40% rispetto alla configurazione iniziale.

Per quanto riguarda le iniziative messe in atto per ridurre i consumi di energia, e quindi le emissioni indirette, cfr. § Energia.

Indicatore di eco-efficienza

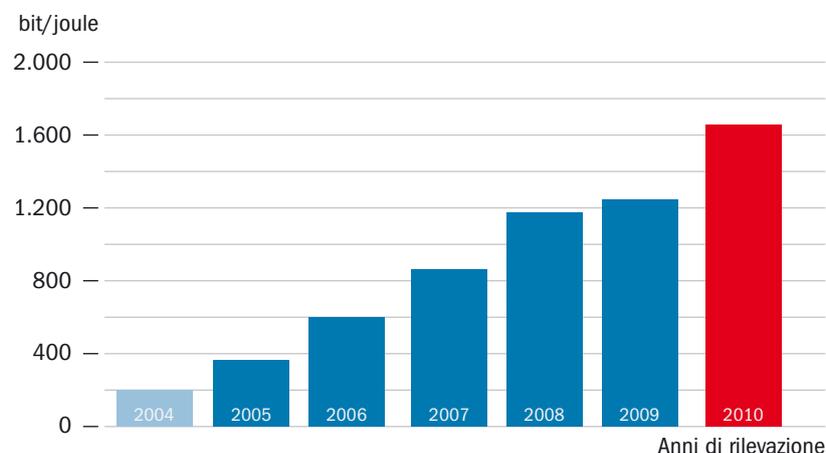
Da anni Telecom Italia S.p.A. misura la propria efficienza energetica mediante un indicatore che mette in relazione il servizio offerto alla clientela (semplificato nella misura di bit trasmessi) con l'impatto aziendale sull'ambiente (consumi energetici). Sono presi in considerazione i valori di traffico 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 che segue mostra l'andamento dell'indicatore di eco-efficienza negli ultimi anni.

| Anno | Kbit/kWh | bit/Joule | Incremento % anno 200x vs. 200x-1 |
|------|-----------|-----------|--------------------------------------|
| 2004 | 777.248 | 216 | +58% |
| 2005 | 1.311.676 | 364 | +70% |
| 2006 | 2.175.006 | 596 | +63% |
| 2007 | 3.144.283 | 873 | +45% |
| 2008 | 4.237.038 | 1.177 | +35% |
| 2009 | 4.739.570 | 1.317 | +12% |
| 2010 | 6.116.728 | 1.699 | +29% |

Nel 2010 il valore dell'indicatore è migliorato sensibilmente risultando al di sopra delle attese. Il tasso di incremento annuale ha ripreso a crescere rispetto al periodo precedente. L'impegno prosegue con la definizione per il 2011 di un obiettivo di 1.950 bit/Joule, con un incremento del +15% rispetto al dato 2010 (cfr § Obiettivi 2011 in Appendice).

Per il secondo anno Tim Brasil ha misurato il proprio indicatore di eco-efficienza per monitorare la propria performance. Il valore 2010 è pari a 179 bit/Joule ed è cresciuto di circa il 50% rispetto al valore del 2009. Tuttavia, il dato non è confrontabile con quello Telecom Italia S.p.A. a causa delle numerose differenze: le tecnologie utilizzate (solo rete mobile in Brasile, rete mobile e fissa in Italia), le caratteristiche geografiche, la situazione climatica, la tipologia di clientela. L'indicatore sarà comunque utile per implementare future azioni di miglioramento.

INDICATORE DI ECO-EFFICIENZA



Telecom Italia come parte della soluzione

L'ICT può svolgere un ruolo significativo nella lotta al cambiamento climatico attraverso la promozione e diffusione di prodotti e servizi che stimolano comportamenti in grado di ridurre o eliminare le emissioni di gas serra generate da spostamenti di persone e oggetti sul territorio. In generale, i progressi nell'ICT favoriscono la sostituzione di prodotti fisici e servizi tradizionali con prodotti e processi digitali (per ulteriori informazioni, [cfr. § Clienti/ Servizi innovativi](#)).

Per esempio⁽²⁰⁾:

- i servizi di videoconferenza e di audioconferenza permettono di evitare spostamenti di persone;
- i servizi di telecomunicazioni facilitano e consentono il telelavoro diminuendo di conseguenza gli spostamenti casa-ufficio;
- 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 i pagamenti;
- i servizi di telemedicina riducono la necessità di incontri medico-paziente, limitando gli spostamenti e, di conseguenza, le emissioni di gas serra;
- 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 ICT possono tuttavia modificare le caratteristiche di prodotti e servizi (prezzo, efficienza e, quindi, convenienza) facendone crescere la domanda. Su larga scala gli impatti ambientali ottenuti possono diventare negativi (incremento della domanda di energia, maggiori problemi di gestione dei rifiuti generati da prodotti tecnologicamente obsoleti). È responsabilità del settore ICT, e quindi anche di Telecom Italia, non sottovalutare questo effetto minimizzando i propri impatti negativi sull'ambiente e puntando alla ricerca e sviluppo di prodotti a basso impatto ambientale lungo tutto il proprio ciclo di vita ([cfr. § Responsabilità di prodotto](#)).

20

È stato stimato che 100 milioni di audioconferenze al posto di spostamenti fisici porterebbero al risparmio di più di 2 milioni di tonnellate di CO₂ emessa, che 10 milioni di telelavoratori che lavorassero anche solo due giorni alla settimana da casa, comporterebbero un risparmio di quasi 11 milioni di tonnellate di CO₂ e che se 10 milioni di utenti riceversero le fatture relative ai servizi telefonici online al posto delle fatture tradizionali cartacee si avrebbe un risparmio di circa 11.000 tonnellate di CO₂. Gli esempi sono a titolo indicativo e hanno lo scopo di fornire un'indicazione concreta delle potenzialità dei servizi di Tlc. Sono basati su progetti, verificati da terze parti indipendenti, testati su piccola scala da membri dell'ETNO nell'ambito dell'iniziativa "Saving the climate @ the speed of light" sviluppata insieme al WWF (www.etno.be/sustainability).

Telecom Italia ha lanciato nel 2010 la nuova piattaforma di Cloud Computing, basata sulla piena convergenza tecnologica tra telecomunicazioni e Information Technology, che consente alle grandi imprese e alla Pubblica Amministrazione di usufruire di infrastrutture e servizi in modalità “on demand” e “pay per use” e di ottimizzare ulteriormente i costi e le prestazioni, grazie alla possibilità di disporre di soluzioni costantemente aggiornate senza investire in risorse IT dedicate e in know-how specializzato.

Il lancio della nuova piattaforma di Cloud Computing si inserisce nella strategia di Telecom Italia nel settore ICT, all'interno della quale l'Azienda abbina ai servizi di connettività soluzioni tecnologiche innovative.

I servizi di Cloud Computing consentono di abbattere i costi delle infrastrutture IT e i consumi energetici, riducendo l'inquinamento e contribuendo a una maggiore sostenibilità ambientale.

Altri servizi innovativi lanciati da Telecom Italia per rispondere alle esigenze dei clienti, diminuendo al tempo stesso gli impatti ambientali, sono descritti nel capitolo Clienti (cfr. § Clienti/Servizi innovativi).

Nel 2010, in Telecom Italia, sono state gestite in maniera centralizzata circa 5.200 videoconferenze fra le sedi di Roma e Milano, oltre 7.000 multi-videoconferenze e circa 20.000 audioconferenze fra più sedi aziendali. In aggiunta a queste numerose videoconferenze e audioconferenze hanno continuamente luogo in azienda fra risorse abilitate all'utilizzo di postazioni indipendenti. Il ricorso a questi sistemi permette di evitare consistenti emissioni di anidride carbonica (e altri inquinanti) connesse all'utilizzo dei mezzi di trasporto⁽²¹⁾.

La comunicazione della sostenibilità

Il dibattito sulla sostenibilità e la comunicazione delle relative azioni intraprese hanno un ruolo molto importante in quanto sono in grado di generare un circolo virtuoso: stimolano riflessioni e, conseguentemente, facilitano le modifiche dei comportamenti individuali e collettivi. In questo senso nel 2010 Telecom Italia ha realizzato diverse iniziative di comunicazione:

- verso l'interno, con l'obiettivo di aumentare la consapevolezza della rilevanza del tema per l'Azienda attraverso la condivisione del modello di sostenibilità adottato e delle numerose iniziative realizzate;
- verso l'esterno, per diffondere un corretto approccio alla sostenibilità nella convinzione che il contributo al dialogo e alla cultura sull'argomento rientri a pieno titolo tra le responsabilità di una grande azienda.

²¹

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. Ogni persona in movimento sulla direttrice Roma-Milano comporterebbe un impatto di circa 120 kg e per ogni evento sostituito attraverso una videoconferenza si stima un risparmio di non meno di 600 kg (il calcolo è realizzato sul solo traffico aereo: circa 1.000 km fra andata e ritorno con un fattore di impatto sul medio raggio pari a 0,12 kg per km - fonte GHG Protocol).

L'UTILIZZO DELLA VIDEOCONFERENZA TRA LE SEDI AZIENDALI HA PERMESSO DI EVITARE LE EMISSIONI DERIVANTI DAGLI SPOSTAMENTI DELLE PERSONE

Per il dettaglio delle numerose iniziative di comunicazione interna realizzate (tra cui anche la prima convention sul tema rivolta a tutti i dipendenti del Gruppo in Italia) si rinvia al § Risorse Umane/Comunicazione interna.

Tra le principali iniziative di comunicazione esterna realizzate vi sono:

- **Il treno verde:** iniziativa di Legambiente con l'obiettivo di monitorare l'inquinamento atmosferico e acustico di alcune città italiane e di sensibilizzare l'opinione pubblica e le amministrazioni locali sui temi dell'ambiente e della qualità della vita. Telecom Italia ha partecipato all'iniziativa mostrando al pubblico, all'interno di un vagone dedicato, come le soluzioni ICT offerte dal Gruppo possono ridurre le emissioni di CO₂ e migliorare la qualità della vita. Il treno ha fatto tappa nelle città di Messina, Crotone, Potenza,

Latina, Ancona, Ravenna, Vicenza, Milano e Genova, registrando complessivamente la presenza di circa 24.000 visitatori singoli, oltre a numerose amministrazioni e istituti scolastici.

- **Zooppa:** gara creativa online sul tema “Come l’ICT può contribuire alla riduzione delle emissioni di CO₂”. Al riguardo sono stati inviati 57 video, 489 grafiche e 12.000 commenti. Il vincitore della gara è stato premiato nel corso dell’evento di cui al punto successivo.
- **Futuro è sostenibilità:** evento realizzato nell’ambito del progetto Capitale Digitale che è stato aperto dalla presentazione della Mappa del Futuro, realizzata dall’Istituto di Palo Alto in California, ed è proseguito con una tavola rotonda sul tema a cui ha partecipato il Presidente di Telecom Italia insieme a personalità del mondo della cultura e della politica.

All’interno di AVoiComunicare, il progetto di comunicazione integrato che anche nel 2010 ha continuato ad occuparsi di ambiente ([vedi § Comunità/Social media e digital communication](#)), è possibile accedere al Carbon Meter. Si tratta di un semplice strumento, sviluppato da Telecom Italia in collaborazione con PricewaterhouseCoopers, che permette di prendere coscienza di quanta anidride carbonica emettiamo con le nostre azioni quotidiane e verificare come e quanto possiamo contribuire a mitigare i cambiamenti climatici attraverso piccole modifiche dei nostri comportamenti. Attraverso il Carbon Meter, rispondendo a poche domande sullo stile di vita adottato, possono essere calcolate le emissioni di CO₂ derivanti da alcune attività che rientrano in quattro ambiti: casa, lavoro, acquisti e pratiche amministrative. Grazie al Carbon Meter si può inoltre apprendere come rendere più sostenibili i comportamenti quotidiani: la simulazione di un percorso virtuoso mostra quanto è possibile risparmiare in termini di emissioni grazie ad alcuni semplici accorgimenti e all’utilizzo di soluzioni ICT, quali la videoconferenza o i collegamenti broadband per effettuare acquisti e altre operazioni online.

5.3 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.

Telecom Italia ha adottato una Policy di Green Procurement ([cfr. § Fornitori/Principali iniziative di sostenibilità](#)) finalizzata a minimizzare gli impatti direttamente attribuibili all’Azienda e quelli dei propri fornitori sull’ambiente, nell’ottica del miglioramento continuo e dell’allineamento alle best practice di settore.

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.

Come già accennato in precedenza Telecom Italia è tra i primi operatori di telecomunicazioni ad aver aderito al Codice di Condotta per Apparati Broadband v3, documento che definisce target di consumo energetico per modem, Home Gateway e altri apparati di rete domestica e di rete di accesso (cfr. § Energia).

Test di qualità vengono condotti sui prodotti per verificare il rispetto a requisiti di efficienza energetica, impatto ambientale e sicurezza. Per le verifiche condotte sui terminali mobili cfr. § Emissioni elettromagnetiche.

22

L'Home Access Gateway è un dispositivo che permette di collegare più clienti privati ad una stessa rete attraverso la concentrazione del traffico voce, dati e video.

È stata inoltre effettuata una revisione dei processi di fine vita degli Home Access Gateway⁽²²⁾ utilizzati per la fornitura dei servizi broadband residenziali e small business, da cui sono stati derivati requisiti di Design For Environment (DFE) per le generazioni future di prodotto.

Tra le soluzioni migliorative identificate si segnalano:

- la revisione della struttura della scocca plastica del prodotto, con la riduzione del numero di parti e l'ottimizzazione degli aspetti di disassemblaggio;
- l'utilizzo di plastiche riciclate, quando possibile, in relazione alle loro caratteristiche fisico-meccaniche e alla idoneità all'uso per il cliente;
- l'imballaggio in materiale riciclato con riduzione degli involucri plastici non necessari;
- l'ingombro e il peso dell'imballaggio ridotti per minimizzarne l'impatto in fase di trasporto;
- l'utilizzo di un alimentatore unificato per massimizzarne la possibilità di riutilizzo;
- la revisione della logistica di raccolta dei prodotti a fine vita e del processo che ne valuta la possibilità di rigenerazione;
- l'identificazione di accorgimenti tecnici per l'aumento dell'efficienza energetica degli access gateway: i test effettuati, su modalità medie di utilizzo a casa del cliente e in funzione della loro numerosità, consentono di stimare un risparmio energetico annuo nell'ordine dei 100 GWh.

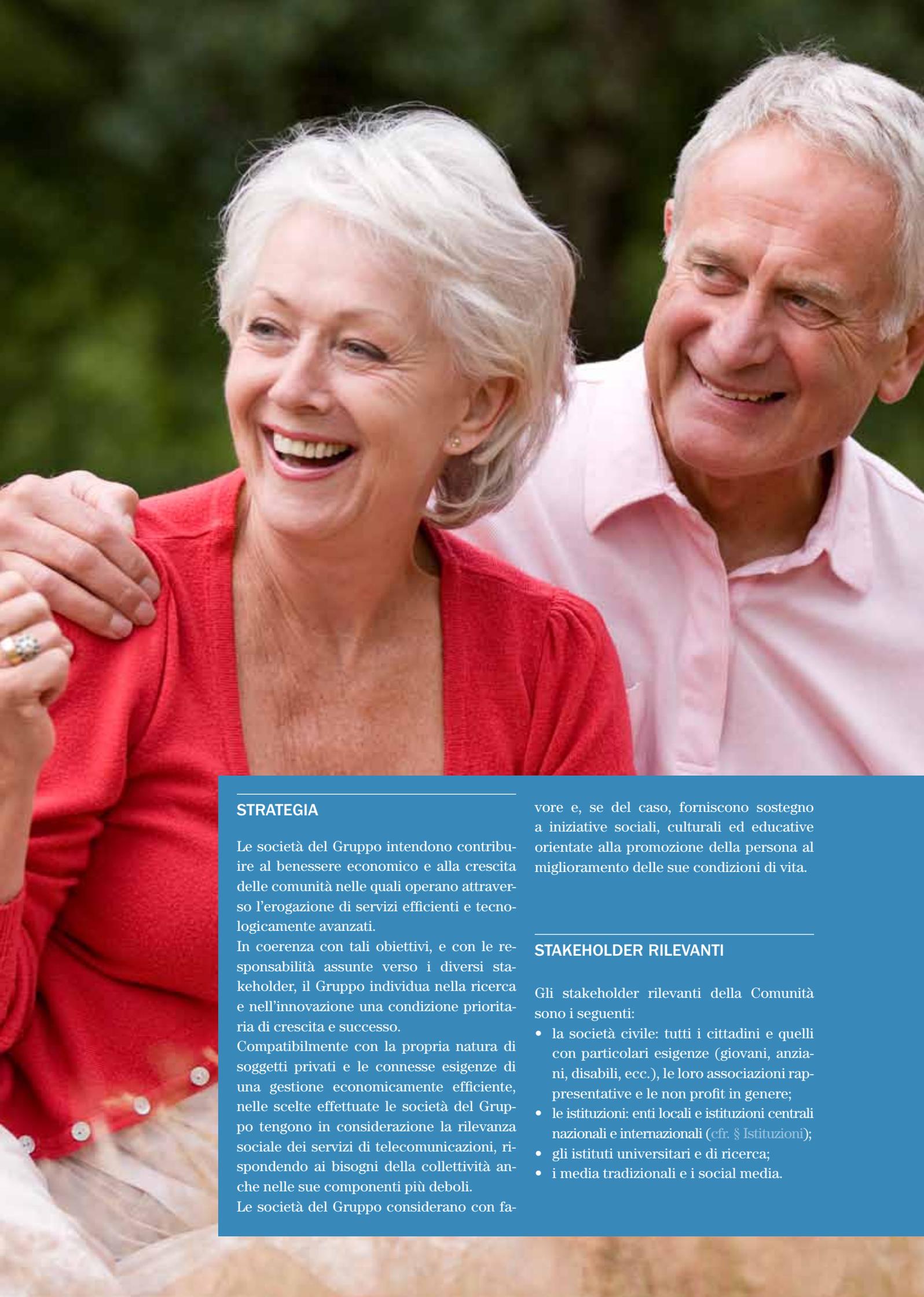


È stata elaborata una Dichiarazione Ambientale conforme alla Norma ISO14021 che fornirà al cliente finale informazioni di dettaglio sull'efficienza energetica e ambientale dei nuovi Access Gateway.

La Dichiarazione Ambientale costituisce il primo passo per la definizione di un programma di etichettatura ecologica da applicare, ove possibile, a tutti i prodotti di home networking (terminali e dispositivi per la connettività domestica). Un apposito logo "Telecom Italia Green" è stato definito e sarà utilizzato sui prodotti e relative confezioni a partire dal 2011.

Nel 2010 la metodologia dell'Analisi del Ciclo di Vita (LCA) è stata applicata a 46 prodotti in commercializzazione (cellulari, terminali fissi, fax e stampanti) nell'ambito del progetto Green Procurement (cfr. § Fornitori/Principali iniziative di sostenibilità).

Nella definizione delle architetture di rete e delle specifiche tecniche di apparati e componenti passivi, sono adottati criteri atti a minimizzare l'impatto ambientale (per es. consumi, ingombro, rumorosità, uso di batterie). Questi requisiti sono inclusi nelle Request for Quotation (documenti redatti dalle linee tecniche per chiarire le specifiche dei prodotti da acquistare) compatibilmente con i requisiti di servizio e i costi.



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 individua nella ricerca e nell'innovazione una condizione prioritaria di crescita e successo.

Compatibilmente con la propria natura di soggetti privati e le connesse esigenze di una gestione economicamente efficiente, nelle scelte effettuate le società del Gruppo tengono in considerazione la rilevanza sociale dei servizi di telecomunicazioni, rispondendo ai bisogni della collettività anche nelle sue componenti più deboli.

Le società del Gruppo considerano con fa-

vore e, se del caso, forniscono sostegno a iniziative sociali, culturali ed educative orientate alla promozione della persona al miglioramento delle sue condizioni di vita.

STAKEHOLDER RILEVANTI

Gli stakeholder rilevanti della Comunità sono i seguenti:

- la società civile: tutti i cittadini e quelli con particolari esigenze (giovani, anziani, disabili, ecc.), le loro associazioni rappresentative e le non profit in genere;
- le istituzioni: enti locali e istituzioni centrali nazionali e internazionali (cfr. § Istituzioni);
- gli istituti universitari e di ricerca;
- i media tradizionali e i social media.

Il ruolo di una grande azienda nei

Paesi

in cui opera

6. COMUNITÀ

6.1 MACRO AREE DI INTERVENTO

Gli investimenti nella Comunità riguardano due principali aree di intervento:

1. attività volontarie coerenti con il core business del Gruppo (collegate all'offerta di servizi ICT)⁽²³⁾;
2. attività finalizzate allo sviluppo generale della Comunità (principalmente le attività della Fondazione Telecom Italia).

Per ulteriori informazioni sugli obiettivi delle aree di intervento e sulle modalità con cui sono state individuate si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com su cui sono disponibili le "linee guida di Gruppo per i contributi volontari alla Comunità".

23

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.

6.2 INDIVIDUAZIONE E REALIZZAZIONE DEI PROGETTI

Telecom Italia individua i progetti da realizzare sulla base di:

- 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 telecomunicazioni europei;
- partecipazione ad associazioni di settore (per es. London Benchmarking Group);
- conoscenza delle problematiche di settore condivisa con le altre funzioni del Gruppo;
- sollecitazioni esterne come risposta a urgenze sociali (per es. i terremoti in Abruzzo, ad Haiti e in Pakistan).

La realizzazione di ciascun progetto passa attraverso quattro fasi: pianificazione, selezione, gestione e controllo.

1. Nella fase di pianificazione vengono individuati l'obiettivo da raggiungere, i destinatari del progetto, le tempistiche delle singole attività, la durata complessiva dell'iniziativa, i modi per monitorare il progetto, il budget.
2. La selezione dei progetti può avvenire:

- › tramite bandi pubblici (come nel caso di molti dei progetti seguiti dalla Fondazione Telecom Italia);
 - › come scelta aziendale, che si sviluppa a valle del processo di consultazione sopra citato, in coerenza con le linee guida per i contributi volontari alla Comunità.
3. La gestione dei progetti selezionati avviene, di regola, attraverso partnership o Accordi Quadro. Talvolta vengono effettuate delle erogazioni in denaro lasciando la gestione dell'attività all'ente/associazione beneficiari.
4. Il sistema di monitoraggio vigente prevede un tipo di controllo a posteriori, ritagliato sulle peculiarità dei singoli progetti (per es. per la Fondazione Telecom Italia - cfr. [§ Iniziative finalizzate allo sviluppo generale della Comunità](#)).

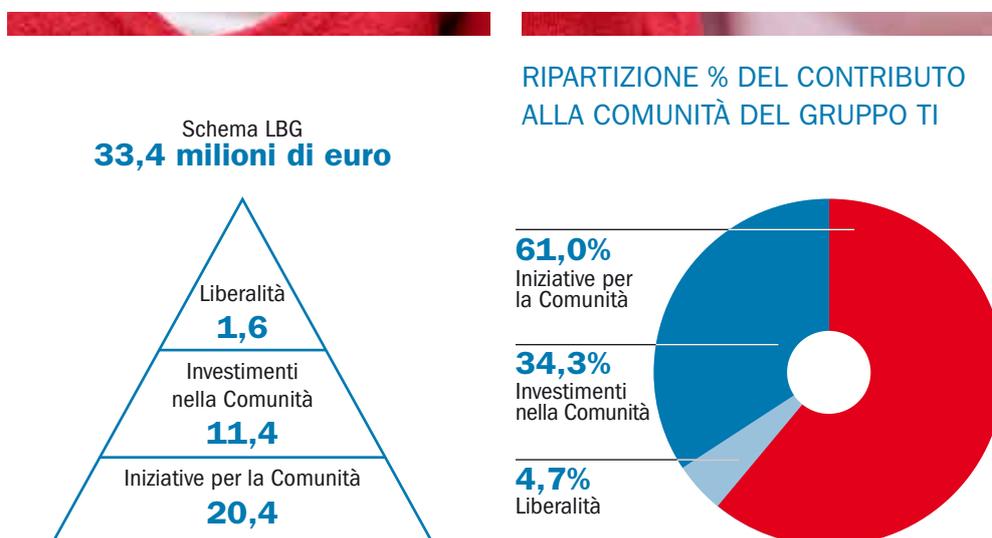
6.3 MISURAZIONE DEL CONTRIBUTO ALLA COMUNITÀ

Il contributo del Gruppo Telecom Italia alla Comunità, calcolato secondo le linee guida del London Benchmarking Group (LBG), ammonta per il 2010 a 33,4 milioni di euro (36,5 milioni di euro nel 2009), pari allo 0,81% dell'utile prima delle imposte.

Il calcolo del contributo è stato effettuato utilizzando dati gestionali, in parte oggetto di stime. Nel rispetto del principio di materialità sono state prese in considerazione soltanto le società controllate incluse nell'area di consolidamento con ricavi superiori a 300mila euro e numero di dipendenti superiore a 40, escludendo le attività cessate e le attività non correnti destinate a essere cedute.

Il London Benchmarking Group, fondato nel 1994, è un'Associazione 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 che pone all'apice della piramide 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:



Di seguito si riportano i criteri utilizzati per l'attribuzione dei contributi ai diversi livelli della piramide.

| | |
|---|--|
| <p>Liberalità Supporto occasionale a un ampio range di buone cause in risposta ai bisogni e agli appelli di organizzazioni comunitarie, anche attraverso partnership tra Azienda, dipendenti, clienti e fornitori.</p> | <p>Donazioni a enti nazionali/internazionali effettuate senza un programma specifico di medio/lungo termine. Sponsorizzazione di cause o eventi non facenti parte di una strategia di marketing. Raccolta fondi e donazioni da parte dei dipendenti con il contributo aziendale. Costi per la promozione e il supporto alle donazioni da parte dei dipendenti. Costi per il supporto alle donazioni da parte di clienti e fornitori.</p> |
| <p>Investimenti nella Comunità Impegno strategico a lungo termine da parte dell'Azienda in attività indirizzate a un numero limitato di cause sociali.</p> | <p>Quote associative e sottoscrizioni. Contributi e donazioni effettuate in base a un programma specifico di medio/lungo termine.</p> |
| <p>Iniziative per la Comunità Attività generalmente svolte dal settore commerciale a supporto diretto del successo dell'Azienda anche in partnership con organizzazioni umanitarie.</p> | <p>Sponsorizzazione di eventi, pubblicazioni e attività per la promozione del brand e della corporate identity. Cause Related Marketing, vendite promozionali. Supporto alla ricerca scientifica e universitaria e a organizzazioni umanitarie. Cura dei clienti con bisogni particolari. Attività di protezione civile.</p> |

6.4 LE RISPOSTE AGLI STAKEHOLDER

Iniziative coerenti con il core business

Di seguito, a titolo di esempio, sono riportate alcune iniziative svolte nel 2010 per rispondere ai bisogni della Comunità utilizzando le tecnologie alla base dell'offerta di servizi di Telecom Italia. Maggiori informazioni sui progetti sono reperibili sulla sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com.

Internet Saloon

L'iniziativa, nata nel 2000 dalla partnership tra l'Associazione Interessi Metropolitan di Milano, Telecom Italia e altre aziende, ha l'obiettivo di favorire la diffusione di Internet e delle nuove tecnologie tra le persone con più di 50 anni. I corsi base di Internet, tenuti da studenti universitari, durano una giornata e sono impostati in modo che chiunque, anche senza alcuna conoscenza del PC, possa navigare in rete e utilizzare la posta elettronica dopo qualche ora di lezione. A oggi sono attivi gli Internet Saloon di Milano, Sondrio, Pavia, Catania, Ancona, Bari e Napoli. In dieci anni di attività oltre 45.000 persone hanno frequentato i corsi con successo.

Telemouse

Quest'iniziativa, realizzata in partnership con la Fondazione Mondo Digitale, è nata nel 2009 allo scopo di attivare a Roma dei corsi di alfabetizzazione digitale rivolti agli ultrasessantenni. I corsi si svolgono nelle aule informatiche di 60 scuole romane e sono tenuti da studenti selezionati che ottengono crediti formativi scolastici a fronte di questo impegno. Parallelamente, in 50 centri sociali per anziani del Comune di Roma, sono stati realizzati altrettanti Internet Corner Telecom: luoghi accoglienti e familiari dove gli anziani possono mettere in pratica le competenze acquisite e, grazie all'esperienza delle prime figure di nonni-tutor, avvicinare altri coetanei alle nuove tecnologie. Durante l'anno 2009-2010 sono stati formati 1.500 ultrasessantenni e ulteriori 4.500 hanno frequentato gli Internet Corner.

In vista del “2011 Anno europeo del volontariato” è stata lanciata la prima edizione del concorso “Telemouse 3.0 - Volontari della conoscenza”, patrocinato dal Ministero della Gioventù. Il premio consiste in due borse di studio per altrettanti studenti che si sono distinti nell’attività di volontariato digitale prestata nell’ambito del progetto.

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 che si crea intorno a progetti con finalità umanitarie o scientifiche, che supporta offrendo la possibilità di fare una micro-donazione del valore di 1 o 2 euro, mediante l’invio di un SMS o tramite una telefonata ad un numero unico 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 telecomunicazioni e dalle Onlus ha esentato tali operazioni dall’applicazione dell’IVA, né da parte dell’Azienda per i costi sostenuti.

Nel 2010 sono state realizzate 109 raccolte fondi e sono stati raccolti oltre 24 milioni di euro⁽²⁴⁾.

24

L’importo raccolto non è direttamente attribuibile alle iniziative citate per via dello sfasamento temporale tra fatturazione e incasso.

Navigare sicuri

Il progetto si basa su un percorso biennale volto a sensibilizzare bambini, ragazzi e adulti (genitori e insegnanti) all’uso consapevole e responsabile di Internet e delle tecnologie digitali. L’iniziativa ha un proprio sito dedicato (www.navigaresicuri.org) e si rivolge ai diversi interlocutori utilizzando linguaggi e strumenti appropriati, tra cui un decalogo illustrato e pubblicazioni firmate dal personaggio Geronimo Stilton per i più piccoli, materiale divulgativo e momenti interattivi per gli adolescenti, informazioni e un servizio di assistenza specializzata per gli adulti.

Il progetto si avvale della collaborazione e dell’apporto di competenze, autorevolezza e affidabilità della Fondazione Movimento Bambino, di Save The Children e di Atlantyca, licenziataria del personaggio Geronimo Stilton.

A novembre è iniziato il tour di Navigare Sicuri nelle scuole e nelle piazze italiane che proseguirà nell’anno scolastico 2010/2011 (vedi riquadro dedicato).

Tour navigare sicuri

Partito da Torino, il tour ha toccato le scuole e le piazze di 20 città italiane in 10 regioni e ha coinvolto circa 100.000 persone su tutto il territorio nazionale. Tramite le cinque postazioni multimediali presenti sul bus di Navigare Sicuri e ad una lavagna interattiva messa a disposizione da Olivetti, un team di esperti ha accompagnato durante tutto il viaggio minori,

insegnanti e genitori in un percorso di divertimento e di conoscenza alla scoperta del web, con l’obiettivo di valorizzarne le straordinarie potenzialità e di evitarne il più possibile le insidie.

Per ogni tappa sono stati organizzati interventi didattici, diversificati per fascia di età, nelle scuole primarie e secondarie e realizzate attività interattive nelle piazze dove sono stati distribuiti materiali appositamente studiati per i più giovani e per gli adulti. A genitori ed educatori è stata dedi-

cata infine una sezione di informazioni e aggiornamenti sul rapporto tra i minori e Internet.

Quest’anno il progetto Navigare Sicuri si è aperto anche ai social network come Facebook, YouTube e Twitter, con proprie pagine nelle quali sono state comunicate tutte le attività del tour.

TIM Mobile Care e TIM Mobile Speak

TIM Mobile Care è un servizio multimediale di video assistenza sviluppato con l'Ente Nazionale per la protezione dei Sordi (ENS), che consente ai non udenti di ricevere gratuitamente nella Lingua Italiana dei Segni tutte le indicazioni necessarie per utilizzare i servizi di telefonia mobile (per es. configurazione della posta, gli SMS/MMS, il credito residuo, il profilo tariffario, ecc.).

TIM Mobile Speak è una versione più evoluta di "TIM Talks", prodotta in collaborazione con Loquendo (società del Gruppo) e l'Unione Italiana Ciechi e Ipovedenti. Si tratta di un software disponibile gratuitamente con l'acquisto di un terminale compatibile che consente ai non vedenti, ipovedenti e anziani di usare tutte le funzioni del telefonino grazie a una voce elettronica che legge il display, in base alle necessità e alle indicazioni dell'utilizzatore. Sono disponibili anche servizi di navigazione Internet su terminale mobile che utilizzano tecnologie per il riconoscimento vocale, sintesi vocale e streaming audio per personalizzare, a uso dei disabili visivi e uditivi, i vari servizi informativi (turistici, d'intrattenimento, ecc.).

Smart Inclusion

Il progetto, realizzato grazie al sostegno del Ministero per la Pubblica Amministrazione e l'Innovazione, al supporto tecnologico e finanziario di Telecom Italia, alla supervisione scientifica e progettuale dell'Istituto per la Sintesi Organica e la Fotoreattività del Consiglio Nazionale delle Ricerche CNR-ISOF di Bologna, punta a ridurre il disagio di bambini ospedalizzati nei reparti di oncematologia, permettendo loro di mantenere il contatto con la scuola. Un'unica piattaforma tecnologica integra servizi di teledidattica, intrattenimento e gestione dei dati clinici, consentendo ai bambini ricoverati di partecipare attivamente alle lezioni scolastiche, seguire le registrazioni delle lezioni perse, effettuare esercizi e fruire di corsi individuali di autoapprendimento. I bambini possono inoltre comunicare con i propri cari attraverso videochiamate e accedere a vari programmi di intrattenimento (cartoni animati, film, documentari, sport). Il personale sanitario, invece, può visualizzare attraverso il sistema tutta la documentazione clinica dei pazienti con la possibilità di aggiornarla.

Smart Inclusion è attualmente utilizzato presso alcune strutture ospedaliere delle città di Bologna, Roma, Padova, Firenze, Genova e Torino.

**L'INCLUSIONE SOCIALE DEI BAMBINI
RICOVERATI IN OSPEDALE È FAVORITA DALLE
TECNOLOGIE DELL'AZIENDA**

Iniziative finalizzate allo sviluppo generale della Comunità

Sono condotte prevalentemente dalla Fondazione Telecom Italia e, in misura minore, da altre realtà del Gruppo.

Fondazione Telecom Italia

Costituita a fine 2008, è espressione della strategia di Corporate Social Responsibility (CSR) di Telecom Italia nei confronti della Comunità. Con essa si è voluto rafforzare l'impegno a favore delle realtà sociali in cui il Gruppo opera, promuovendo idee e progetti per migliorare la qualità della vita delle persone. In particolare la Fondazione è attiva:

- nel campo del sociale, sviluppando progetti educativi e assistenziali dedicati alle categorie e alle fasce di popolazione meno protette o svantaggiate;
- nello sviluppo di progetti dedicati all'educazione, all'istruzione e alla ricerca scientifica;
- nella tutela del patrimonio storico-artistico, attraverso modalità e forme innovative di fruizione e diffusione della conoscenza.

La Fondazione Telecom Italia è una Fondazione d'Impresa di tipo prevalentemente erogativo, 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 2010 l'erogazione è stata pari a 5 milioni 664 mila euro.

Il piano delle attività della Fondazione viene definito annualmente e approvato dal Consiglio di Amministrazione che si avvale del supporto di un Comitato Scientifico di Indirizzo, composto da esperti nei diversi ambiti di intervento.

LA FONDAZIONE TELECOM ITALIA HA DEFINITO LE LINEE PROGETTUALI RELATIVE ALLA TUTELA DEL PATRIMONIO STORICO-ARTISTICO ASCOLTANDO L'OPINIONE DI ESPERTI ESTERNI

Per garantire la massima trasparenza nei processi decisionali interni alla Fondazione, nel 2009 è stato avviato un programma di stakeholder involvement con il supporto di autorevoli esperti, esterni alla Fondazione, nel processo di analisi e definizione di possibili iniziative e progetti in ambito "patrimonio storico-artistico". Tale coinvolgimento si è rivelato un importante strumento per comprendere meglio le dinamiche e le opportunità che si aprono a interventi di sostegno a tale patrimonio, in sintonia con la missione della Fondazione e ha portato all'individuazione dell'area di interesse sulla quale è focalizzato il bando "I beni culturali invisibili: una risorsa italiana da valorizzare", pubblicato a ottobre 2010.

I progetti della Fondazione vengono monitorati in base alle caratteristiche e agli obiettivi specifici previsti. Il sistema di monitoraggio è richiesto all'interno dei bandi della Fondazione e rappresenta uno dei requisiti di ammissibilità dei progetti oltre che un parametro di valutazione.

Come vengono selezionati i progetti

Per l'individuazione dei progetti da sostenere la Fondazione Telecom Italia adotta prevalentemente lo strumento del bando che viene pubblicato sul sito www.fondazionetelecomitalia.it. Il bando ha una durata temporale precisa, definisce l'ammontare del contributo messo a disposizione dalla Fondazione, i requisiti dei soggetti destinatari e dei progetti che potranno ricevere l'erogazione. I progetti vengono presentati esclusivamente in formato elettronico attraverso un'apposita procedura, disponibile online al momento di attivazione del bando.

La fase di selezione avviene secondo una procedura di valutazione che rispetta i parametri definiti nel bando e già resi pubblici. La procedura viene validata dal Comitato Scientifico, composto da esperti esterni alla Fondazione. La graduatoria dei progetti, risultante dall'applicazione della suddetta procedura, viene successivamente sottoposta al giudizio del Comitato Scientifico e al parere di un panel di stakeholder esterni individuati per gli specifici ambiti di intervento.

I progetti della Fondazione

Nel 2009 la Fondazione Telecom Italia ha avviato con l'Associazione Italiana Dislessia un articolato programma di interventi per combattere questo disturbo all'interno delle scuole italiane. Il programma – che ha una durata di tre anni scolastici e prevede un investimento pari a 1,5 milioni di euro – si articola in quattro progetti operativi finalizzati a:

- riconoscere precocemente la dislessia;
- formare degli insegnanti;
- diffondere le tecnologie nelle scuole;
- diffondere le tecnologie nelle famiglie.

Nel 2010 una parte del programma (riconoscere precocemente la dislessia e combatterla all'interno delle scuole italiane) è stato oggetto di un Protocollo d'Intesa tra la Fondazione Telecom Italia, il Ministero dell'Istruzione, Università e Ricerca e l'Associazione Italiana Dislessia.

Per informazioni sugli altri progetti attuati dalla Fondazione nel 2010 per i vari filoni di attività si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com e al sito www.fondazionetelecomitalia.it.

Le altre iniziative sociali del Gruppo

- Telecom Italia è socio fondatore di Dynamo Camp, il primo camp appositamente strutturato per ospitare gratuitamente bambini affetti da patologie gravi e croniche in terapia e nel periodo post ospedalizzazione, per favorirne il recupero psico-fisico in vista del proseguimento delle cure e del loro rientro a casa.
Da questa partnership consolidata sono derivate altre 3 iniziative sviluppate nel corso del 2010:
 - › Radio Dynamo (www.radiodynamo.it): è una web radio che realizza programmi di terapia ricreativa negli ospedali pediatrici, day hospital e case famiglia coinvolgendo bambini e ragazzi malati nella creazione di programmi radio, con l'aiuto di volontari, musicisti e conduttori radiofonici professionisti. Il progetto mira a raggiungere gli stessi obiettivi di Dynamo Camp, coinvolgendo i bambini che non possono essere fisicamente nella struttura e quelli che sono stati già ospiti, nei periodi in cui sono a casa o in ospedale.
 - › Volontariato d'Impresa: nel Natale 2009 Telecom Italia ha avviato per la prima volta un progetto di volontariato d'Impresa, sostenendo la partecipazione alle attività del camp invernale di 12 dipendenti, coinvolti dopo una rigorosa selezione attitudinale. Vista la soddisfazione espressa sia dall'Associazione sia dai volontari l'esperienza è stata ripetuta nell'estate 2010 con il coinvolgimento di altri 30 dipendenti, grazie all'utilizzo di permessi retribuiti appositamente autorizzati dall'Azienda. Fra i compiti svolti dai volontari quello di accogliere gli ospiti (bambini, ragazzi o famiglie), accompagnarli e sostenerli nelle loro necessità.
 - › Strenna Natalizia: per gli auguri 2010 Telecom Italia ha deciso di promuovere un'iniziativa specifica con l'Associazione Dynamo Camp, destinando le risorse natalizie all'acquisto di 100 soggiorni al camp da regalare ad altrettanti bambini malati.
- Musica nelle scuole: il progetto, nato nel 2003 dalla collaborazione tra le società del mobile del Gruppo in America Latina e il Governo brasiliano, è partito con l'obiettivo di favorire, attraverso l'educazione musicale, l'inclusione sociale di bambini e adolescenti che vivono in situazioni a rischio in 13 città del Brasile. Durante i corsi di musica vengono impartite nozioni di educazione civica e di convivenza pacifica. In molti casi le conoscenze musicali acquisite hanno permesso l'inserimento nel mondo del lavoro. Ad oggi 20.540 studenti provenienti da 62 scuole pubbliche hanno beneficiato del progetto.
- Progetto Zambia: promosso dall'Organizzazione senza scopo di lucro Nexus Mundi Foundation (NMF), Telecom Italia vi partecipa in qualità di partner tecnologico. L'obiettivo è dare impulso allo sviluppo agricolo, imprenditoriale e sanitario in alcune località dello Zambia attraverso la connettività. L'iniziativa prevede l'installazione di CMC - Community Media Centers - (postazioni che uniscono accesso Internet, computer e attrezzature media e office e che permettono anche la condivisione di contenuti) nei siti più importanti per le comunità di Lusaka, Chikuni e Kasisi: ospedali, scuole, chiese, stazioni radio, case di cura, centri culturali. Ciascun CMC è collegato agli altri tramite Wi-Fi ed è connesso a Internet tramite satellite ma è prevista a breve l'attivazione di una connessione a banda larga via cavo.

6.5 MEDIA TRADIZIONALI

Il coinvolgimento tramite l'Ufficio Stampa

I media – agenzie di stampa, giornali, radio, TV e web – formano il veicolo di comunicazione più immediato verso l'esterno e rappresentano uno stakeholder importante per Telecom Italia. Il loro coinvolgimento avviene per mezzo dell'Ufficio Stampa, attraverso la redazione e la diffusione di note e comunicati stampa, l'organizzazione di interviste, conferenze stampa e incontri, e la relazione diretta con singoli giornalisti.

L'UFFICIO STAMPA GESTISCE LA RELAZIONE CON I MEDIA ED ESPRIME LA POSIZIONE DEL GRUPPO SUI TEMI DI INTERESSE

Dove previsto dalla normativa vigente vengono inoltre coinvolti nell'attività di comunicazione i mercati finanziari e gli organismi di vigilanza sui mercati stessi.

Alla base di tutte le attività c'è la mappatura degli interlocutori chiave con cui vengono avviate relazioni continuative e la conseguente creazione di mailing list create ad hoc in occasione di incontri pubblici, presentazioni di prodotti e servizi o annunci specifici, compilate grazie a un'attenta analisi dell'intero panorama giornalistico italiano e internazionale.

Nello svolgimento delle sue attività l'Ufficio Stampa segue la specifica procedura di Gruppo per la gestione e la comunicazione di informazioni e dati privilegiati che regola la gestione interna e la comunicazione all'esterno di documenti e informazioni riguardanti la Società e definisce le modalità operative per la comunicazione al mercato delle informazioni price sensitive (la procedura è disponibile sul sito www.telecomitalia.com nella sezione Governance).

La comunicazione con i media avviene sia su base spontanea, proattiva, sia in risposta a specifiche richieste. Il dialogo con i media è stato ulteriormente rafforzato alla fine del 2009 con la creazione dell'Ufficio Stampa Territoriale, avviato in risposta all'esigenza aziendale di una maggiore presenza e di un maggior dialogo su tutto il territorio, che affianca l'attività degli altri tre Uffici Stampa dedicati alle tematiche corporate, di mercato e di regolamentazione.

I risultati dell'attività dell'Ufficio Stampa vengono monitorati periodicamente da parte di una società di ricerca. In particolare viene analizzata su base mensile la visibilità degli articoli in cui è citata Telecom Italia o i suoi prodotti e servizi, ponendoli a confronto con uno standard costituito da un articolo di media lunghezza, pubblicato su una pagina interna di una testata a diffusione media, privo di immagini e firma. Attribuendo a ciascun articolo preso in esame un valore positivo o negativo, a seconda che esprima fatti e opinioni favorevoli o contrari all'Azienda, si determina un Indice di Qualità della Visibilità (IQV). Nel 2010 nonostante la vicenda TI Sparkle abbia colpito negativamente l'immagine del Gruppo anche sui media, l'attività dell'Ufficio Stampa ha consentito una sostanziale tenuta dei dati qualitativi complessivamente positivi già registrati nel 2009, anno in cui Telecom Italia è stato l'unico operatore a presentare un significativo miglioramento nell'IQV (+20%).

Il coinvolgimento tramite il sito web di Gruppo

Il sito corporate di Telecom Italia (www.telecomitalia.com) rappresenta il punto di accesso online ai contenuti commerciali, di servizio e istituzionali del Gruppo. Gli stakeholder di riferimento sono:

- i visitatori generalisti interessati a conoscere l'Azienda e/o l'offerta di Telecom Italia;
- clienti o potenziali clienti interessati a conoscere le offerte e promozioni del Gruppo: a loro sono dedicati i canali privati e business, suddivisi per tipologia di pubblico e di offerta;
- clienti interessati a conoscere gli spazi di dialogo con l'Azienda e/o che abbiano biso-

gno di supporto e assistenza: a loro sono dedicati i canali “Parla con noi” e “Info & Assistenza”, con le diverse tipologie di canali di contatto per clienti privati, business e istituzionali;

- i ricercatori e gli studiosi interessati a conoscere meglio il Gruppo;
- gli investitori istituzionali/retail e gli obbligazionisti, sia italiani sia internazionali;
- gli analisti e le agenzie di rating finanziario e di sostenibilità;
- i fondi etici;
- le persone in cerca di occupazione;
- i giornalisti.

A ogni pubblico è dedicata una sezione con contenuti e approfondimenti coerenti con le specifiche esigenze. Sono previste varie modalità per dare e ricevere feed back.

Particolare attenzione viene riservata ai webranking e alle classifiche che permettono un confronto anche con quanto realizzato dai competitor. Sulla base di queste indicazioni il sito viene continuamente aggiornato e arricchito con nuovi contenuti e funzionalità per gli utenti. Nel 2010 Telecom Italia si è posizionata:

- terza in Europa nella classifica Hallvarsson&Halvarsson (H&H) “Webranking Europe 500”, che premia i migliori siti corporate delle maggiori aziende quotate sulla base di qualità, trasparenza, ricchezza ed efficacia della comunicazione istituzionale e finanziaria online. All’interno della medesima classifica Telecom Italia è risultata la prima azienda europea del settore delle telecomunicazioni con il punteggio di 86 su 100;
- terza in Italia nella stessa classifica H&H nazionale per la comunicazione attraverso il sito web istituzionale;
- quarta in Italia per la comunicazione della sostenibilità attraverso il sito web istituzionale nel “CSR Online Awards”, classifica sulla comunicazione online della Responsabilità Sociale d’Impresa, svolta dalla società di comunicazione finanziaria Lundquist in collaborazione con il quotidiano economico-finanziario Il Sole 24 Ore.

Il coinvolgimento tramite le emittenti del Gruppo

Il Gruppo controlla attraverso TI Media le emittenti televisive La7 e MTV. Per l’individuazione dei programmi da realizzare un ufficio dedicato conduce regolari ricerche di marketing sui bisogni dei telespettatori attuali e potenziali. La7, le cui programmazioni sono rivolte a un pubblico prevalentemente adulto e di buon livello culturale, misura la soddisfazione e il gradimento rispetto alle scelte di palinsesto essenzialmente tramite l’Auditel e, secondariamente, attraverso dei blog dedicati a specifici programmi.

MTV, che si rivolge a un pubblico giovane, non è soggetta ad Auditel e realizza focus group specifici per valutare e impostare i programmi.

Tra le programmazioni maggiormente apprezzate rientrano i servizi d’informazione (in particolare il TG La7).

L’editore ha la responsabilità dei contenuti trasmessi ed è quindi il Garante del rispetto delle regole, compresa l’autonomia e la libertà di stampa e di espressione dei giornalisti. Inoltre, l’appartenenza dei giornalisti a uno specifico Ordine ne determina diritti e doveri.

La7

La7 ha proseguito anche nel 2010 la campagna per l’ambiente, che trova il suo culmine nella giornata mondiale del 5 giugno. L’opinione pubblica è stata sensibilizzata attraverso un’offerta multiplatforma dedicata: La7, La7d e il sito web La7.it hanno celebrato in maniera congiunta l’evento, con la messa in onda di documentari, serie TV e lungometraggi che hanno affrontato la tematica della salvaguardia dell’ambiente.

Altre importanti iniziative sociali sono state supportate da TV e web di La7, tramite la mes-

sa in onda di spot, annunci da parte dei conduttori e cartelli all'interno dei singoli programmi, oltre che attraverso l'utilizzo di blog e forum:

- “Every One” di Save The Children, campagna per dire basta alla mortalità infantile;
- “Difendi l'Italia del tuo cuore” del FAI (Fondo Ambiente Italiano);
- campagna di intervento a favore della popolazione di Haiti, in sinergia con la Fondazione Rava e Agire.

La7 ha poi aderito alla settimana dell'infanzia e ha promosso l'iniziativa su Facebook dedicata al quindicesimo anniversario della ratifica della Carta dei Diritti dell'Infanzia e dell'Adolescenza, dando ad essa visibilità sia sul profilo Facebook “Lasettepuntoit” sia con banner sulla home page del sito La7.it.

La7 ha anche avviato una campagna a favore delle zone alluvionate del Veneto, con un'operazione di raccolta fondi guidata dal TG La7 in collaborazione con il Corriere della Sera.

6.6 SOCIAL MEDIA E DIGITAL COMMUNICATION

La comunicazione digitale è un settore in cui Telecom Italia si impegna con una presenza stabile e riconosciuta a livello nazionale. In questo ambito il Gruppo dimostra, in misura crescente, capacità di attrazione con iniziative innovative nella dimensione dei social media, sempre più importante nella relazione tra le persone e tra queste e le organizzazioni. Il sistema di interazione, che si sta affermando negli ultimi anni a livello globale, sancisce l'esigenza di una comunicazione sempre più paritaria tra le organizzazioni e i loro interlocutori e si impone come luogo di presenza che una realtà aziendale come Telecom Italia non può trascurare, sia nella relazione con i propri clienti e portatori di interesse sia come patrimonio culturale del Paese.

Consapevole dell'importanza dei nuovi canali di comunicazione, anche quest'anno il Gruppo ha curato e rafforzato la sua presenza all'interno di essi, utilizzandoli in maniera sempre più integrata con i media tradizionali e sfruttandone al meglio il potenziale dialogico nel rapporto con i propri stakeholder: clienti, fornitori, istituzioni, soggetti emergenti della nuova Internet (giovani talenti, imprenditori, web early adopters, centri di ricerca, incubatori e finanziatori, università, aziende hi-tech), opinion leader (blogger e giornalisti), soggetti pubblici e privati, in grado di fare innovazione e promuovere lo sviluppo sostenibile. Per ulteriori informazioni sugli obiettivi e le strategie di coinvolgimento degli stakeholder sui principali progetti sviluppati nel 2010 (Working Capital, Venice Sessions, Social Media Camp, AVoiComunicare) e sui risultati ottenuti in termini di coinvolgimento si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com.

6.7 RICERCA E SVILUPPO

**IL PRESIDIO DELL'INNOVAZIONE
TECNOLOGICA È UNA PRIORITÀ
PER L'AZIENDA ED È REALIZZATO
ATTRAVERSO STRUTTURE DEDICATE**

In Telecom Italia le attività di ricerca e sviluppo vengono realizzate da Information Technology e da TI Lab, entrambe strutture della direzione Technology & Operations che presidiano l'innovazione attraverso l'analisi di nuove tecnologie e le attività di ingegnerizzazione delle offerte dei servizi di Telecom Italia, per mezzo di partnership strategiche con i principali produttori di apparati e sistemi di telecomunicazioni e con centri di ricerca d'eccellenza presso le più qualificate istituzioni accademiche nazionali e internazionali. Notevole importanza rivestono anche la valorizzazione e la generazione di vantaggi competitivi per il Gruppo Telecom Italia attraverso una

gestione strategica delle relazioni tra ricerca, Intellectual Property Right (IPR) e business, finalizzata allo sviluppo del patrimonio brevettuale. Nel 2010 sono state depositate 18 nuove domande di brevetto.

Stakeholder e temi 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 (per es. il Centro Nazionale delle Ricerche per il progetto Smart Inclusion) - cfr. § [Comunità/Le risposte agli stakeholder](#). Nel 2010 sono state attivate 23 nuove collaborazioni con 12 università italiane ed 1 straniera (Keio), che si aggiungono alle 3 già in essere a inizio 2010, su temi di ricerca riguardanti nuove tecnologie, algoritmi di codifica, nuovi servizi e paradigmi di comunicazione;
- gli enti di standardizzazione (NGMN, OpenIPTV Forum, OMA, 3GPP, TISPAN, ETSI) a cui Telecom Italia partecipa attivamente;
- la Pubblica Amministrazione attraverso la realizzazione di iniziative in partnership (cfr. § [Comunità/Le risposte agli stakeholder e Istituzioni/Istituzioni nazionali locali](#));
- le associazioni non governative per la realizzazione di progetti congiunti (per es. il Progetto Zambia sull'installazione di un Community Multimedia Center in Africa per collegare tra loro e alla rete Internet una serie di istituzioni di formazione e sanitarie);
- gli enti internazionali quali l'ONU e l'UNESCO (per es. organizzazione di giornate di studio e presentazione di interventi realizzati da Telecom Italia in situazioni di emergenza).

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

Il Piano viene pubblicato annualmente a valle di un ampio processo di coinvolgimento delle strutture aziendali interessate.

Il Piano Tecnologico individua inoltre i principali fattori esogeni (regolamentazione, standard, vendor, 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.

Per informazioni in merito al processo con cui vengono realizzate i progetti di ricerca e sviluppo si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com.

I progetti e le iniziative del 2010

I temi identificati possono essere classificati in 3 macro-filoni:

- Information Technology a supporto del business;
- servizi per la riduzione dell'impatto ambientale;
- servizi a favore della Comunità.

Information Technology a supporto del business

Le attività di ricerca e sviluppo 2010 sono state effettuate internamente o appaltate a fornitori esterni e sono state indirizzate alla realizzazione di:

- prodotti software dedicati alla gestione di nuove offerte commerciali e nuovi servizi verso i clienti (Business Support Systems), al funzionamento dei sistemi a supporto della rete (Operational Support Systems) e alla Security;
- test e collaudi specifici per bandi di gara e nuove architetture di rete;
- nuove infrastrutture hardware a supporto delle applicazioni.

Le principali attività sono state:

- sviluppo di una nuova piattaforma Customer Centric “CRM Affari” per la gestione commerciale della clientela SOHO, SME, enterprise e top;
- sviluppo di una nuova piattaforma Customer Centric “Billing Unico Convergente” per la gestione della fatturazione dei servizi fisso/mobile della clientela consumer;
- sviluppo in ottica Customer Centric di una piattaforma di Datawarehouse Integrato a supporto della convergenza fisso/mobile;
- sviluppo di una nuova piattaforma “SAP Unico” per integrare versioni precedenti;
- evoluzione delle piattaforme informatiche a supporto delle funzioni business per l’implementazione dei nuovi servizi per la clientela consumer, business e top. In particolare le attività sono state orientate a supporto delle seguenti offerte: offerta famiglia; “Friend & Family”; MTV (funzionalità principali); IPTV; “Alice Casa” (naked); “Alice Total Security”; “Alice Data Kit” (upselling fisso/mobile); “Tim Affare Fatto al Lavoro”; “Impresa Semplice”; “Alice Affare Fatto” su VoIP; “Alice Business” (naked).

Servizi per la riduzione dell’impatto ambientale

- Next Generation Data Center: è un progetto di evoluzione dell’infrastruttura hardware secondo i principi della virtualizzazione, basato sulla sostituzione dei server fisici dei Data Center Telecom Italia attraverso l’utilizzo condiviso delle infrastrutture tra le diverse applicazioni. Il progetto, finalizzato allo sviluppo di offerte commerciali dirette al mercato ICT (per es. ospit@ virtuale) consente ottimizzazioni logistiche ed energetiche (cfr. § Ambiente/Cambiamento climatico).
- Next Generation Workplace: è un progetto di evoluzione dell’informatica individuale che permette di accedere da remoto e in modalità multicanale a contenuti e applicazioni gestite centralmente, consentendo delle postazioni di lavoro tradizionali basate su desktop con PC molto “snelli” contenenti solo informazioni di rete basilari, per poter comunicare con l’infrastruttura centralizzata. Oltre a contribuire in maniera determinante alla riduzione dei consumi energetici il progetto migliora la flessibilità operativa dei dipendenti, ponendo le basi per future evoluzioni dei modelli di lavoro (per es. il telelavoro).
- ITS & Infomobility Platform: ha l’obiettivo di abilitare nuovi servizi per il veicolo, i suoi occupanti, la Pubblica Amministrazione e i soggetti privati grazie alla graduale introduzione del paradigma del veicolo sempre connesso con il mondo esterno (per es. centri servizio, infrastruttura a bordo strada, occupanti, altri veicoli, ecc.). Per ulteriori informazioni cfr. § Clienti/Servizi innovativi.
- Smart meeting: si tratta di soluzioni che permettono il monitoraggio e l’ottimizzazione dei consumi energetici, quali TI-Green e GreenHome per le quali si rinvia al § Clienti/Servizi innovativi.
- Smart Town: la soluzione fornisce un pacchetto di servizi per i Comuni attraverso l’utilizzo della rete di illuminazione pubblica (cfr. § Clienti/Servizi innovativi).
- EARTH: studia le architetture di rete e i singoli componenti radio dei sistemi mobili attuali e, soprattutto, di futura generazione, con l’obiettivo di migliorarne l’efficienza energetica di almeno il 50% rispetto agli standard attuali.
- Telepresence: sviluppo di un prototipo per il servizio di telepresenza per la clientela business, le cui caratteristiche garantiscono un’elevata qualità video (risoluzione fino al full HD), la visione dell’intera persona dei partecipanti, la fluidità nella riproduzione dei movimenti e un audio polifonico con cancellazione d’eco e soppressione del rumore di fondo. Il prototipo è caratterizzato dall’utilizzo di tecnologie a basso costo quali webcam HD consumer, TV 50” al plasma di costo contenuto, PC di fascia media e nuove schede sonore.

Servizi a favore della Comunità

- Soluzioni per la riduzione del geographical divide: hanno l'obiettivo di abilitare l'accesso alla banda larga in aree con problemi di Digital Divide e in nuove aree urbane. Per il dettaglio delle soluzioni realizzate o in corso di realizzazione si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com.
- Laboratorio Accreditato di Prova (LAP): opera in TI Lab e svolge attività di testing su servizi e sistemi ICT. Il LAP, dall'inizio degli anni '90, è accreditato per diversi servizi presso il Ministero dello Sviluppo Economico, il SIT (Servizio di Taratura In Italia) e Accredia (nuovo Ente Unico Nazionale di Accreditamento) in base al regolamento europeo CE 765/2008. Il LAP si rivolge sia a strutture interne a Telecom Italia sia ad enti e società operanti nel settore dell'ICT, offrendo prove e servizi di differenti tipologie che vanno dagli aspetti hardware a quelli funzionali, dai terminali fissi a quelli mobili, dai centralini ai sistemi ottici; l'interoperabilità con la rete Telecom Italia è completamente simulata in laboratorio.
- Smart Inclusion: il progetto permette ai piccoli pazienti lungodegenti di partecipare alla vita sociale, collegandosi con scuola e casa attraverso un terminale touch screen dotato di telecamera, e ai medici di ottimizzare la gestione dei processi di cura (cfr. § [Comunità/Le risposte agli stakeholder](#)).
La soluzione tecnica è stata realizzata da Telecom Italia tramite l'utilizzo di tecnologie innovative come le fibre ottiche plastiche e le powerline, nonché sviluppi software specifici, principalmente basati su piattaforme opensource.
- E-learning e didattica evoluta: nel corso del 2010 sono state avviate una serie di iniziative in ambito scolastico volte a soddisfare la domanda di servizi evoluti basati proprio sulla collaborazione, la comunicazione e il coinvolgimento attivo degli utenti finali (cfr. § [Clienti/Servizi innovativi](#)).
- MyDoctor@home: assistenza sanitaria remotizzata basata sul monitoraggio dei parametri fisiologici del paziente direttamente da casa o in strutture appositamente attrezzate. Le misurazioni sono effettuate abbinando le tecnologie sviluppate da Telecom Italia ai classici apparati elettromedicali in commercio (cfr. § [Clienti/Digital Divide](#)).
- MuoviTI: è un'applicazione sperimentale di tele-monitoraggio continuo dei movimenti rivolta a persone con problemi motori e consente al personale sanitario di monitorare la quantità di movimento dei pazienti anche da remoto. Il sistema utilizza dispositivi e sensori indossabili che elaborano i dati in locale e trasmettono i risultati alla piattaforma di tele-monitoraggio di Telecom Italia per essere poi consultati dal personale autorizzato (medici e parenti). L'applicazione si basa sul framework SPINE, un progetto open source sviluppato in collaborazione con il mondo accademico (Università della Calabria, Berkeley e l'Università del Texas a Dallas). Nel 2010, in collaborazione con l'Istituto Mario Boella, è iniziata la sperimentazione di MuoviTI con alcuni pazienti in cura presso il reparto di riabilitazione dell'Azienda Ospedaliera Universitaria Maggiore della Carità di Novara.





Stakeholder interni





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.

STAKEHOLDER RILEVANTI

Gli stakeholder rilevanti sono i dipendenti e i sindacati.

Il Gruppo riconosce la centralità
delle Risorse Umane, principale

fattore di successo

dell'impresa

1. RISORSE UMANE

1.1 CONSISTENZE E VARIAZIONI

Gruppo Telecom Italia

La consistenza del personale al 31 dicembre 2010 è così ripartita:

| (unità) | 31.12.2010 | 31.12.2009 | Variazione |
|---|---------------|---------------|---------------|
| ITALIA | 57.994 | 60.829 | (2.835) |
| ESTERO | 26.135 | 10.499 | 15.636 |
| TOTALE PERSONALE A PAYROLL | 84.129 | 71.328 | 12.801 |
| PERSONALE CON CONTRATTO DI LAVORO SOMMINISTRATO | 71 | 56 | 15 |
| TOTALE PERSONALE | 84.200 | 71.384 | 12.816 |
| ATTIVITÀ NON CORRENTI DESTINATE AD ESSERE CEDUTE | - | 2.205 | (2.205) |
| TOTALE | 84.200 | 73.589 | 10.611 |

Escludendo il personale relativo alle “Attività non correnti destinate ad essere cedute” (HanseNet) e i lavoratori con contratto di lavoro somministrato, il personale di Gruppo presenta un incremento di 12.801 unità rispetto al 31 dicembre 2009.

La variazione può essere così dettagliata:

- uscita dal perimetro di consolidamento della Società Elettra Tlc S.p.A. (120 unità) e delle società del Gruppo BBNE (308 unità);
- entrata nel perimetro di consolidamento delle società della Business Unit Argentina (15.562 unità al 13 ottobre 2010);
- turn over netto in riduzione di 2.333 unità, così dettagliato per singola Business Unit:

| (unità) | Entrate | Uscite | Variazione netta |
|-------------------------|--------------|----------------|------------------|
| DOMESTIC | 718 | (3.438) | (2.720) |
| BRASILE | 3.221 | (2.890) | 331 |
| ARGENTINA | 295 | (225) | 70 |
| OLIVETTI, MEDIA E ALTRE | 227 | (241) | (14) |
| TURN OVER | 4.461 | (6.794) | (2.333) |

*

Anche nel 2010, come nel 2009, non ci sono lavoratori con contratto di lavoro somministrato.

Telecom Italia S.p.A.^(*)

| (unità) | 31.12.2010 | 31.12.2009 | Variazione |
|----------------------------------|---------------|---------------|----------------|
| TOTALE ORGANICO A PAYROLL | 49.636 | 54.236 | (4.600) |

Al 31 dicembre 2010 il personale a payroll di Telecom Italia S.p.A. è di 49.636 unità.

Rispetto al 31 dicembre 2009 si registra un decremento complessivo di 4.600 unità dovuto a:

- saldo di 2.129 unità in uscita per passaggi infragruppo, di cui 2.092 unità per conferimento alla Società SSC (Shared Service Center S.r.l.) del ramo d’azienda “IT Operations”;
- turn over netto in riduzione di 2.471 unità, così dettagliato:

| (unità) | Entrate | Uscite | Variazione netta |
|--|------------|--------------|------------------|
| TURN OVER TELECOM ITALIA S.p.A. | 258 | 2.729 | (2.471) |

Gruppo Tim Brasil



| (unità) | 31.12.2010 | 31.12.2009 | Variazione |
|----------------------------------|---------------|--------------|------------|
| TOTALE ORGANICO A PAYROLL | 10.114 | 9.783 | 331 |

La consistenza del personale del Gruppo Tim Brasil al 31 dicembre 2010 è pari a 10.114 unità.

Rispetto al 31 dicembre 2009 si registra un incremento di 331 unità dovuto a:

- saldo di 3 unità in uscita verso altre società del Gruppo;
- turn over netto in incremento di 334 unità, così dettagliato:



| (unità) | Entrate | Uscite | Variazione netta |
|------------------------------------|--------------|--------------|------------------|
| TURN OVER GRUPPO TIM BRASIL | 3.220 | 2.886 | 334 |

Business Unit Argentina

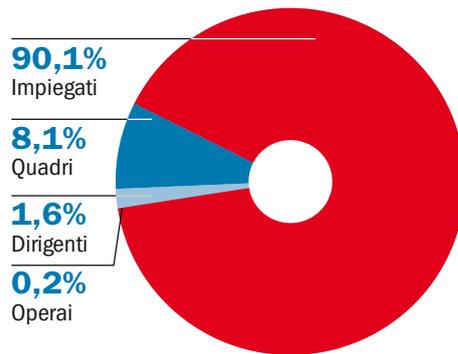


| (unità) | 31.12.2010 | 31.12.2009 | Variazione |
|----------------------------------|---------------|------------|---------------|
| TOTALE ORGANICO A PAYROLL | 15.632 | - | 15.632 |

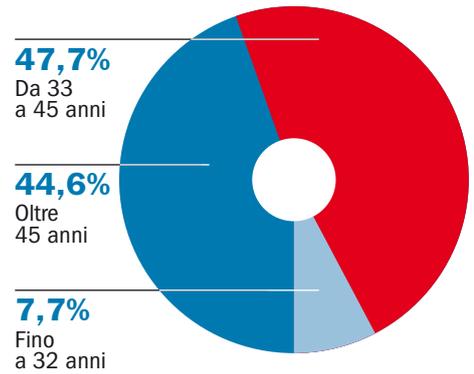
La consistenza del personale della Business Unit Argentina, entrato nel perimetro di consolidamento del Gruppo Telecom Italia dal 13 ottobre 2010, a seguito dell'incremento della quota di partecipazione in Sofora, al 31 dicembre 2010 è pari a 15.632 unità.

Il personale operante in Italia, al netto del personale con contratto di lavoro somministrato, è pari al 69% del totale del Gruppo e ha le seguenti caratteristiche:

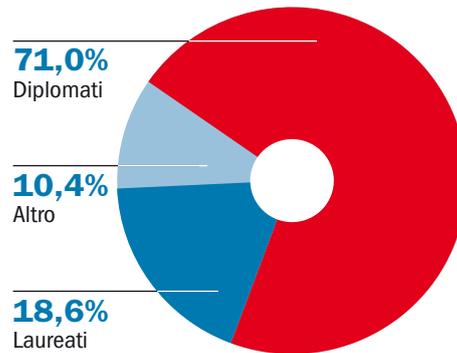
GRUPPO TI – ITALIA: ORGANICI DISTRIBUITI PER CATEGORIA PROFESSIONALE



GRUPPO TI – ITALIA: ORGANICI DISTRIBUITI PER CLASSI D'ETÀ

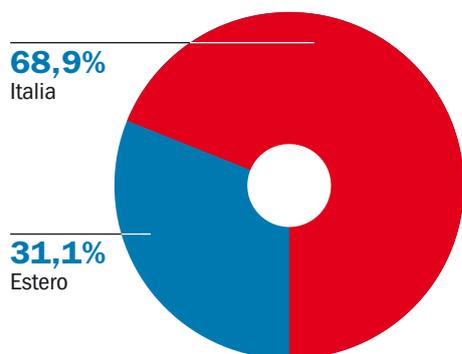


GRUPPO TI – ITALIA: ORGANICI DISTRIBUITI PER TITOLO DI STUDIO

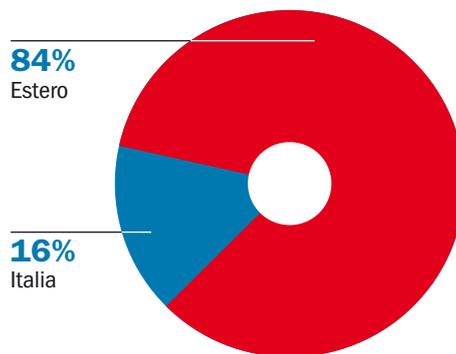


La distribuzione del personale per area geografica e le assunzioni effettuate nel Gruppo, al netto del personale con contratto di lavoro somministrato, hanno la seguente configurazione:

DISTRIBUZIONE DEL NUMERO DEI DIPENDENTI DEL GRUPPO TI PER AREE GEOGRAFICHE

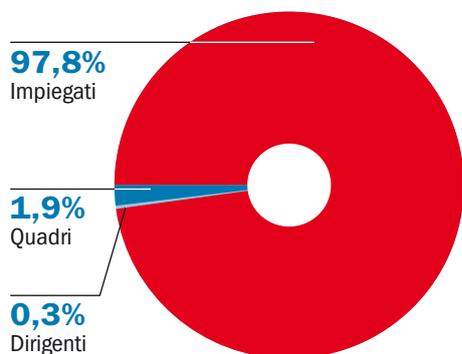


DISTRIBUZIONE DELLE ASSUNZIONI DEL GRUPPO TI PER AREE GEOGRAFICHE

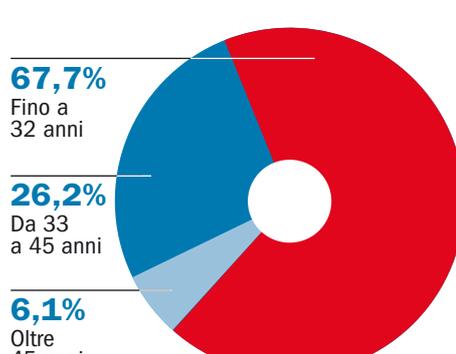


Il personale operante nel Gruppo Tim Brasil è pari al 12% del totale del Gruppo e ha le seguenti caratteristiche:

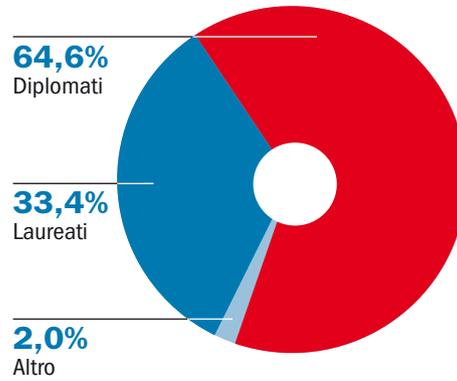
GRUPPO TIM BRASIL: ORGANICI DISTRIBUITI PER CATEGORIA PROFESSIONALE



GRUPPO TIM BRASIL: ORGANICI DISTRIBUITI PER CLASSI D'ETÀ

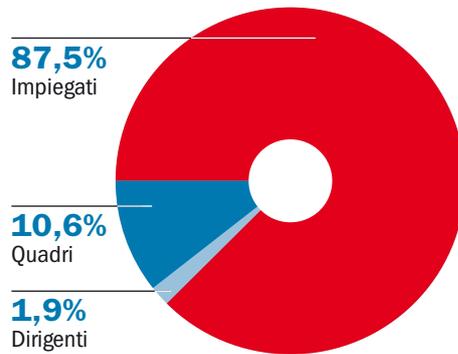


GRUPPO TIM BRASIL: ORGANICI DISTRIBUITI PER TITOLO DI STUDIO

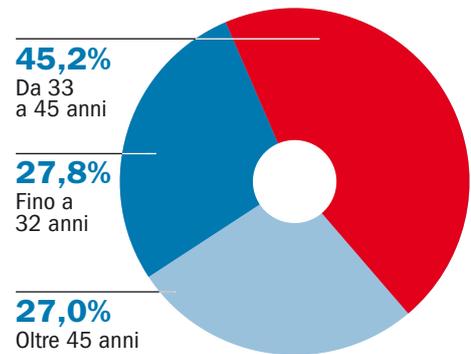


Il personale operante nella Business Unit Argentina è pari al 19% del totale del Gruppo e ha le seguenti caratteristiche:

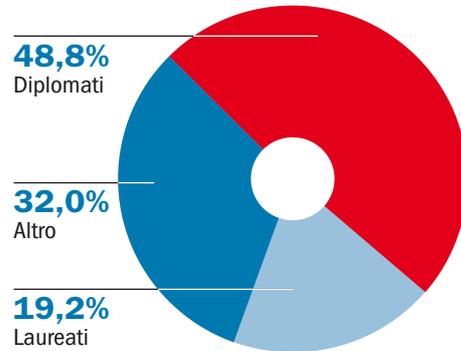
BUSINESS UNIT ARGENTINA: ORGANICI DISTRIBUITI PER CATEGORIA PROFESSIONALE



BUSINESS UNIT ARGENTINA: ORGANICI DISTRIBUITI PER CLASSI D'ETÀ

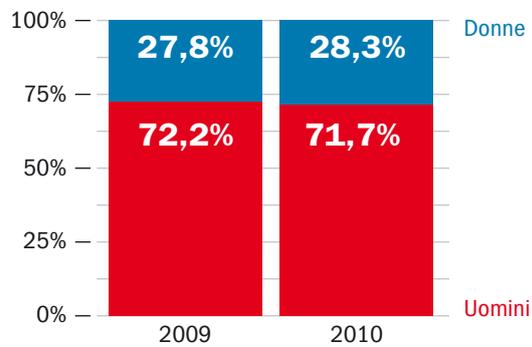


BUSINESS UNIT ARGENTINA: ORGANICI DISTRIBUITI PER TITOLO DI STUDIO

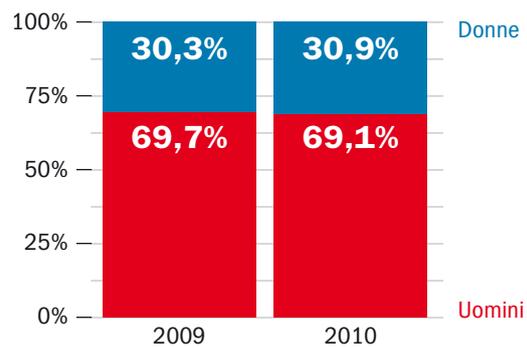


1.2 EQUITÀ DI GENERE

DISTRIBUZIONE UOMINI-DONNE – TELECOM ITALIA S.p.A. (2009-2010)

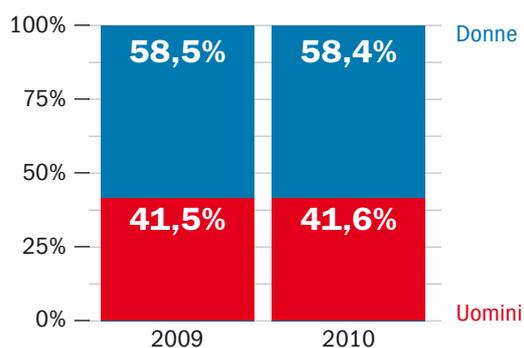


DISTRIBUZIONE UOMINI-DONNE – GRUPPO TI (IN ITALIA) (2009-2010)



Nel corso del 2010 la percentuale delle donne dirigenti nel Gruppo (in Italia) si attesta intorno al 15% e delle donne quadro al 26%.

DISTRIBUZIONE UOMINI-DONNE – GRUPPO TIM BRASIL (2009-2010)



Nel corso del 2010 la percentuale delle donne dirigenti in Tim Brasil si attesta intorno al 12% e delle donne quadro al 25% del totale.

In Tim Brasil le donne impiegate in Azienda sono passate da 3.263 del 2003 (54% del totale) a 5.726 del 2009 (58% del totale) e a 5.905 del 2010 (58% del totale).

1.3 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 e dare supporto alle persone 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;
- supporto alle esigenze dei figli e della famiglia in genere;
- supporto alle iniziative di volontariato dei dipendenti;
- valorizzazione delle forme di diversità presenti nel contesto lavorativo attraverso attività e progetti di diversity management.

Equilibrio tra vita lavorativa e tempo libero per i dipendenti

Iniziative in Telecom Italia

- Parcheggi Rosa: alle dipendenti in dolce attesa, per tutto il periodo lavorativo fino all'inizio del congedo di maternità, viene riservato il posto auto in tutte le sedi con parcheggi aziendali.
- Asili Nido: oltre ai nove asili nido aziendali presenti presso le sedi di Roma (3), Torino, Milano, Ancona, Napoli, Catanzaro e Palermo, sono state attivate tre convenzioni con al-

trettanti asili esterni (Roma, Napoli e Padova).

- Prestiti mamme e papà: sono stati concessi 267 prestiti per i neo genitori con bambini sino a tre anni di età.
- Time saving:
 - › Disbrigo pratiche: presenti 32 sportelli nelle sedi aziendali di Torino, Milano, Venezia, Padova, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Bari e Palermo.
 - › Area benessere: presenti nelle sedi aziendali di Padova, Roma, Palermo.
 - › Lavanderia/calzoleria: servizio attivo in quattro sedi (Milano e Roma).
 - › Edicole: presenti in tre sedi romane.
- Convenzioni: attivate complessivamente 45 offerte online di prodotti e servizi derivanti da accordi di partnership conclusi da Telecom Italia a carattere prevalentemente nazionale (acquisti vari, assicurazioni, auto e moto, casa e famiglia, cultura e spettacolo, economia solidale, elettronica, istituti finanziari, ristorazione, salute e benessere, sport, viaggi e vacanze).
- Prestiti aziendali: 69 erogati per l'acquisto/costruzione casa, 106 per lavori di ristrutturazione della casa, 405 per esigenze varie.
- Permessi mamma e papà: fino a 150 ore annue di permesso da restituire con prestazioni lavorative supplementari, destinati ai dipendenti sino al 5° livello con bambini fino a 8 anni di età.
- Permessi corsi pre-parto: permessi retribuiti, fino a un massimo di 12 ore mensili da recuperare, concessi a lavoratrici gestanti e lavoratori padri.

Iniziative in Tim Brasil

- “Happy Day”: il dipendente, nel giorno del suo compleanno, ha diritto a un giorno di vacanza e riceve un biglietto di auguri, firmato da tutti i suoi colleghi di lavoro;
- ginnastica ed ergonomia: nelle sedi aziendali dove sono presenti i call center (Rio de Janeiro, Santo André, Recife e Curitiba) vengono effettuate sessioni di ginnastica sul posto di lavoro per favorire una corretta postura e fare un uso adeguato degli strumenti di lavoro. Sono state stipulate alcune convenzioni a livello nazionale e territoriale per l'acquisto o l'utilizzo di beni e servizi a condizioni vantaggiose, l'assicurazione di auto e moto, iniziative culturali e spettacoli, ristoranti, salute, benessere e pratica degli sport.

Equilibrio tra vita lavorativa e tempo libero per i figli dei dipendenti

- Soggiorni estivi tradizionali: soggiorni di 15 giorni destinati a bambini di età compresa tra i 6 e i 12 anni con 4.672 partecipanti.
- Soggiorni estivi tematici:
 - › soggiorni di 14 giorni per ragazzi tra gli 11 e i 17 anni, dedicati allo studio della lingua inglese, alle attività sportive (calcio, tennis, vela, equitazione, volley, basket, canoa, ecc.) e musico-teatrali, con 1.892 partecipanti;
 - › soggiorni studio in Inghilterra di 14 giorni per ragazzi tra i 15 e i 17 anni presso i college di tre località, con 315 partecipanti.
- Borse di studio all'estero: 90 soggiorni dedicati allo studio della lingua inglese e spagnola della durata di quattro settimane per i ragazzi di 15-17 anni (Irlanda, Finlandia, Spagna); 20 soggiorni studio di un anno scolastico per ragazzi di 15-17 anni (Europa, Stati Uniti, Canada, Argentina e Giappone).
- Rimborso tasse universitarie: 213 richieste di rimborsi della tassa di iscrizione al primo anno di Università;
- Christmas Day in Telecom Italia: per i ragazzi fino ai 10 anni il 17 dicembre si è svolta la visita negli uffici dei genitori; in 69 sedi, oltre alla merenda, sono stati distribuiti piccoli doni.
- “TIM apre le porte”: nel giorno dedicato al bambino i figli dei dipendenti brasiliani, tra i

3 e i 12 anni, hanno avuto la possibilità di conoscere l'ambiente lavorativo dei genitori. Hanno partecipato più di 2.600 bambini in 23 sedi diverse dove sono state realizzate attività ricreative e di intrattenimento.

Supporto alle iniziative di volontariato

- 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. La seconda edizione realizzata nel periodo estivo 2010 ha visto la partecipazione di altri 30 colleghi. Per ulteriori informazioni cfr. § Comunità/Le risposte agli stakeholder.
- Supporto ai due progetti della Fondazione Telecom Italia: "A bordo di Nave Italia con AID" che ha coinvolto 15 figli di colleghi affetti da dislessia e "L'ambiente è di tutti noi" incentrato sull'ambiente e sulla necessità di imparare come proteggerlo, con il coinvolgimento di 19 figli di colleghi.
- Sono state realizzate 137 iniziative di beneficenza nelle città di Roma, Milano, Torino, Bologna, Firenze e Padova.
- Nel corso dell'anno il Gruppo Donatori Telecom ha organizzato 40 giornate donazioni sangue a Torino, Milano, Roma, Napoli, Bari e Palermo.
- Tim Brasil, conscia del proprio ambiente sociale di riferimento, ha lanciato il progetto "Cidadão sem Fronteiras" con cui l'Azienda concede 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, quali per esempio:
 - › due giornate organizzate presso l'orfanotrofio Romão Duarte;
 - › donazione di sangue presso l'Istituzione Hemorio;
 - › aiuto nell'installazione di una sala informatica per bambini appartenenti a famiglie a basso reddito per favorirne l'inclusione digitale;
 - › organizzazione di una giornata presso l'ACAPE (Centro per Portatori di Necessità Speciali), con l'obiettivo di offrire un'occasione di svago e donare alimenti;
 - › sostegno all'Associazione ACRIDAS di assistenza sociale, dove vari dipendenti hanno offerto il loro aiuto in attività quotidiane;
 - › supporto all'attività della Junior Achievement per fornire agli studenti formazione professionale per il futuro;
 - › contributo all'attività di volontariato delle poste brasiliane che smistano verso privati e associazioni le lettere di richiesta dei doni natalizi ricevute dai bambini poveri brasiliani.

Attività e progetti di Diversity Management

Numerose le iniziative di informazione e sensibilizzazione realizzate sul tema. Tra queste:

- sulla Intranet aziendale sono stati attivati un blog tematico e un "Diversity Contest", un gioco-test aperto a tutti, terminato con la realizzazione di un evento formativo-informativo a Trieste per i primi 110 colleghi finalisti.
- People Net, il network interno di volontari appartenenti a tutto il Gruppo Telecom ha trattato il tema "diversità e ascolto" nell'ultimo meeting.
- Con il progetto "Comunico Io" un gruppo di dipendenti non udenti ha ricevuto in dotazione strumenti a supporto dell'attività lavorativa.
- Telecom Italia ha aderito alla "Carta per le pari opportunità e l'uguaglianza sul lavoro", una dichiarazione di intenti sottoscritta volontariamente da più di 50 imprese di tutte le dimensioni per la diffusione di una cultura aziendale e di politiche delle risorse umane inclusive, libere da discriminazioni e pregiudizi, capaci di valorizzare i talenti in tutta la loro diversità. L'iniziativa è stata lanciata in Italia il 5 ottobre 2009 sulla scia del succes-

so delle analoghe iniziative francese e tedesca, con l'adesione del Ministero del Lavoro e del Ministero delle Pari Opportunità. Socio sostenitore è l'Associazione "Valore D", Donne al Vertice per l'Azienda di Domani, prima Associazione di grandi imprese creata in Italia per sostenere la leadership femminile in azienda.

- Sono stati attivati stage in Azienda per laureati di diverse etnie.
- Un Comitato interno per la Diversità si riunisce periodicamente per confrontarsi sulle iniziative messe in campo per eventuali proposte o suggerimenti e per informare sul tema le molteplici professionalità che ne fanno parte.
- È partita la sperimentazione in Friuli, Liguria, Lazio e Sicilia di un servizio di counseling per i dipendenti Telecom Italia offerto dal Centro People Caring e curato da psicologi professionisti nel più rigoroso rispetto della privacy. Il servizio ha lo scopo di offrire un sostegno alle persone in caso di disagio nell'ambiente di lavoro o di eventuali discriminazioni. Se l'iniziativa risconterà gradimento, al termine della fase pilota potrà essere estesa a tutte le regioni italiane.

**LA VALORIZZAZIONE DELLA DIVERSITÀ
RAPPRESENTA UN'OPPORTUNITÀ PER LO
SVILUPPO DELLE PERSONE**

Per quanto riguarda le altre attività a favore di dipendenti e dei loro familiari aventi carattere culturale o ricreativo (Alatel e Spille d'Oro, CRALT) o finalizzate a prestazioni sanitarie o al rimborso di spese mediche (ASSILT, ASSIDA e il programma di assistenza sanitaria privata in Brasile), si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com.

1.4 SVILUPPO

L'area Sviluppo ha l'obiettivo di rilevare le competenze tecniche e manageriali delle risorse, elaborando piani per il loro sviluppo e fidelizzazione, con particolare riguardo ai talenti.

Valutazione delle prestazioni

Il Nuovo Sistema di Valutazione delle Prestazioni, avviato nel 2009 e concluso ad aprile 2010, ha coinvolto circa 54.800 risorse non manageriali del Gruppo Telecom Italia.

Il Nuovo Sistema è stato introdotto per:

- valorizzare i comportamenti che l'Azienda ritiene determinanti per il raggiungimento degli obiettivi di eccellenza e di soddisfazione della clientela secondo i principi della Customer Promise (cfr. § Clienti/Centralità del cliente);
- indirizzare ulteriormente i comportamenti verso il raggiungimento degli obiettivi aziendali nel rispetto dei principi stabiliti dal Codice Etico di Gruppo;
- favorire un processo selettivo in grado di differenziare i diversi contributi;
- fornire riscontri utili sui percorsi di sviluppo e di auto-sviluppo delle persone;
- rendere più snello e semplice il processo.

Il sistema così progettato è stato verificato mediante focus group dedicati, composti da valutatori e valutati appartenenti alle diverse funzioni aziendali e con specifici confronti con le migliori prassi in uso in alcune aziende nazionali e internazionali.

La valutazione delle risorse è effettuata tramite un processo strutturato che garantisce l'omogeneità dei criteri utilizzati.

La verifica dell'omogeneità dei criteri di valutazione utilizzati è assicurata da appositi Comitati di Calibrazione composti dai responsabili della funzione di appartenenza del valutato e di Human Resources.

Il colloquio di feed back tra capo e collaboratore è il momento chiave del processo di miglioramento delle performance per condividere punti di forza e aree di miglioramento e im-

postare i piani formativi e di sviluppo della persona.

Il risultato dell'indagine condotta sui valutatori ha evidenziato il particolare apprezzamento del sistema (overall complessiva del 3,52 su scala 1-4).

L'applicazione del sistema ne ha confermato l'efficacia attraverso la dinamicità del processo. Si evidenzia infatti una significativa mobilità delle valutazioni effettuate nel 2009 rispetto al 2008 – un valutato su tre ha ricevuto una valutazione differente rispetto all'anno precedente – segno di una puntuale valutazione delle performance di periodo.

La valutazione della performance in Tim Brasil ha coinvolto il 100% dei collaboratori eleggibili. Le valutazioni espresse dai gestori sono approvate da uno specifico Comitato. Anche il feed back tra valutato e valutatore è stato considerato una tappa obbligatoria per la conclusione del processo di valutazione.

Assessment sulla dirigenza

Il processo ha coinvolto circa 200 manager nel corso del 2009 con l'obiettivo di valutarne la prontezza a ricoprire posizioni manageriali di maggiore ampiezza. I risultati sono stati condivisi con i responsabili di struttura e sono stati avviati i piani di sviluppo individuali, tra cui 56 percorsi di coaching della durata di circa 6 mesi, per potenziare l'efficacia nel ruolo e la prestazione professionale. L'assessment è stato esteso ad ulteriori 29 dirigenti nel corso del 2010.

In Tim Brasil il programma di assessment ha coinvolto 120 manager in posizione di responsabilità. Per colmare i gap di competenze individuati ai manager è stata data la possibilità di frequentare programmi di formazione presso prestigiose business school internazionali (LBS, INSEAD, Harvard, Stanford, Warthon, MIT).

Valutazione del potenziale di quadri e impiegati

Nel corso del 2010 sono state realizzate 49 sessioni di assessment center di gruppo che hanno visto coinvolte in tutto 295 risorse, di cui 54 quadri e 241 impiegati.

Nel 2010 sono state delineate le nuove "Linee guida per la valutazione del potenziale di quadri e impiegati" che rispondono al duplice obiettivo di:

- armonizzare il processo valutativo all'interno del più ampio processo di sviluppo e valorizzazione del capitale umano;
 - razionalizzare e semplificare le metodologie e gli strumenti di valutazione del potenziale.
- Le "linee guida" recepiscono e garantiscono la diffusione e il rispetto dei principi di:
- "equità & diversità" che si fonda sulle pari opportunità di valorizzazione individuale per tutte le persone del Gruppo;
 - "segmentazione" che si fonda sulla diversificazione degli strumenti di lettura del potenziale a seconda delle finalità del processo valutativo e del target di riferimento, prevedendo la loro applicazione a gruppi di partecipanti omogenei per seniority professionale e livello inquadramentale.

Particolare rilevanza hanno anche le fasi del processo successive alla valutazione:

- il feed back alla persona sugli elementi emersi dall'assessment;
- la formazione alla persona sui temi dell'auto-sviluppo;
- la definizione condivisa insieme al responsabile e a Human Resources di un piano di azione monitorato nell'arco dell'anno.

Dal 2010 la realizzazione degli assessment di potenziale è affidata alla società HR Services S.r.l. del Gruppo Telecom Italia.

In Tim Brasil è stato sviluppato un sistema di assessment online il cui obiettivo è mappare il potenziale di tutti i dipendenti dell'Azienda, identificando punti di forza e aree di miglioramento, per poter orientare concretamente le attività di sviluppo dei collaboratori.

1.5 SELEZIONE

È stata emanata per le società del Gruppo in Italia, la versione aggiornata della Policy di Recruiting e Selezione esterna basata sul riconoscimento del valore della diversità di ogni individuo senza distinzione di sesso, religione, etnia, opinione, abilità. La Policy sostiene una politica di pari opportunità di valorizzazione della diversità di genere nel processo di selezione. Dal 2010 la gestione del servizio di recruiting e selezione delle risorse per posizioni professionali è affidato alla società HR Services S.r.l.

Le iniziative in Telecom Italia

Sono attive diverse forme di collaborazione con il mondo scolastico e accademico italiano che includono la presenza di esponenti aziendali nei Comitati Scientifici, la docenza di rappresentanti aziendali nei percorsi di formazione, l'erogazione di borse di studio ai giovani, l'offerta di periodi di stage rimborsati presso le strutture aziendali, il sostegno economico a specifici progetti formativi.

Nel 2010 Telecom Italia ha sostenuto 30 diverse iniziative tra cui:

- “Network Scuola-Impresa”: realizzato in collaborazione con il Centro di Formazione Elis e il patrocinio del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca Scientifica (MIUR). Sono stati coinvolti nella scorsa edizione (la seconda) circa 1.000 studenti della quarta e quinta classe degli istituti tecnici superiori, 22 istituti tecnici distribuiti sul territorio nazionale, 50 docenti e 22 colleghi (chiamati “Maestri di Mestiere”). Il progetto nato per creare un processo virtuoso di confronto fra impresa e scuola e sostenere soluzioni formative coerenti con le esigenze aziendali, si sostanzia in un percorso didattico sulle telecomunicazioni, co-progettato dai docenti e dai Maestri di Mestiere direttamente coinvolti nel progetto.
- “Campus”: realizzato in collaborazione con Elis, è caratterizzato da un percorso strutturato di recruiting e formazione su tre anni, rivolto ai migliori studenti del Corso di laurea magistrale in Economia, Ingegneria gestionale e Comunicazione d'impresa. Nel mese di luglio 2010 i cinque partecipanti hanno effettuato uno stage in Azienda di tre settimane e continueranno il loro percorso sviluppando un nuovo project work nell'autunno 2011.
- “Master Innovation”: uno dei percorsi formativi ormai consolidati in collaborazione con il Politecnico di Torino. La quarta edizione si è conclusa con l'inserimento in stage di 29 giovani laureati in ingegneria sino a gennaio 2011.
- “Leader del Futuro” - Borse di Sviluppo e Merito: iniziativa realizzata in collaborazione con The European House-Ambrosetti e la Federazione Nazionale Cavalieri del Lavoro che si propone di fornire ai giovani meritevoli un concreto sostegno per progettare e perseguire efficacemente un percorso di successo. Telecom Italia partecipa al progetto sponsorizzando 5 borse di sviluppo e merito focalizzate su diversi temi (innovazione,

sistemi di ICT, mondo delle telecomunicazioni e dei Media, antitrust, homeland security, general management e diritto del lavoro).

- Il Progetto “Future Skills”, iniziativa di respiro internazionale che ha visto nel corso del 2010 l’inserimento in stage di ulteriori cinque giovani studenti, con Master o MBA, provenienti da Taiwan, Corea del Sud, India e Cina. I progetti, sviluppati durante il periodo di internship presso la sede del Future Center di Venezia, hanno riguardato l’analisi degli ecosistemi di business emergenti, allo scopo di individuare le opportunità del futuro.
- “Working Capital” per il quale si rinvia al [§ Comunità/Social media and digital communication](#).
- “Diversitalavoro” promossa da Telecom Italia, UNAR (Ufficio Nazionale Antidiscriminazioni Razziali), Fondazione Sodalitas, Synesis Career Service e Fondazione Adecco. L’iniziativa è mirata a facilitare l’inserimento nel mondo del lavoro di persone con disabilità e di origine straniera, coinvolgendo aziende e istituzioni sensibili ai temi della diversità e inclusione sociale. Gli oltre 300 partecipanti alla prima edizione romana del 18 novembre 2010 hanno avuto l’opportunità di informarsi e di incontrare personalmente i riferimenti delle grandi aziende italiane e internazionali.

Per il secondo anno consecutivo Telecom Italia è entrata a far parte delle 25 aziende “Top Employer” che hanno ottenuto la certificazione dal CRF Institute, organizzazione internazionale che dal 1991 analizza e certifica oltre 2.500 aziende in tutto il mondo (12 nazioni in 3 continenti). La valutazione viene eseguita attraverso gli standard previsti dalla Top Employers HR Best Practices Survey che indagano le politiche delle risorse umane, secondo i criteri di formazione e sviluppo, opportunità di carriera, condizioni di lavoro, remunerazione e benefit, cultura aziendale.

Le iniziative in Tim Brasil

Tim Brasil ha continuato a privilegiare l’assunzione di personale che già prestava servizio all’interno dell’Azienda attraverso l’adozione di processi, criteri e strumenti volti a garantire pari opportunità e trasparenza. I principali programmi di selezione portati avanti nel 2010 sono stati:

- “Jovem Aprendiz”: promuove la formazione di giovani tra i 16 e i 24 anni per un loro potenziale impiego in tutte le aree dell’Azienda. Per i minorenni viene invece attivato un percorso di formazione amministrativa per prepararli all’ingresso nel mondo del lavoro. Il programma, avviato nel 2008, ha registrato 194 partecipanti nel 2010.
- “Talentos sem fronteiras”: lanciato nel 2009, ha l’obiettivo di ricercare sul mercato giovani neolaureati per costituire una squadra di talenti da formare e sviluppare, con l’obiettivo di costituire il management aziendale del futuro. All’inizio del 2010 sono stati assunti 84 giovani talenti inseriti in aree strategiche del business.
- “Estagio Sem Fronteiras”: a fine 2009 è stato definito un nuovo programma mirato alla selezione di 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 “Talentos sem fronteiras”. Nel 2010 sono stati assunti 128 stagisti attraverso questo programma.

1.6 FORMAZIONE

Nel 2010 in Telecom Italia sono state realizzate oltre 1,2 milioni di ore formazione, come evidenziato nella seguente tabella. L'81,3% del personale di Telecom Italia S.p.A., pari a 40.381 dipendenti, ha partecipato ad almeno un intervento formativo.

| AMBITI ORGANIZZATIVI | TOTALE PER TIPOLOGIA DI FORMAZIONE (TELECOM ITALIA S.p.A.) | | | | |
|---------------------------------|--|-----------------------|---------------------------------------|----------------------|-----------------|
| | ORE | | Partecipazioni ^(*) (n.) | Partecipanti (n.) | Coverage (%) |
| Tipologia di formazione | Ore totali (n.) | Ore procapite (n.) | | | |
| FORMAZIONE SPECIALISTICA | 1.099.680 | 22,2 | 148.819 | 34.561 | 69,6% |
| DIRIGENTI | 2.205 | 2,8 | 242 | 158 | 20,1% |
| QUADRI | 26.873 | 7,7 | 2.515 | 1.549 | 44,6% |
| IMPIEGATI | 1.070.602 | 23,6 | 146.062 | 32.854 | 72,4% |
| FORMAZIONE MANAGERIALE | 46.555 | 0,9 | 4.169 | 2.654 | 5,3% |
| DIRIGENTI | 14.582 | 18,6 | 1.663 | 589 | 74,9% |
| QUADRI | 5.896 | 1,7 | 577 | 448 | 12,9% |
| IMPIEGATI | 26.077 | 0,6 | 1.929 | 1.617 | 3,6% |
| FORMAZIONE ISTITUZIONALE | 22.230 | 0,4 | 12.356 | 12.108 | 24,4% |
| DIRIGENTI | 951 | 1,2 | 608 | 587 | 74,7% |
| QUADRI | 3.887 | 1,1 | 2.151 | 2.090 | 60,2% |
| IMPIEGATI | 17.392 | 0,4 | 9.597 | 9.431 | 20,8% |
| FORMAZIONE D'INSERIMENTO | 37.947 | 0,8 | 1.817 | 612 | 1,2% |
| DIRIGENTI | 0 | 0,0 | 0 | 0 | 0,0% |
| QUADRI | 0 | 0,0 | 0 | 0 | 0,0% |
| IMPIEGATI | 37.947 | 0,8 | 1.817 | 612 | 1,3% |
| FORMAZIONE LINGUISTICA | 35.280 | 0,7 | 1.628 | 1.532 | 3,1% |
| DIRIGENTI | 6.617 | 8,4 | 203 | 171 | 21,8% |
| QUADRI | 9.404 | 2,7 | 485 | 454 | 13,1% |
| IMPIEGATI | 19.259 | 0,4 | 940 | 907 | 2,0% |
| TOTALE | 1.241.692 | 25,0 | 168.789 | 40.381 | 81,3% |
| DIRIGENTI | 24.355 | 31,0 | 2.716 | 740 | 94,1% |
| QUADRI | 46.060 | 13,3 | 5.728 | 2.834 | 81,6% |
| IMPIEGATI | 1.171.277 | 25,8 | 160.345 | 36.807 | 81,1% |

*

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

Nell'anno 2010 la formazione in Telecom Italia S.p.A. ha sostenuto:

- la trasformazione culturale d'impresa, attraverso piani di supporto alla gestione dei cambiamenti organizzativi;
- lo sviluppo delle competenze individuali, attraverso piani personalizzati;
- le riqualificazioni 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. tutela dell'ambiente, sostenibilità, etica, D.Lgs. 231, rispetto della privacy).

Nel mese di dicembre è stato avviato il progetto "Scuola di Relazioni Industriali di Telecom Italia" con l'obiettivo di creare una sede permanente di confronto tra operatori delle relazioni industriali del mondo aziendale, istituzionale e delle associazioni di categoria, favorendo il dialogo sociale. Un Comitato scientifico composto da rappresentanti del mondo accademico e dei media oltre che da esponenti del top management di Telecom Italia orienterà le scelte della Scuola, che si farà promotrice di incontri di formazione e workshop in cui dipendenti e manager dell'Azienda, insieme a rappresentanti delle Organizzazioni Sindacali e professionisti delle relazioni industriali, avranno modo di confrontarsi e approfondire le principali tematiche del lavoro, le tendenze del settore e l'evoluzione degli scenari nazionali e internazionali.

Per ampliare ulteriormente il confronto e stimolare la costruzione di una sensibilità diffusa su questi temi, la Scuola promuoverà inoltre un ciclo di convegni. Il primo incontro "Scenario sociale e modelli di relazioni industriali" ha visto la partecipazione, fra gli altri, del Ministro del Lavoro e della Politiche Sociali, dei segretari generali delle principali Confederazioni Sindacali e del Vertice di Telecom Italia.

Per informazioni sulle iniziative di formazione manageriale, istituzionale/trasversale e per il presidio delle competenze tecnologiche e di business si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com.

I Care about Myself

Telecom Italia nel mese di dicembre ha promosso un progetto innovativo per tutti i suoi dipendenti, offrendo l'opportunità di iscriversi gratuitamente per l'anno accademico 2010-2011 ad uno dei corsi di laurea attivati presso le facoltà di Giurisprudenza, Economia, Inge-

gnieria, Scienze della Comunicazione e Psicologia dell'Università Telematica Internazionale Uninettuno, con l'obiettivo di favorire lo sviluppo del patrimonio di conoscenze e competenze extra-professionali. L'iniziativa, condivisa con le principali Organizzazioni Sindacali di settore - SLC-CGIL, FISTel-CISL e UILCOM-UIL, ha registrato un enorme successo tanto che dopo appena un'ora dall'apertura delle candidature è stato esaurito il bacino di adesioni inizialmente previsto (oltre 3.000

adesioni). Alla luce di questo risultato, per assecondare la volontà delle persone che lavorano in Telecom Italia di migliorare continuamente le proprie conoscenze e capacità, l'Azienda ha deciso, sempre in accordo con le Organizzazioni Sindacali, di rivedere i termini dell'iniziativa e accogliere positivamente tutte le richieste pervenute.

In Tim Brasil il coverage della formazione è stato dell'82% e la media delle ore di formazione per dipendente è stata di 40 ore.

Anche quest'anno il focus ha privilegiato il presidio delle competenze tecnologiche e il potenziamento delle competenze caratteristiche dei profili del Customer Care e di Sales.

Particolare attenzione è stata rivolta alla formazione manageriale con particolare riguardo ai temi dell'innovazione e del decision making a cui sono stati dedicati incontri con esperti internazionali e docenti di scuole di formazione manageriale.

Un progetto importante nell'ambito della formazione è stato "Vagão da formação", cioè la possibilità di frequentare corsi di laurea online in amministrazione aziendale, rivolta a dipendenti il cui salario non supera una certa soglia. Il sussidio da parte dell'Impresa arriva fino all'80% del costo universitario in base alla fascia salariale di appartenenza.

Un programma specifico di formazione è stato studiato appositamente per i partecipanti al programma "Talentos sem fronteiras" (cfr. § Selezione), basato su una parte specialistica legata al business e una parte generale di formazione manageriale (Finanza, Gestione di progetti, ecc.).

1.7 PROGETTI E ATTIVITÀ DI ASCOLTO

Gli strumenti di cui i dipendenti dispongono in Azienda per esprimere la propria voce sia in modo formale che 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.

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

In tal senso Intranet e il portale rappresentano componenti sempre più importanti. Sono strumenti in grado di raggiungere tutti, di fornire informazioni ma anche di attivare maggiori momenti di "ascolto" formali e informali, come l'analisi di clima, i blog, le community 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.

In questo contesto si inseriscono anche i progetti che considerano la partecipazione delle persone un elemento determinante e che per questo prevedono canali strutturati per la raccolta di contributi e proposte. Tra questi il progetto "Archimede", lanciato dalla struttura Open Access e giunto alla sua terza edizione, che ha lo scopo di sviluppare idee per migliorare la trasparenza, l'efficienza e la qualità dei servizi e della struttura. Nel 2010 sono stati inviati oltre 13.000 contributi confermando la validità dello strumento di espressione in Azienda, a cui si può partecipare per leggere, animare, suggerire, votare e commentare tutte le idee, aggregarsi in SuperIdee o formare gruppi tematici. Nel 2009 il progetto è stato allargato anche alla direzione Wholesale e nel 2010 è stata realizzata in quest'ambito la seconda edizione del concorso basato sulla ricerca di idee innovative suggerite dagli stessi colleghi per sviluppare la qualità e rendere più efficace il business wholesale.

Indagine di clima

È stata condotta la settima indagine sul clima aziendale a due anni di distanza dalla precedente. La rilevazione è stata effettuata sulla base di un questionario reso disponibile online per due settimane, rinnovato in collaborazione con la SDA Bocconi. Sono state introdotte nuove domande con l'obiettivo di conoscere e valorizzare le interazioni all'interno dell'azienda. Parte integrante del modello di ascolto è stata la realizzazione di interviste e focus group per capire l'origine delle criticità emerse e avviare tempestive e concrete azioni di miglioramento. Il dato medio di soddisfazione generale, su scala da 1 a 10, si attesta in Italia a 7,23 (6,35 nella precedente edizione) e in Tim Brasil a 7,65 (7,36 nella precedente edizione).

Segnalazioni al Preposto al controllo interno di Telecom Italia

In ottemperanza all'art. 7 del Codice Etico e di Condotta si applica a tutte le società del Gruppo Telecom Italia la procedura "Gestione delle segnalazioni", pubblicata su Intranet e aggiornata nel corso del 2010. La procedura, gestita dal Preposto al controllo interno di Telecom Italia, garantisce la ricezione, l'analisi e il trattamento di segnalazioni di problematiche in materia di sistema di controllo interno, informativa societaria, frodi o altre materie (violazioni del Codice Etico e di Condotta, pratiche di mobbing, furti, security, ecc). Le segnalazioni, inoltrate in qualsiasi modo (cartaceo, elettronico, fax, Numero Verde), possono essere fatte da dipendenti (incluso il top management), collaboratori, consulenti, prestatori di lavoro, nonché terzi in rapporti d'affari con il Gruppo. Ogni segnalazione è oggetto di analisi; gli esiti dell'istruttoria svolta sui casi segnalati sono trasmessi al Vertice della Società, agli organi di controllo preposti e alle altre funzioni aziendali di volta in volta interessate, nella piena garanzia della tutela delle persone che hanno effettuato le segnalazioni (per ulteriori informazioni sulle attività svolte dal Preposto al controllo interno [cfr. § Azionisti/Corporate Governance](#)).

1.8 COMUNICAZIONE INTERNA

Gli eventi di comunicazione interna del 2010 sono stati realizzati con l'intento di coinvolgere il maggior numero di dipendenti e di renderli protagonisti delle scelte legate al business e all'accrescimento della soddisfazione del cliente. Tali eventi hanno coinvolto dal vivo un numero ristretto di persone mentre per "i grandi numeri" è stata consolidata la modalità della convention multimediale, con la presenza nei luoghi fisici (auditorium, 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 multimediali inviano le domande ai relatori prima e durante lo svolgimento dell'evento, interagiscono sugli argomenti, forniscono feedback costruttivi nei blog, forum e virtual network. 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.

Le persone del Gruppo sono state inoltre protagoniste di foto, video, racconti che hanno arricchito e potenziato i media aziendali.

La comunicazione interna 2010 ha avuto anche l'obiettivo di informare e rendere partecipi le persone delle grandi novità organizzative e strategiche dell'azienda. Nel mese di febbraio 2010 è stato realizzato l'evento "Parliamo di sostenibilità", prima occasione d'incontro

**GLI STRUMENTI INNOVATIVI
DI COMUNICAZIONE INTERNA QUALI
I BLOG, LE COMMUNITY VIRTUALI
E LE CONVENTION MULTIMEDIALI
FAVORISCONO IL DIALOGO IN AZIENDA**

tra il vertice, il top management e i dipendenti per far conoscere l'approccio e le attività di Telecom Italia sulla sostenibilità, stimolare la discussione su tematiche sociali, ambientali, strategiche per il business aziendale. All'evento hanno partecipato in video streaming oltre 5.500 dipendenti.

Per informazioni sulle altre iniziative di comunicazione interna attuate da Telecom Italia e da Tim Brasil si rinvia al sito www.telecomitalia.com.

1.9 TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA

Nel 2010 sono stati avviati o sono proseguiti in Telecom Italia e in Tim Brasil alcuni specifici progetti e iniziative in materia di salute e sicurezza sul lavoro per la descrizione dei quali si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com.

Coerentemente con la legislazione vigente sono stati realizzati specifici corsi di formazione sul tema destinati ai neoassunti, per trasferimento o cambio mansioni e/o a seguito dell'introduzione di nuove attrezzature di lavoro, tecnologie, apparati o sostanze pericolose.

È stato completato il processo di sensibilizzazione al ruolo di preposto alla sicurezza e salute dei lavoratori e sono stati realizzati corsi di formazione rivolti agli operatori di call center sul rischio rumore legato all'uso delle cuffie.

È stato realizzato un corso di formazione fruibile in modalità e-learning con la finalità di informare e formare sulla vigente legislazione in materia, sulle principali novità introdotte dal D.Lgs. 81/2008 e su come lo stesso è applicato in Telecom Italia.

Nel corso del 2010 sono stati redatti, nel rispetto degli obblighi indicati dal suddetto Decreto, quattro nuovi Documenti di Valutazione del Rischio per la sicurezza e salute dei lavoratori. Ad essi sono collegati i documenti, le procedure e le disposizioni legate al tema sicurezza e salute dei lavoratori, disponibili nell'intranet aziendale.

Infortunati

Si riportano di seguito i dati sugli infortuni relativi a Telecom Italia S.p.A. presentando un confronto con i dati riferiti agli anni precedenti.

| | 2010 | 2009 | 2008 |
|--|--------|--------|--------|
| NUMERO INFORTUNI (ESCLUSI IN ITINERE) | 873 | 1.079 | 932 |
| INDICE DI GRAVITÀ ^(*) | 0,20 | 0,42 | 0,45 |
| INDICE DI FREQUENZA ^(*) | 10,91 | 11,28 | 9,77 |
| DURATA MEDIA IN ORE | 136,44 | 127,73 | 127,31 |
| INDICE DI IMPRODUTTIVITÀ ^(*) | 1,80 | 1,44 | 1,24 |
| INFORTUNI X 100 LAVORATORI | 1,70 | 1,97 | 1,63 |

*
Gli indici di gravità, di frequenza e di improduttività rappresentano rispettivamente:
- i giorni convenzionali perduti nell'anno ogni mille ore lavorate;
- gli infortuni per ogni milione di ore lavorate;
- le ore perdute per infortuni ogni mille ore lavorate.

Rispetto allo scorso anno il numero degli infortuni è lievemente diminuito. Degna di particolare attenzione è la diminuzione dell'indice di gravità dovuta all'assenza di infortuni mortali, rispetto agli anni precedenti, in linea con l'obiettivo stabilito per quest'anno (cfr. [§ Risultati 2010 in Appendice](#)).

La costante attenzione alla verifica dell'applicazione delle misure di controllo del rischio, i risultati dei programmi di formazione e addestramento per le attività di esercizio e manutenzione degli impianti di Tlc che comportano la salita in quota (su pali, scale e tralicci), i corsi di "Guida Sicura" (interventi che proseguiranno anche nel 2011), hanno contribuito al raggiungimento di tale risultato.

L'aumento degli indici di frequenza e di improduttività è dovuto alla diminuzione del numero dei dipendenti, mentre l'aumento della durata media in ore è dovuto all'incremento del numero e della gravità degli infortuni in itinere, passati dai 182 dell'anno 2009 ai 265 del 2010; tali infortuni non rientrano tuttavia nella categoria di quelli professionali, cioè legati all'attività svolta per l'Azienda e risultano di conseguenza difficilmente controllabili.

1.10 RELAZIONI INDUSTRIALI

Il 1° maggio 2010 Telecom Italia S.p.A. ha conferito il proprio ramo d'azienda rappresentato dalla funzione "IT Operations", operante nell'ambito della direzione Technology & Operations/Information Technology, a Shared Service Center (SSC) società a responsabilità limitata con socio unico Telecom Italia. Il conferimento del ramo ha interessato circa 2.100 risorse alle quali è stata applicata, come previsto dalla normativa, la contrattazione collettiva vigente in SSC S.r.l. e i rapporti di lavoro sono stati trasferiti senza soluzione di continuità da Telecom Italia S.p.A. a SSC S.r.l.

L'operazione ha lo scopo di consentire a SSC S.r.l. di fornire servizi informatici all'interno del Gruppo Telecom Italia, focalizzandosi esclusivamente sull'erogazione dei servizi offerti attraverso strutture che, in un quadro di fabbisogni preventivamente individuati da Telecom Italia S.p.A., forniscano servizi end to end progressivamente allineati ai migliori standard di mercato di riferimento sia in termini di qualità che di costi.

Nell'ambito del complessivo processo di riorganizzazione del settore dell'Information Technology, l'Azienda ha confermato quindi la strategicità delle attività informatiche e del relativo patrimonio professionale nell'ottica di mantenimento delle stesse all'interno del Gruppo.

In relazione al contratto di solidarietà applicato ai lavoratori della Directory Assistance, per il periodo 1 settembre 2009 – 31 agosto 2010, in coerenza con quanto previsto dal Verbale di Accordo del 21 luglio 2009, nel mese di maggio si è svolto, in sede ministeriale, l'incontro di verifica con le Organizzazioni Sindacali. In tale sede Telecom Italia ha illustrato le prime azioni avviate per il tentativo di rilancio dei servizi e per la tutela dell'impiego delle risorse. A seguito dell'aggiornamento del Piano Strategico al 2012 di Telecom Italia, comunicato alla comunità finanziaria, nel mese di aprile 2010, l'Azienda, in una serie di incontri dedicati, ha rappresentato alle Organizzazioni Sindacali lo scenario attuale del mercato delle telecomunicazioni e le prospettive evolutive, sul piano tecnologico e commerciale.

Al termine di tale percorso, Telecom Italia ha altresì illustrato i riflessi organizzativi del Piano Strategico 2010-2012 e le conseguenti ricadute sui livelli occupazionali. Nell'ambito del confronto con le Organizzazioni Sindacali l'Azienda ha confermato la propria disponibilità a individuare soluzioni socialmente sostenibili per la gestione delle eccedenze di personale previste nell'arco di Piano, in continuità con quanto finora avvenuto.

Nel mese di giugno 2010 SSC S.r.l. ha illustrato alle Organizzazioni Sindacali il Piano Industriale 2010-2012 che individua le linee guida necessarie per la discontinuità che caratte-

rizza il mercato di riferimento, recuperando nel contempo efficienza, competitività e capacità di innovazione, assicurando una visione integrata dell'Information Technology. Nell'ambito del medesimo incontro l'Azienda ha illustrato alle Organizzazioni Sindacali due progetti per la riallocazione di circa 100 risorse di SSC S.r.l. in Telecom Italia al fine di minimizzare le ricadute occupazionali del Piano.

Il 4 agosto 2010 si è concluso positivamente, con la sottoscrizione di un accordo quadro per la gestione delle previste eccedenze di Telecom Italia S.p.A. e di SSC S.r.l., il complesso e articolato percorso negoziale, che ha visto impegnate le parti sociali: il Governo, Telecom Italia e le Organizzazioni Sindacali rappresentative dei lavoratori.

IL 4 AGOSTO 2010 È STATO RAGGIUNTO UN ACCORDO CON LE PARTI SOCIALI PER LA GESTIONE DELLE ECCEDENZE DI PERSONALE PREVISTE DAL PIANO INDUSTRIALE 2010-2012

La volontà di ricercare il dialogo fra le parti ha guidato il confronto e l'intesa raggiunta ne costituisce un elemento tangibile.

L'Accordo infatti prevede il ricorso alla mobilità ex lege 223/91 che consenta la collocazione dei lavoratori secondo criteri concordati, nonché l'attivazione di contratti di solidarietà di tipo "difensivo" abbinati al ruolo strategico della leva formativa, quale elemento cardine per favorire i processi di riconversione e riqualificazione professionale per contrastare le eccedenze. Il contratto di solidarietà di tipo "difensivo" è un accordo che prevede una riduzione dell'orario di lavoro al fine di evitare, in tutto o in parte, la riduzione o la dichiarazione di esubero del personale. Per i lavoratori interessati dall'applicazione del Contratto, è prevista una parziale integrazione, da parte dell'INPS, della retribuzione non percepita per effetto della relativa riduzione dell'orario di lavoro.

In sintesi l'intesa del 4 agosto 2010 prevede:

- il ricorso alla mobilità ex lege 223/91 per 3.900 lavoratori di Telecom Italia S.p.A. (di cui 200 relativi alla precedente procedura di mobilità di cui all'accordo del 19 settembre 2008);
- l'attivazione del contratto di solidarietà di tipo "difensivo" per contrastare l'eccedenza degli ulteriori 1.100 lavoratori di Telecom Italia S.p.A.;
- la predisposizione di specifici percorsi formativi, per consentire la riconversione e riqualificazione professionale e conseguente ricollocazione dei lavoratori interessati dal contratto di solidarietà, in via prioritaria per quelli della Directory Assistance;
- la previsione di prorogare per ulteriori due anni il contratto di solidarietà stipulato il 21 luglio 2009 per i lavoratori della Directory Assistance (12.54);
- l'applicazione del contratto di solidarietà di tipo "difensivo" per massimo 450 lavoratori eccedenti della società SSC S.r.l. e l'avvio di un piano di formazione e riqualificazione professionale;
- il ricorso alla mobilità ex lege 223/91, per i lavoratori di SSC S.r.l. che non saranno interessati dal contratto di solidarietà.

L'Azienda inoltre si è impegnata ad offrire l'opportunità di ricollocazione a 40 lavoratori ex TILS, tuttora inoccupati, all'interno del Gruppo.

Nei mesi di ottobre e novembre 2010 sono stati definiti gli accordi applicativi degli strumenti individuati dall'accordo quadro del 4 agosto 2010.

Il 25 ottobre 2010, Telecom Italia S.p.A. e le Organizzazioni Sindacali maggiormente rappresentative, hanno stipulato presso il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, un contratto di solidarietà di tipo "difensivo", come da vigenti disposizioni di legge, nei confronti di circa 29.200 lavoratori di Telecom Italia S.p.A., per la durata di due anni (fino al 7 novembre 2012), al fine di contrastare 1.100 esuberanti, conseguenti al Piano Strategico 2010-2012 dell'Azienda.

Nella stessa data è stata altresì siglata un'intesa sui primi progetti formativi volti alla riconversione del personale interessato dal contratto di solidarietà in altri ruoli professionali. La partecipazione del lavoratore è su base volontaria. L'Accordo prevede inoltre l'impegno a realizzare percorsi formativi finalizzati al miglioramento delle conoscenze possedute dai lavoratori, per prevenire il pericolo dell'obsolescenza professionale.

Il 4 novembre 2010, presso il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, SSC S.r.l. e le Organizzazioni Sindacali hanno stipulato un contratto di solidarietà di tipo "difensivo", come da vigenti disposizioni di legge, nei confronti di circa 2.300 lavoratori di SSC S.r.l., per la durata di due anni (fino al 14 novembre 2012) al fine di contrastare 388 eccedenze di organico, conseguenti al Piano Industriale 2010-2012 dell'Azienda, illustrato al sindacato nel corso di specifici incontri. Sempre il 4 novembre 2010, stata altresì siglata un'intesa sui progetti formativi volti alla riconversione e riqualificazione professionale dei lavoratori interessati. La partecipazione del lavoratore è su base volontaria.

**L'ACCORDO DEL 4 AGOSTO PREVEDE
IL RICORSO ALLA MOBILITÀ
EX LEGE 223/91 E A CONTRATTI DI
SOLIDARIETÀ DI TIPO DIFENSIVO, ABBINATI
A INIZIATIVE DI FORMAZIONE**

Nell'ambito della procedura di mobilità ex lege 223/91, avviata, il 26 ottobre 2010, da Telecom Italia S.p.A., il 2 novembre 2010 è stato sottoscritto, un accordo con le Organizzazioni Sindacali e le Rappresentanze Sindacali Unitarie che consente di collocare in mobilità, entro il 31 dicembre 2012, 3.900 lavoratori di Telecom Italia dichiarati in eccedenza. Il criterio prioritario per l'individuazione dei lavoratori, concordato fra le parti, è la maturazione dei requisiti pensionistici nel corso del periodo di fruizione dell'indennità. Potranno essere collocati solo i lavoratori che dichiarino di non opporsi alla stessa; in aggiunta all'indennità di mobilità prevista ex lege 223/91, L'Azienda riconoscerà un importo a titolo di incentivo all'esodo calcolato secondo criteri predefiniti.

Il 16 novembre 2010, nell'ambito della procedura di mobilità ex lege 223/91, avviata il 9 novembre 2010, da SSC S.r.l., è stato definito un accordo con le Organizzazioni sindacali e le Rappresentanze Sindacali Unitarie che consente di collocare in mobilità 50 lavoratori dichiarati in eccedenza dalla società, secondo i medesimi criteri e condizioni sopracitati.

Per quanto riguarda l'attività di Relazioni Industriali in ambito Tim Brasil, a seguito dell'acquisizione della società Intelig avvenuta a fine 2009, si è proceduto all'unificazione degli accordi collettivi di lavoro tramite adesione di Intelig agli accordi e agli standard del gruppo TIM. In Tim Brasil gli accordi collettivi sindacali del 2010 sono coerenti con l'attuale scenario economico, politico e giuridico del Paese. L'Azienda sta negoziando⁽²⁵⁾ con le due federazioni che rappresentano la totalità dei dipendenti, la FITTEL e la FENATTEL (quest'ultima da sola rappresenta l'82% dei dipendenti), tre accordi relativi a:

- condizioni economiche e sociali;
- programma di partecipazione ai risultati aziendali;
- compensazione dell'orario di lavoro. In base a tale accordo le ore di straordinario possono essere usufruite in riduzione della giornata di lavoro o in giorni liberi nei primi tre mesi successivi a quando sono state effettuate. Trascorso tale termine, si procede al pagamento.

Ad oggi è stato approvato il programma di partecipazione ai risultati aziendali, la previsione di conclusione delle altre due negoziazioni è gennaio 2011.

Telecom Italia Media

Nel corso dell'anno, il confronto con la rappresentanza sindacale dei giornalisti è stato rivolto essenzialmente all'approfondimento degli aspetti applicativi del contratto di solida-

²⁵

Nel 2008 i contratti erano stati rinnovati per due anni, lasciando solo l'incremento economico per la discussione annuale.

rietà di tipo difensivo, sottoscritto il 2 febbraio 2009 a valere per il periodo 1° marzo 2009 - 28 febbraio 2011.

In data 11 ottobre 2010 è stato sottoscritto con il Comitato di Redazione (CdR) di La7, la FNSI e l'ASR un accordo che ha regolamentato una diversa distribuzione dell'orario di lavoro in regime di solidarietà, a seguito del suo incremento in esito alle azioni realizzate da Telecom Italia Media S.p.A., previste dal sopracitato accordo del 2 febbraio 2009.

In data 14 dicembre 2010 Telecom Italia Media S.p.A. ha comunicato al CdR, alla FNSI ed all'ASR che, per effetto delle azioni da essa intraprese nel corso del contratto di solidarietà, ai sensi delle lettere a) e b) di quest'ultimo, la realizzata diminuzione dell'organico giornalistico e il più efficiente impiego di quest'ultimo, avrebbero determinato il complessivo recupero degli esuberanti esistenti nel corso del mese di dicembre 2010 e che, conseguentemente, il contratto di solidarietà avrebbe avuto termine anticipato alla data dal 31 dicembre 2010, in luogo del 28 febbraio 2011.

In relazione al confronto con la Rappresentanza Sindacale non giornalistica, si segnala che in data 5 maggio 2010 è stato sottoscritto congiuntamente alle RSU di Telecom Italia Media, un accordo per l'elevazione da 12 a 24 mesi del periodo massimo di durata per il ricorso a contratti di lavoro a termine e di somministrazione a tempo determinato stipulati per l'avvio e la realizzazione di nuovi progetti e attività, in applicazione di quanto previsto dagli art. 24 comma 1 punto c) e art. 25 comma 1 causale 3 del CCNL per i dipendenti di imprese radiotelevisive private.

Si segnala altresì che in data 8 novembre 2010 le società TI Media S.p.A. e TI Media Broadcasting srl hanno sottoscritto con le rappresentanze sindacali Nazionali, Territoriali e le RSU Aziendali, un accordo sul Premio di Risultato a valere per il periodo 2010-2012.

In particolare, il Premio è suddiviso in due quote, una correlata all'indicatore reddituale (EBITDA) con un peso del 70% ed un'altra correlata all'indicatore di qualità (per TI Media S.p.A. l'AUDIENZE SHARE e per TI Media Broadcasting il PIANO DI DIGITALIZZAZIONE DELLE RETI) con un peso del 30%.

Per il periodo 2011-2012 il Premio sarà esteso anche al personale con contratto a tempo determinato e con contratto di somministrazione.

Si segnala, infine, che il 31 dicembre 2009 è terminata la vigenza del Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro (CCNL) per i dipendenti di Imprese Radio Televisive Private. Nel 2010 si sono svolti diversi incontri tra la delegazione FRT (Federazione Radio Televisioni) e le delegazioni sindacali a livello nazionale e territoriale. Non si è giunti ancora ad un accordo per il rinnovo del CCNL.

1.11 POLITICA DI REMUNERAZIONE

Le politiche e i sistemi retributivi sono orientati nel 2010 a garantire competitività sul mercato del lavoro in modo coerente con gli obiettivi di attrazione, sviluppo e fidelizzazione delle risorse e a differenziare i trattamenti sulla base di criteri oggettivi condivisi.

La gestione della componente fissa è ispirata a criteri di sempre maggiore selettività del bacino di risorse interessate, in coerenza con le indicazioni contenute nel Piano Industriale 2010-2012. È finalizzata a valorizzare prioritariamente risorse con caratteristiche soggettive di eccellenza e titolarità di ruoli e competenze chiave, in considerazione sia del posizionamento retributivo rispetto al mercato esterno sia del trend di performance individuale.

La componente “variabile” della retribuzione si consolida come elemento distintivo e di correlazione sempre più stretta del pacchetto retributivo alle performance e alla redditività aziendali.

Il sistema MBO 2010, strumento di incentivazione formalizzata di breve termine destinato alla popolazione manageriale e a quella professionale di particolare pregio, ha confermato, in continuità nel 2009, l'importanza attribuita agli obiettivi macro-economici aziendali e di funzione.

Inoltre, all'interno del sistema MBO 2010 sono stati definiti gli obiettivi di seguito riportati al fine di assicurare che gli aspetti relativi alla sostenibilità siano tenuti in adeguata considerazione nelle decisioni del management di Telecom Italia.

| Stakeholder di riferimento | Obiettivi oggetto di incentivazione |
|----------------------------|---|
| Clienti | Customer Satisfaction Qualità del servizio erogato Qualità del servizio percepita dai clienti consumer e business (187, 191, 119 e Numero Verde business) Qualità del servizio percepita dagli altri operatori nazionali di telefonia fissa e mobile |
| Risorse Umane | Salute e sicurezza dei dipendenti Programmi di formazione e crescita professionale Attività di welfare (People Caring) e benessere per i dipendenti |
| Ambiente | Consumi di materiali, energia e acqua |
| Azionisti e Istituzioni | Qualità e tempestività dell'informativa societaria |
| Comunità | Organizzazione di manifestazioni culturali Qualità di iniziative/progetti per la Comunità |

Relativamente alla componente non monetaria del pacchetto retributivo nel 2010 se ne conferma il presidio e la valorizzazione, anche con riferimento ai potenziali impatti in termini di sostenibilità ambientale (presenza di una gamma di autovetture con minori emissioni di CO₂).

Stock option

Lo strumento delle stock option è stato utilizzato all'interno del Gruppo Telecom a fini di retention e incentivazione a lungo termine della popolazione manageriale.

Telecom Italia

Nel corso del 2010 sono scaduti i termini per l'esercizio delle opzioni relative a:

- terzo lotto del Piano di stock option 2002;
- terzo lotto del Piano di stock option 2002 Top;
- terzo lotto del Piano di stock option 2003-2005 (ex TIM).

L'esercizio delle opzioni dei Piani in essere è stato sospeso in occasione dell'Assemblea degli Azionisti dal 13 aprile al 24 maggio 2010, ai sensi dei rispettivi Regolamenti.

Gli elementi essenziali dei Piani di stock option di Telecom Italia sono riepilogati nella Nota “Piani di stock option e altri piani di compenso basati su strumenti finanziari di Telecom Italia S.p.A.” del Bilancio consolidato del Gruppo Telecom Italia.

1.12 PIANO DI AZIONARIATO DIFFUSO 2010-2014

Il 29 aprile 2010 è stato varato dall'Assemblea degli Azionisti il piano di azionariato diffuso 2010-2014 rivolto a tutti i dipendenti con contratto a tempo indeterminato di Telecom Italia o di società sue controllate con sede legale in Italia. L'iniziativa ha lo scopo di aumentare la motivazione al raggiungimento degli obiettivi aziendali e di rafforzare il senso di appartenenza all'impresa.

Il piano ha previsto la possibilità per i dipendenti di sottoscrivere azioni ordinarie con uno sconto del 10% rispetto al prezzo di mercato fino ad un controvalore massimo di 3.000 euro. Ai sottoscrittori che avranno conservato le azioni per un anno e avranno mantenuto la qualifica di dipendenti, saranno riconosciute delle Bonus Share pari ad un'azione gratuita ogni 3 azioni sottoscritte a sconto.

Il piano rispetta le condizioni per l'accesso al regime fiscale agevolato di cui all'art. 51 del Testo Unico delle Imposte sui Redditi. Pertanto, il dipendente che decide di mantenere la piena proprietà delle azioni sottoscritte a sconto e assegnate gratuitamente, per tre anni dalle rispettive date di sottoscrizione/assegnazione, potrà godere dell'esenzione fiscale e contributiva del beneficio riconosciuto dall'azienda in termini di sconto e di bonus share.

**9.474 DIPENDENTI HANNO ADERITO
AL PIANO DI AZIONARIATO DIFFUSO
SOTTOSCRIVENDO AZIONI DI TELECOM
ITALIA CON UNO SCONTO DEL 10%
RISPETTO AL PREZZO DI MERCATO**

Nel periodo di adesione, dal 28 giugno al 9 luglio 2010, le azioni ordinarie sono state offerte in sottoscrizione al prezzo di 0,84 euro cadauna, corrispondente alla media aritmetica dei prezzi ufficiali delle azioni rilevati dal 25 maggio al 25 giugno 2010 sul Mercato Telematico Azionario, scontate del 10%. L'offerta ha raccolto l'adesione di 9.474 dipendenti (pari al 16% degli aventi diritto) che hanno sottoscritto complessivamente 27.056.139 azioni ordinarie, pari all'87% dell'ammontare massimo di 31.000.000 di azioni deliberato dal Consiglio di Amministrazione del 6 maggio 2010, in esecuzione della delega ricevuta dall'Assemblea del 29 Aprile 2010. Le azioni, pari allo 0,20% del totale delle azioni ordinarie di Telecom Italia, sono state assegnate ai sottoscrittori il 13 luglio ed emesse in data 29 luglio 2010.



STRATEGIA

Le società del Gruppo sono consapevoli dell'importanza che un'informazione corretta sulle proprie attività riveste per il mercato, gli investitori e la Comunità in genere. Ferme restando le esigenze di riservatezza richieste dalla conduzione del business, la comunicazione con il mercato e gli investitori avviene nel rispetto dei criteri di trasparenza, correttezza, chiarezza e parità di accesso all'informazione, con l'impegno di

garantire parità di trattamento a tutte le categorie di azionisti.

I vantaggi derivanti dall'appartenenza ad un gruppo di imprese vengono perseguiti nel rispetto delle normative applicabili e dell'interesse autonomo di ciascuna società alla redditività della propria attività e alla creazione di valore per i propri azionisti. Particolare attenzione viene riservata anche alla gestione dei rapporti con gli obbligazionisti, gestiti da un presidio dedicato presso la funzione Investor Relations (IR).

STAKEHOLDER E LORO ASPETTATIVE

| Stakeholder | Esigenza |
|--|--|
| Azionisti rilevanti e investitori istituzionali e retail | Buona performance finanziaria e operativa della società. Total shareholder return positivo (performance borsistica del titolo e dividendi distribuiti). Buona reputazione della marca Telecom Italia. Coinvolgimento nella vita del Gruppo. |
| Investitori socialmente responsabili | Total shareholder return positivo. Attenzione agli impatti sociali e ambientali del business aziendale. |
| Obbligazionisti | Stabilità della remunerazione dell'investimento. Certezza del rimborso. Mantenimento/miglioramento dei rating di debito. |
| Analisti finanziari | Contatto diretto con il management sui temi rilevanti per meglio percepire le dinamiche presenti e future. |

L'importanza di un'informazione corretta verso gli stakeholder

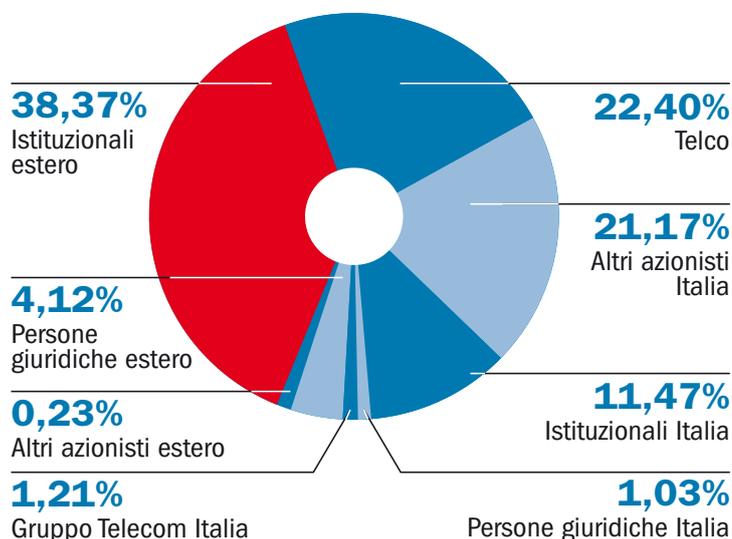
2. AZIONISTI

La funzione IR gestisce quotidianamente le relazioni con gli stakeholder di riferimento: azionisti, investitori istituzionali e retail, obbligazionisti, investitori socialmente responsabili e analisti finanziari.

Le loro aspettative comuni riguardano:

- il rafforzamento del posizionamento nei mercati in cui il Gruppo opera;
- la conferma degli obiettivi comunicati al mercato attraverso il Piano Strategico;
- la certezza di ricevere un riscontro tempestivo ed efficace da parte dell'Azienda alle richieste di informazioni.

Anche le aspettative espresse dalle singole categorie di stakeholder sono oggetto di particolare considerazione:



*
Fonte: Libro dei Soci al 31 dicembre 2010 integrato da comunicazioni ricevute e da altre informazioni a disposizione.

2.1 COMUNICAZIONE FINANZIARIA

Nel corso del 2010 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 300 investitori a cui si aggiungono gli incontri diretti e le conversazioni telefoniche che il team IR gestisce con frequenza quotidiana.

Le risposte al mercato finanziario da parte del Gruppo sono basate su criteri di rilevanza, sensibilità dell'informazione, congruenza e attualità rispetto ai temi trattati, 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 che agli aspetti economici. La comunicazione verso questa categoria di investitori, gestita di concerto con la funzione Group Sustainability, è sviluppata attraverso contatti individuali e la partecipazione a eventi dedicati.

Sul fronte dei rapporti con gli azionisti individuali (retail) - attualmente circa 550 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, sul 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" (www.telecomitaliaclub.it) è stato avviato nel 2006 come luogo di 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 al Club permette di ottenere gli stessi servizi gratuiti riservati agli azionisti, ossia:

- SMS alert: comunica ogni giorno 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, riassume l'andamento della settimana chiusa il venerdì precedente.
- Newsletter trimestrale: contiene un commento sui più recenti risultati economico-finanziari e un focus sui fenomeni e sui trend che hanno influenzato l'andamento dei risultati, oltre che chiarimenti sulla strategia finanziaria e industriale adottata dal top management.

Oltre a questi servizi Telecom Italia dedica agli azionisti la "Guida dell'Azionista Individuale", un documento di approfondimento sul Gruppo, disponibile su semplice richiesta e reperibile sul sito web, oltre al costante aggiornamento dei comunicati stampa (istituzionali, di prodotto, finanziari).

Per quanto riguarda la comunicazione finanziaria online, il sito Internet (www.telecomitalia.com) viene costantemente aggiornato e innovato. Telecom Italia ha conseguito quest'anno i seguenti posizionamenti nelle classifiche redatte da Hallvarsson & Halvarsson, società svedese che valuta e premia le società quotate più attente alla comunicazione finanziaria sul web, in Italia e in Europa:

- 3° posto nella classifica Web Ranking Europeo 2010 e prima azienda del settore delle telecomunicazioni;
- 3° posto nella classifica Web Ranking Italia 2010;

Per ulteriori informazioni cfr. § Comunità/I media tradizionali.

2.2 RISK MANAGEMENT

Per assicurare un approccio globale alla gestione del rischio il Gruppo Telecom Italia ha adottato un processo integrato ispirato all'Enterprise Risk Management Framework (ERM) (*). Si tratta di uno strumento di governance del rischio aziendale, attraverso il quale viene realizzata l'identificazione, la valutazione e la gestione dei rischi.

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" ed è composto:

- dai responsabili delle direzioni "Domestic Market Operations", "Technology & Operations" e "International Business";
- dai responsabili delle funzioni "General Counsel & Corporate and Legal Affairs", "Human Resources and Organization", "Purchasing" e "Security";
- dal responsabile della funzione "Risk Management" di "Administration, Finance and Control".

Il responsabile della funzione Risk Management svolge la funzione di supporto al coordinamento del Comitato.

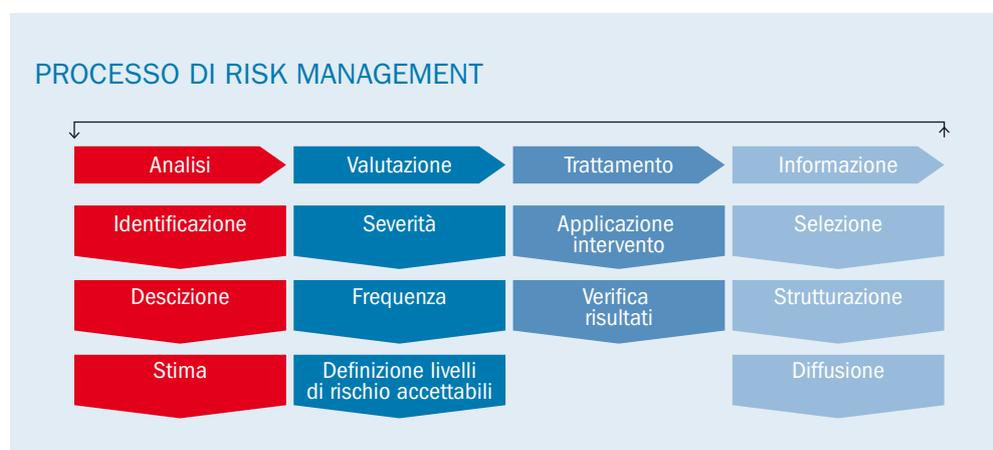
Il Comitato si riunisce con cadenza trimestrale (o in relazione a specifiche esigenze) e ha lo scopo di garantire il governo del processo di gestione dei rischi di Gruppo, coordinando il piano di azioni preventive finalizzate ad assicurare la continuità operativa del business e monitorando l'efficacia delle contromisure adottate.

L'approccio ERM, approvato dal Comitato di Gruppo di Risk Management, si basa sulla valutazione del profilo di rischio da parte del management, sia in relazione ai processi aziendali sia in relazione agli obiettivi strategici. Tale approccio prevede la mappatura dei rischi e il focus su quelli ritenuti più significativi, la definizione di un master plan delle azioni di mitigazione e un'azione di trattamento dei rischi mediante la costituzione di gruppi di lavoro interfunzionali definiti dal Comitato di Gruppo di Risk Management.

Nel dettaglio il processo ERM prevede quattro fasi principali:

1. analisi; 2. valutazione; 3. trattamento e verifica; 4. informazione.

La figura seguente riassume le fasi del processo di ERM e le attività previste per singola fase. Per una descrizione analitica si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com.



* Enterprise Risk Management, 2004 by the Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission.

Il processo è aggiornato su base annuale (o con maggiore frequenza), a discrezione del Comitato di Gruppo di Risk Management. La responsabilità dell'aggiornamento e supporto è in capo alla funzione Risk Management.

Nel corso del 2010:

- sono state concluse le fasi previste dal ciclo ERM 2009 con la determinazione del grado di maturità del processo di gestione dei rischi e la definizione degli action plan dei rischi principali;
- è stato avviato il ciclo ERM 2010;
- è stato definito il corporate risk profile 2010 (profilo di rischio) del Gruppo (ad esclusione di Tim Brasil) che comporta il completamento della fase di analisi e di parte della fase di valutazione (valutazione rischi e assegnazione). È previsto il completamento delle fasi successive nel corso del 2011.

2.3 CORPORATE GOVERNANCE

Di seguito si riporta un estratto della Relazione sul Governo Societario e gli assetti proprietari di Telecom Italia S.p.A. (di seguito "Relazione"). Il testo integrale è a disposizione presso la sede sociale, nonché pubblicato nel sito Internet della Società (www.telecomitalia.com) nella sezione Corporate - canale Governance e trasmesso a Borsa Italiana, con le modalità e nei termini previsti dalla regolamentazione vigente.

Profilo dell'emittente

Il sistema di Corporate Governance di Telecom Italia, articolato secondo il modello tradizionale, è incentrato sul ruolo di guida nell'indirizzo strategico attribuito al Consiglio di Amministrazione; sulla trasparenza delle scelte gestionali sia all'interno della Società sia nei confronti del mercato; sull'efficienza e sull'efficacia del sistema di controllo interno; sulla rigorosa disciplina dei potenziali conflitti di interesse e su saldi principi di comportamento per l'effettuazione di operazioni con parti correlate.

Informazioni sugli assetti proprietari

Si rinvia al testo integrale della Relazione per informazioni in merito a:

- struttura del capitale sociale;
- restrizioni al trasferimento di titoli;
- partecipazioni rilevanti nel capitale;
- eventuali titoli che conferiscono diritti speciali e poteri speciali del Ministro dell'Economia e delle Finanze;
- partecipazione azionaria dei dipendenti;
- eventuali restrizioni al diritto di voto;
- accordi tra azionisti;
- clausole di change of control;
- deleghe ad aumentare il capitale sociale e autorizzazioni all'acquisto di azioni proprie;
- eventuali attività di direzione e coordinamento.

Compliance

Telecom Italia è una società per azioni con sede in Italia, soggetta alla disciplina nazionale e comunitaria. Inoltre,

- in relazione alla quotazione delle azioni da essa emesse alla Borsa Italiana e di alcune sue obbligazioni alla borsa del Lussemburgo, è tenuta a ottemperare alle corrispondenti regolamentazioni;

- nella qualità di foreign issuer, registrato presso la US Securities and Exchange Commission e quotato presso il New York Stock Exchange, è soggetta alla normativa statunitense. Al riguardo, come precisato nel Codice di Autodisciplina (consultabile sul sito Internet www.telecomitalia.com, sezione Corporate canale Governance), il Collegio Sindacale espleta i compiti dell'audit committee.

Telecom Italia aderisce poi al Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana (consultabile al link <http://www.borsaitaliana.it>) e adegua il proprio sistema di Corporate Governance alle best practices nazionali e internazionali in materia.

Le controllate strategiche di Telecom Italia ricomprendono:

- le società del gruppo Tim Brasil, di cui la holding Tim Participações S.A. (controllata in via indiretta da Telecom Italia) è società di diritto brasiliano, quotata localmente nonché registrata presso la US Securities and Exchange Commission e quotata presso il New York Stock Exchange;
- le società della Business Unit Argentina, controllate tramite Sofora S.A. e Nortel Inversora S.A., società tutte di diritto argentino. Nortel Inversora S.A. e Telecom Argentina S.A. sono quotate localmente, registrate presso la US Securities and Exchange Commission e quotate presso il New York Stock Exchange.

La struttura di Corporate Governance di Telecom Italia non è influenzata dalle disposizioni di legge cui sono soggette Tim Participações S.A. e Telecom Argentina S.A. Per ulteriori informazioni in merito si rinvia al testo integrale della Relazione.

Consiglio di Amministrazione

Nomina e sostituzione

La disciplina statutaria del processo di nomina del Consiglio di Amministrazione è stata adeguata alle previsioni del D.Lgs. n. 27/2010 (di recepimento della c.d. Direttiva Shareholders' Rights) con deliberazione consiliare del 30 settembre 2010.

Ai sensi dell'art. 9 dello Statuto Sociale così modificato, il Consiglio di Amministrazione (composto da un minimo di 7 a un massimo di 19 Consiglieri, secondo quanto stabilito dall'Assemblea) è nominato sulla base di liste depositate presso la sede della Società almeno venticinque giorni prima di quello fissato per l'Assemblea in prima convocazione, presentate da aventi diritto di voto che complessivamente posseggano almeno lo 0,5% del capitale ordinario ovvero la diversa misura richiesta dalla Consob. Con Delibera n. 17633 del 26 gennaio 2011 la Consob ha fissato detta quota per Telecom Italia nell'1%.

Dalla lista che ha ottenuto il maggior numero di voti (c.d. Lista di Maggioranza) sono tratti, nell'ordine con il quale sono in essa elencati, i quattro quinti degli Amministratori da eleggere, con arrotondamento, in caso di numero frazionario, all'unità inferiore. I restanti Amministratori sono tratti dalle altre liste. A tal fine i voti ottenuti vengono divisi successivamente per numeri interi progressivi da uno fino al numero degli Amministratori da eleggere e i quozienti sono assegnati ai rispettivi candidati, secondo l'ordine di elencazione. I quozienti così attribuiti vengono disposti in unica graduatoria decrescente e risultano eletti i candidati abbinati ai quozienti più elevati, fermo il rispetto dei requisiti di legge in ordine alla presenza di almeno un Consigliere espresso da una lista priva di collegamenti con i soci che hanno presentato o votato la Lista di Maggioranza e almeno due Consiglieri in possesso dei requisiti d'indipendenza stabiliti dalla legge per i componenti il Collegio Sindacale.

Per la nomina degli Amministratori, per qualsiasi ragione non nominati ai sensi del procedimento descritto, l'Assemblea delibera con le maggioranze di legge.

LA NOMINA DEI COMPONENTI DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE AVVIENE ATTRAVERSO IL SISTEMA DEL "VOTO DI LISTA"

Composizione

L'Assemblea del 14 aprile 2008 ha nominato l'attuale Consiglio di Amministrazione, determinando in 15 il numero dei suoi componenti e in tre esercizi (e dunque fino all'Assemblea convocata per l'approvazione del Bilancio al 31 dicembre 2010) la durata del mandato. Ai sensi della disciplina allora applicabile, sono state presentate tre liste. Per informazioni in merito alla composizione delle liste, ai soci presentatori, ai candidati eletti, alla composizione del Consiglio di Amministrazione alla data del 31 dicembre 2010 e alle variazioni intervenute nel corso dell'esercizio 2010, si rinvia al testo integrale della Relazione.

I curricula vitae dei componenti l'organo amministrativo sono disponibili sul sito Internet www.telecomitalia.com, sezione Corporate - canale Governance. Per informazioni in merito al numero massimo di incarichi di Amministratore/Sindaco compatibile con lo svolgimento dell'incarico di Amministratore della Società, previsto dal Codice di Autodisciplina di Telecom Italia, si rinvia al testo integrale della Relazione.

Ruolo del Consiglio di Amministrazione

Il Codice di Autodisciplina di Telecom Italia riserva al Consiglio un ruolo attivo sia nella guida strategica della Società che nel controllo della gestione, attribuendo all'organo nel suo plenum un potere di indirizzo strategico e una responsabilità di intervento diretto nelle decisioni di maggiore incidenza sull'attività della Società e del Gruppo. Per informazioni sulle materie e sulle attività che rientrano nelle attribuzioni del Consiglio e sulle operazioni strategiche soggette a preventiva approvazione consiliare, si rinvia al testo integrale della Relazione.

La valutazione dell'andamento della gestione è basata su un flusso informativo continuo verso Amministratori non esecutivi e Sindaci, coordinato dal Presidente del Consiglio di Amministrazione. Essa avviene di volta in volta nel corso delle diverse riunioni e specificamente, con puntuale confronto dei risultati conseguiti con gli obiettivi oggetto della programmazione di budget, in sede di esame delle relazioni finanziarie.

Il Consiglio di Amministrazione valuta l'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile generale della Società sulla base delle informazioni rese dal management nonché, con specifico riferimento al sistema di controllo interno, sulla scorta dell'istruttoria svolta dal Comitato per il Controllo Interno e per la Corporate Governance. Nell'esercizio della sua funzione di responsabile primo del sistema di controllo interno, il Consiglio si avvale altresì

- del Preposto al Controllo Interno, espressione della funzione di Internal Auditing, individuato nella società consortile Telecom Italia Audit & Compliance Services;
- con specifico riferimento ai controlli interni per il financial reporting, del dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari.

ANCHE NEL 2010 È STATO EFFETTUATO IL PROCESSO DI AUTOVALUTAZIONE DEL CONSIGLIO TRAMITE INTERVISTE AI SUOI COMPONENTI CON IL SUPPORTO DI UNA SOCIETÀ SPECIALIZZATA

Anche per il 2010 è stata effettuata, come ogni anno a partire dal 2005, l'autovalutazione della dimensione, della composizione e del funzionamento del Consiglio e dei suoi Comitati. Così come nel 2009 il supporto nella preparazione e nell'esecuzione dell'assessment è stato fornito da SpencerStuart.

Gli obiettivi specifici dell'edizione 2010 della review sono stati i seguenti:

- effettuare un bilancio del triennio in chiusura, individuando che cosa ha funzionato bene e che cosa potrebbe essere ulteriormente migliorato, anche a beneficio del prossimo nominando Consiglio;
- fornire spunti di riflessione, finalizzati all'individuazione di aree di possibile miglioramento;

- approfondire i temi del processo di formazione delle decisioni consiliari, del contributo fornito dai Comitati e del supporto informativo reso dal management rispetto alle decisioni di maggiore rilievo dell'anno.

La board review si è svolta mediante (i) interviste individuali ai Consiglieri, aventi per oggetto le tre componenti dell'autovalutazione previste dal Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana (dimensione, composizione, funzionamento), sulla scorta di una "Guida d'intervista" trasmessa preventivamente; (ii) la lettura dei verbali, per analizzare materie trattate, nonché durata e frequenza delle riunioni. Per ogni argomento sono stati raccolti le indicazioni e i commenti espressi dagli intervistati; sono stati anche richiesti commenti sull'efficacia della metodologia scelta per l'autovalutazione ed eventuali suggerimenti per le future edizioni.

Dall'autovalutazione è emerso un quadro complessivamente positivo. Si tratta di un Consiglio di qualità, con competenze equilibrate e diversificate, che ha saputo migliorare, nel corso del triennio, alcune importanti modalità di funzionamento. In generale viene apprezzata la gestione del processo di formazione delle decisioni, in termini di informazioni ricevute, istruttoria svolta dai Comitati e qualità del dibattito. È ritenuta efficace la conduzione dei lavori, che ha assicurato a ciascun Consigliere la possibilità di esprimere le proprie opinioni, rispettando peraltro i tempi previsti in agenda, mentre il clima interno è giudicato costruttivo e positivo. Sono risultati molto buoni il livello di partecipazione e il grado di interazione tra Consiglieri esecutivi e non, anche al di fuori delle riunioni istituzionali. La verbalizzazione dei lavori viene ritenuta completa ed è ampiamente apprezzata.

Il livello di conoscenza dei fattori chiave del business e delle condizioni di mercato e concorrenza della Società e del Gruppo costituisce un'area di miglioramento sulla quale il Consiglio ritiene di dover lavorare, anche attraverso l'organizzazione di riunioni ad hoc. A tale riguardo, è stata manifestata soddisfazione per l'organizzazione di un workshop con il management aziendale sull'esame degli aspetti tecnologici e delle prospettive di business, esperienza che è stato raccomandato di replicare. Per altro verso la maggioranza dei Consiglieri ritiene utile l'organizzazione di un programma strutturato di induction, da destinare ad eventuali Consiglieri di nuova nomina, e comunque un maggior coinvolgimento del management nelle riunioni.

In generale il Consiglio manifesta l'opinione che l'assessment abbia effettivamente contribuito al miglioramento del suo funzionamento. In particolare è stata sottolineata la realizzazione delle azioni indicate nell'action plan definito in esito al precedente esercizio di autovalutazione. Per informazioni sulle riunioni tenute nel 2010 e le percentuali di partecipazione dei Consiglieri si rinvia al testo integrale della Relazione.

Organi delegati

L'attribuzione (e la revoca) delle deleghe agli Amministratori è riservata al Consiglio, che ne definisce l'oggetto, i limiti e le modalità di esercizio e che riceve un flusso informativo in merito all'attività svolta, al generale andamento della gestione e sulle operazioni di maggior rilievo economico, finanziario e patrimoniale.

Il 15 aprile 2008 il Consiglio di Amministrazione ha nominato Presidente Gabriele Galateri di Genola e Amministratore Delegato Franco Bernabè.

Al Presidente è stata attribuita, oltre alla rappresentanza legale della Società:

- la supervisione dell'elaborazione dei Piani Strategici, Industriali e Finanziari nonché della loro realizzazione e del loro sviluppo;

- la supervisione della definizione degli assetti organizzativi;
- la supervisione dell'andamento economico e finanziario;
- la responsabilità di sovrintendere al processo di esame e definizione delle linee guida del sistema di controllo interno.

All'Amministratore Delegato è stata attribuita - oltre alla rappresentanza legale della Società e a tutti i poteri, da esercitarsi con firma singola, necessari per compiere gli atti pertinenti all'attività sociale nelle sue diverse esplicazioni, nessuno escluso - la responsabilità relativa al governo complessivo della Società e del Gruppo e in particolare:

- la responsabilità di definire, proporre al Consiglio di Amministrazione e quindi attuare e sviluppare i Piani Strategici, Industriali e Finanziari;
- la responsabilità di definire gli assetti organizzativi;
- tutte le responsabilità organizzative per garantire la gestione e lo sviluppo del business, tramite il coordinamento delle articolazioni organizzative che non risulti attribuito al Presidente.

In data 15 aprile 2008 il Consiglio di Amministrazione ha altresì deliberato la costituzione di un Comitato Esecutivo.

Il Comitato Esecutivo è composto dagli Amministratori esecutivi (che ne assicurano il coordinamento con il management del Gruppo) e da Amministratori non esecutivi; Presidente del Comitato è il Presidente del Consiglio di Amministrazione. Per la sua attuale composizione si rinvia al testo integrale della Relazione.

Come previsto dal Codice di Autodisciplina della Società, il Comitato ha il compito di monitorare l'andamento della gestione della Società e del Gruppo, approvare, su proposta degli Amministratori esecutivi, i macro-assetti organizzativi, formulare pareri al Consiglio di Amministrazione sul budget e sui Piani Strategici, Industriali e Finanziari della Società e del Gruppo e svolgere eventuali ulteriori compiti attribuiti dal Consiglio di Amministrazione nell'ambito delle materie delegabili.

IL COMITATO ESECUTIVO, COMPOSTO DA AMMINISTRATORI ESECUTIVI E NON ESECUTIVI, DELIBERA SULLE MATERIE PREVISTE DAL CODICE DI AUTODISCIPLINA RIFERENDO AL CONSIGLIO SULLE ATTIVITÀ SVOLTE

Il Comitato riferisce al Consiglio sulle attività effettuate nelle forme più opportune e, comunque, di volta in volta nella prima riunione utile. Per informazioni sulle riunioni tenute nel 2010 e le percentuali di partecipazione dei componenti del Comitato si rinvia al testo integrale della Relazione.

Altri Consiglieri esecutivi

Nel Consiglio di Amministrazione, oltre al Presidente e all'Amministratore Delegato, non vi sono altri Amministratori esecutivi.

Amministratori indipendenti

Telecom Italia ha fatto propri i criteri stabiliti dal Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana per la qualificazione dell'indipendenza degli Amministratori. Sulla base delle informazioni rese dagli Amministratori risultano Consiglieri indipendenti a questa stregua Paolo Baratta, Roland Berger, Elio Cosimo Catania, Jean Paul Fitoussi e Luigi Zingales.

Il Consiglio di Amministrazione, nella riunione del 24 febbraio 2011, ha effettuato la verifica sui requisiti di indipendenza dei suoi componenti, ai sensi dell'art. 147-ter, comma 4, del TUF, constatando il rispetto dei requisiti di composizione dell'organo amministrativo nella sua collegialità (presenza di almeno due Consiglieri indipendenti sulla base dei criteri stabiliti dalla legge per i Sindaci).

Il Collegio Sindacale ha vigilato sulle attività di accertamento dei requisiti e sulla corretta applicazione dei criteri d'indipendenza.

Lead Independent Director

Lead Independent Director è attualmente il Consigliere Presidente del Comitato per il Controllo Interno e per la Corporate Governance, oltre che componente dell'Organismo di Vigilanza ex D.Lgs. n. 231/2001, Paolo Baratta.

Il Lead Independent Director rappresenta il punto di riferimento e coordinamento delle istanze e dei contributi degli Amministratori indipendenti. Gli è riconosciuta la facoltà di avvalersi delle strutture aziendali per l'esercizio dei compiti affidati e di convocare apposite riunioni di soli Amministratori indipendenti (Independent Directors' Executive Sessions) per la discussione di temi che interessino il funzionamento del Consiglio di Amministrazione o la gestione dell'impresa. Nel corso del 2010 i Consiglieri indipendenti si sono formalmente riuniti una volta.

Ai sensi del Codice di Autodisciplina, il Presidente del Consiglio di Amministrazione si avvale della collaborazione del Lead Independent Director per il miglior funzionamento dell'organo amministrativo (ivi incluso per l'individuazione degli argomenti da fare oggetto di trattazione in sede collegiale).

Trattamento delle informazioni societarie

Per informazioni in merito si rinvia al testo integrale della Relazione.

Comitati interni al consiglio

All'interno del Consiglio sono costituiti, oltre al già citato Comitato Esecutivo, un Comitato per le Nomine e la Remunerazione e un Comitato per il Controllo Interno e per la Corporate Governance, le cui funzioni sono descritte nel Codice di Autodisciplina della Società.

Comitato per le Nomine e la Remunerazione

Il Comitato per le Nomine e la Remunerazione è composto da Amministratori non esecutivi, in maggioranza indipendenti, fra cui almeno un Consigliere tratto da una lista di minoranza. Per la sua attuale composizione si rinvia al testo integrale della Relazione.

Competono al Comitato funzioni consultive e propositive

- sulla remunerazione degli Amministratori che ricoprono particolari cariche, in modo da assicurarne l'allineamento all'obiettivo della creazione di valore per gli azionisti nel tempo;
- sulla valutazione periodica dei criteri per la remunerazione dell'alta direzione della Società e sull'adozione, su indicazione degli Amministratori Delegati, di eventuali piani di stock option o di assegnazione di azioni;
- sul monitoraggio dell'applicazione delle decisioni assunte e delle Policy aziendali in materia di compensation del top management;
- sulla proposta di candidature al Consiglio in caso di sostituzione, nel corso del mandato, di un Consigliere indipendente.

Nel 2010 il Comitato ha esaminato le tendenze di mercato e l'evoluzione della disciplina in materia di politiche di remunerazione, al fine di identificare una struttura retributiva coerente con la best practice, competitiva e funzionale alla fidelizzazione e alla motivazione delle risorse manageriali individuate come critiche. In relazione al bacino del Top Management, è stato perseguito un percorso di allineamento dei livelli retributivi di Telecom Italia rispetto alla mediana del mercato europeo della dirigenza Top Executive. Per la restante popolazione manageriale sono state utilizzate analoghe logiche di confronto e di posizionamento rispetto al mercato nazionale di riferimento.

In relazione al sistema di incentivazione variabile di breve termine, nel 2010 il Comitato ha formulato al plenum del Consiglio di Amministrazione le proposte di consuntivazione degli

IL COMITATO HA FUNZIONI CONSULTIVE IN MATERIA DI NOMINE E DI REMUNERAZIONE DEI MANAGER DELL'AZIENDA PER GARANTIRNE L'ALLINEAMENTO ALLE CONDIZIONI DI MERCATO E FACILITARE LA RETENTION DELLE RISORSE CRITICHE

obiettivi di performance 2009 e di determinazione degli obiettivi di performance 2010 per l'Amministratore Delegato (obiettivi consuntivati poi nel 2011). L'impianto delle condizioni di performance della componente di remunerazione variabile dell'Amministratore Delegato ha rappresentato poi la base per la definizione dell'incentivazione di breve termine (MBO) per la generalità della dirigenza.

Il Comitato ha promosso una politica di allineamento tra gli interessi degli azionisti e gli interessi del management, ampliando la platea delle risorse incentivate al perseguimento degli obiettivi aziendali di lungo periodo. È stato così lanciato nel 2010 un Piano di Remunerazione a lungo termine che ha coinvolto una parte selezionata della dirigenza ("Long Term Incentive Plan 2010-2015"), in precedenza non destinataria di compensi basati su strumenti finanziari. In ottica di continuità con il nuovo modello, è stata poi intrapresa l'istruttoria che ha condotto alla formulazione della proposta di "Long Term Incentive Plan 2011", su cui l'Assemblea di aprile 2011 è chiamata a deliberare.

Al fine di favorire la partecipazione azionaria di tutti i dipendenti e rafforzare il senso di appartenenza al Gruppo, nel 2010 il Comitato ha promosso altresì la realizzazione del Piano di Azionariato Diffuso per i Dipendenti 2010-2014, sottoposto all'approvazione dell'Assemblea del 29 aprile 2010 e lanciato entro l'estate, con positivo riscontro da parte dei destinatari (l'aumento di capitale loro riservato è stato sottoscritto all'87% - cfr. § [Risorse Umane/Piano di Azionariato Diffuso 2010-2014](#)).

È proseguito infine il monitoraggio, avviato nel 2009, delle attività afferenti al sistema di sviluppo manageriale e al processo di succession planning delle posizioni strategiche realizzate dalla direzione Human Resources and Organization. Il sistema implementato – che valuta l'allineamento con il modello di leadership dell'Azienda e la spendibilità delle potenzialità individuali su un ampio spettro di utilizzo – è stato ritenuto dal Comitato coerente con le strategie e le politiche del Gruppo Telecom Italia.

Forte di questa esperienza, il Comitato ha ricevuto mandato dal Consiglio di Amministrazione di esplorare le best practices internazionali in vista della definizione di una metodologia per la pianificazione della successione dello stesso Chief Executive Officer, essenzialmente in caso di necessità di sostituzione anticipata rispetto all'ordinaria scadenza della carica. Si porrà in questo modo rimedio all'attuale mancanza di un piano di successione predefinito per gestire l'evenienza: l'obiettivo in questo caso non è quello di disporre di una tavola di rimpiazzo, ma è invece la formalizzazione di un processo che, sulla base di un profilo predefinito, consenta di governare in maniera ordinata e rapida situazioni di emergenza, restando in linea di principio affidata ai soci la formulazione delle candidature a regime.

Delle diverse attività svolte dal Comitato per le Nomine e la Remunerazione il Consiglio di Amministrazione è stato informato di volta in volta, in occasione della prima riunione successiva. Per l'espletamento delle proprie funzioni il Comitato si è avvalso sia delle strutture interne alla Società, sia di consulenti esterni di propria scelta (che non intrattengono con la Società relazioni che ne possano compromettere l'indipendenza di giudizio). Nel corso del 2010 le riunioni sono state otto, tutte totalitarie e regolarmente verbalizzate. Agli incontri (durata media: 1,9 ore circa) sono stati di volta in volta invitati a fornire supporto i manager responsabili delle tematiche oggetto di discussione.

Nel corso del 2011 si sono già tenute tre riunioni.

Remunerazione degli Amministratori, dei Direttori Generali e dei dirigenti con responsabilità strategiche

I compensi percepiti da Amministratori, Direttori Generali e Key Managers, nel corso del 2010, risultano dalla Nota 44 (Altre informazioni) al Bilancio di Telecom Italia S.p.A.

Il Consiglio di Amministrazione, nella riunione del 15 aprile 2008, ha proceduto alla ripartizione del compenso globale annuo di euro 2,2 milioni deliberato dall'Assemblea del 14 aprile 2008 per il triennio 2008-2010 nei seguenti termini:

- un compenso di 110.000 euro per ciascun Consigliere in carica;
- un compenso aggiuntivo di 35.000 euro per ciascuno dei componenti il Comitato esecutivo;
- un compenso aggiuntivo di 45.000 euro per ciascuno dei componenti il Comitato per il Controllo Interno e per la Corporate Governance;
- un compenso aggiuntivo di 20.000 euro per ciascuno dei componenti il Comitato per le Nomine e la Remunerazione;
- un compenso aggiuntivo di 20.000 euro per il Consigliere chiamato a far parte dell'Organismo di Vigilanza ex D.Lgs. n. 231/2001.

Gli Amministratori non esecutivi percepiscono i compensi risultanti dal riparto dell'emolumento stabilito in misura complessiva dall'Assemblea del 14 aprile 2008, nei termini innanzi specificati. La loro remunerazione non è correlata ai risultati economici della Società né essi accedono a Piani azionari.

Il Consiglio di Amministrazione, su proposta del Comitato per le Nomine e la Remunerazione e sentito il parere del Collegio Sindacale, ha stabilito per gli Amministratori esecutivi, in aggiunta al compenso di cui sopra, un compenso fisso per la carica rispettivamente pari a 1.300.000 euro per il Presidente e 1.400.000 euro per l'Amministratore Delegato, oltre a:

- per il Presidente, la disponibilità di un appartamento di servizio;
- per l'Amministratore Delegato, il versamento, a fini previdenziali, di un importo pari al 10% del compenso fisso;
- per entrambi, (i) coperture assicurative sanitarie e per infortuni professionali ed extra-professionali, vita e invalidità permanente da malattia; (ii) un importo corrispondente a quanto necessario per il pagamento delle imposte applicabili a tali benefit tassati.

L'Amministratore Delegato è inoltre beneficiario di un sistema d'incentivazione di breve termine di valore annuo compreso fra il 50% e il 200% del compenso fisso, in funzione del livello di raggiungimento di appositi indicatori certificabili, che per l'esercizio 2010 indirizzavano alcune delle priorità del Piano Industriale 2010-2013:

- Net Income consolidato post minorities (peso: 20%)
- Net Financial Position (peso: 15%)
- EBITDA organico consolidato (peso: 15%)
- ricavi totali domestici organici (peso: 15%)
- Quality, in termini di Customer Satisfaction Index (peso: 15%)

Gli obiettivi dei suddetti parametri erano dati dal target di budget 2010, con possibilità di scostamento in negativo fino a un valore soglia minimo e pay out massimo al raggiungimento di predeterminati scostamenti positivi, dove la varianza è stata differenziata a seconda dell'indicatore e la misurazione dei risultati intermedi di performance secondo una funzione lineare. Ai parametri quantitativi (il cui peso complessivo era pari a 80%) si aggiungeva poi un criterio di valutazione qualitativa della performance complessiva dell'Amministratore Delegato (peso 20%), in termini di giudizio discrezionale da parte del Consiglio di Amministrazione, su proposta del Comitato per le Nomine e la Remunerazione. Sulla scorta dei livelli di raggiungimento dei citati obiettivi quantitativi da parte dell'Impresa e della valutazione discrezionale e qualitativa dell'operato dell'Amministratore Delegato, il bonus che gli è stato riconosciuto per l'anno 2010 è risultato pari a un'annualità (100%) di compenso fisso. Per completezza si segnala che l'Amministratore Delegato nel 2010 ha rinunciato a parte

IL COMPENSO PER GLI AMMINISTRATORI ESECUTIVI È STATO STABILITO DAL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE SU PROPOSTA DEL COMITATO PER LE NOMINE E LA REMUNERAZIONE

del bonus 2009 maturato, che è stata destinata al finanziamento di borse di studio per i figli dei dipendenti di società del Gruppo. L'importo rinunciato è stato pari a 194.000 euro, rispetto a un bonus maturato di euro 980.000. Presidente e Amministratore Delegato, inoltre (cfr. tabella riportata nella Nota 44 - Altre informazioni al Bilancio di Telecom Italia S.p.A.), risultano assegnatari delle stock option di cui al piano approvato dall'Assemblea del 14 aprile 2008, in numero originariamente pari a 3.000.000 per il Presidente e a 8.400.000 per l'Amministratore Delegato. I termini della misura sono meglio descritti nella documentazione informativa pubblicata ai sensi dell'art. 84-bis del Regolamento Emittenti, consultabile sul sito www.telecomitalia.com, sezione Corporate - canale Governance. Si segnala peraltro che il 25% di dette opzioni è da intendersi estinto, a causa del mancato raggiungimento degli obiettivi di performance a cui erano soggette, correlati al Total Shareholders Return relativo di Telecom Italia nel periodo dicembre 2007-dicembre 2010 rispetto alle dieci principali società dell'indice DJ Stoxx Tlc. Residuano pertanto 2.250.000 opzioni in capo al Presidente e 6.300.000 opzioni in capo all'Amministratore Delegato, non soggette a condizioni di performance ed esercitabili per tre anni dalla scadenza del vesting period (15 aprile 2011), con strike price di acquisto stabilito in 1,95 euro per azione.

Condizione per l'esercizio delle opzioni è la conservazione del rapporto di amministrazione con la Società sino all'Assemblea chiamata all'approvazione del Bilancio 2010. È previsto peraltro il vesting anticipato e l'immediata esercitabilità delle opzioni non soggette a condizioni di performance in caso di offerta pubblica di acquisto e/o scambio sulle azioni di Telecom Italia, risoluzione del rapporto su iniziativa della Società non per giusta causa, dimissioni per giusta causa. Il piano di stock option prevede inoltre che si consideri vested e diventi immediatamente esercitabile una quota delle opzioni non soggette a condizione di performance proporzionale alla frazione del triennio trascorsa prima dell'eventuale cessazione anticipata dell'intero Consiglio di Amministrazione o di decesso del titolare delle opzioni.

Per il Presidente e l'Amministratore Delegato è contemplata, infine, qualora il rapporto dovesse risolversi prima della scadenza del mandato consiliare stabilito dall'Assemblea del 14 aprile 2008 (approvazione del Bilancio al 31 dicembre 2010), la corresponsione degli emolumenti spettanti sino a scadenza, integrati da un'indennità pari ad una annualità di compenso. Per l'Amministratore Delegato nel calcolo è inclusa la componente variabile, valorizzata come media delle effettive erogazioni già intervenute. Il severance payment è dovuto in caso di risoluzione anticipata del rapporto di amministrazione

- per cause oggettive (quali la fusione della Società o la cessazione dell'intero Consiglio ex art. 9.10 dello Statuto);
- ad iniziativa aziendale (salvo il caso di giusta causa);
- su iniziativa degli interessati per giusta causa (esemplificata in: modifica della posizione, con riferimento, in particolare, alle attribuzioni conferite, e significativo cambiamento dell'azionariato di riferimento).

Nella riunione del 3 febbraio 2011, il Consiglio di Amministrazione ha preso atto della nuova compagine dei Dirigenti con responsabilità strategiche (c.d. executive officers o key managers), quale risultante a seguito dell'ingresso della Business Unit Argentina nell'area di consolidamento di Telecom Italia S.p.A. Dette figure si identificano nelle persone che pro tempore occupano le posizioni di

- Responsabili di Domestic Market Operations, Technology and Operations, Director Presidente di Tim Brasil, Director General Ejecutivo di Telecom Argentina
- General Counsel, Responsabili di Administration, Finance and Control, Human Resources and Organization, Purchasing

alle quali si aggiungono il Presidente del Consiglio di Amministrazione e l'Amministratore Delegato (a cui le informazioni riportate di seguito non fanno riferimento).

Il totale dei compensi erogati nel corso dell'anno 2010 ai dirigenti pro tempore riconosciuti con responsabilità strategiche è riportato, in forma aggregata, nella Nota 44 (Altre informazioni) al Bilancio di Telecom Italia S.p.A.

La remunerazione dei dirigenti con responsabilità strategiche presenta una componente variabile di breve periodo legata ai risultati economici conseguiti dalla Società e/o al raggiungimento di obiettivi specifici annuali, nella forma del c.d. MBO. A loro e al management di livello apicale è poi destinata l'assegnazione gratuita di azioni ordinarie (di cui al Piano di c.d. "Performance Share Granting") in un numero massimo predeterminato e variabile in funzione del periodo di partecipazione effettivo al piano di incentivazione 2008-2011 e del grado di raggiungimento di predeterminati obiettivi di performance azionaria, espressi in termini di Total Shareholder Return assoluto e relativo. Il documento informativo sul Piano è consultabile sul sito www.telecomitalia.com, sezione Corporate - canale Governance.

Comitato per il Controllo Interno e per la Corporate Governance

Al Comitato per il Controllo Interno e per la Corporate Governance, presente nella struttura di Governance della Società dal 2000, spettano le funzioni consultive e propositive riportate nel testo integrale della Relazione, a cui si rinvia anche per la trattazione delle principali attività svolte dal Comitato nel 2010.

Tra le altre attribuzioni, il Consiglio ha affidato al Comitato il compito di alta supervisione in materia di Corporate Social Responsibility, vigilando sulla coerenza delle azioni realizzate nel settore con i principi posti dal Codice Etico e di Condotta del Gruppo e con i valori in cui Telecom Italia si riconosce.

Per la composizione del Comitato (tutti consiglieri non esecutivi, in maggioranza indipendenti, di cui almeno uno tratto da una lista di minoranza) e per informazioni sulle riunioni tenute nel 2010 si rinvia al testo integrale della Relazione.

**IL COMPENSO PER GLI
AMMINISTRATORI ESECUTIVI È
STATO STABILITO DAL CONSIGLIO DI
AMMINISTRAZIONE SU PROPOSTA
DEL COMITATO PER LE NOMINE E LA
REMUNERAZIONE**

Sistema di controllo interno

Il sistema di controllo interno è l'insieme delle regole, delle procedure e delle strutture organizzative volte a consentire, attraverso un adeguato processo di identificazione, misurazione, gestione e monitoraggio dei principali rischi, una conduzione dell'impresa sana, corretta e coerente con gli obiettivi prefissati. Come tale è un processo finalizzato a perseguire i valori di fairness sostanziale e procedurale, di trasparenza e di accountability, ritenuti fondamentali dell'agire d'impresa di Telecom Italia, nel rispetto di quanto statuito dal Codice Etico e di Condotta del Gruppo e dal Codice di Autodisciplina della Società (entrambi consultabili sul sito www.telecomitalia.com, sezione Corporate – canale Governance). Detto processo, oggetto di continua verifica in ottica di progressivo miglioramento, è volto ad assicurare, in particolare, l'efficienza della gestione societaria e imprenditoriale, la sua conoscibilità e verificabilità, l'affidabilità delle informazioni e dati contabili e gestionali, il rispetto delle leggi applicabili e dei regolamenti di ogni fonte nonché la salvaguardia dell'integrità aziendale e degli asset dell'impresa, anche al fine di prevenire frodi a danno della Società e dei mercati finanziari.

Il Consiglio di Amministrazione, in quanto responsabile del sistema di controllo interno, ne fissa le linee di indirizzo, verificandone l'adeguatezza, l'efficacia e il corretto funzionamento, così che i principali rischi aziendali (operativi, di compliance, economici, di natura finanziaria) siano correttamente identificati e gestiti nel tempo.

Al fine di assicurare un approccio globale alla gestione dei rischi, il Gruppo Telecom Italia ha implementato un processo integrato ispirato all'Enterprise Risk Management (ERM),

che si basa sul self assessment del profilo di rischio da parte del management, per il quale si rinvia a [§ Azionisti/Risk Management](#).

I rischi mappati sono stati classificati in dieci clusters (corrispondenti alle seguenti macro-cause: Processi, Strategia, Personale, Etica & Compliance, Tecnologia, Normativa, Mercati, Budget, Danni e Finanza), riconducibili a cinque classi: Rischi Gestionali, Rischi di Compliance, Rischi di Fraud, Rischi di Continuity e Rischi di tipo Financial. Per informazioni sui rischi di natura finanziaria individuati si rinvia al testo integrale della Relazione.

Amministratore esecutivo incaricato del sistema di controllo interno

Il Consiglio di Amministrazione ha individuato nel suo Presidente l'Amministratore incaricato di sovrintendere alla funzionalità del sistema di controllo interno; a lui è dunque demandato il compito di definire strumenti e modalità di conformazione del sistema, curandone l'adeguamento alle modificazioni delle condizioni operative e del panorama legislativo e regolamentare. Gli Amministratori esecutivi, ciascuno con riferimento al proprio ambito di attribuzioni e in collaborazione con il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari e con il preposto al controllo interno per gli aspetti di specifica competenza, avvalendosi degli strumenti e nel rispetto delle modalità stabilite come sopra, assicurano l'adeguatezza complessiva del sistema e la sua concreta funzionalità, in una prospettiva di tipo risk based, che viene considerato anche nella definizione dell'agenda dei lavori consiliari.

Preposto al controllo interno

Nell'esercizio della responsabilità che a esso compete sul sistema di controllo interno, il Consiglio si avvale, oltre che del Comitato per il Controllo Interno e per la Corporate Governance, di un Preposto (come già segnalato in precedenza la società consortile Telecom Italia Audit & Compliance Services) dotato di un adeguato livello di indipendenza e di mezzi idonei allo svolgimento della funzione, ivi inclusa la possibilità di accedere direttamente, in piena autonomia, a tutte le informazioni utili per lo svolgimento dell'incarico.

LA SOCIETÀ CONSORTILE TELECOM ITALIA AUDIT COMPLIANCE SERVICES SVOLGE IL RUOLO DI PREPOSTO AL CONTROLLO INTERNO SUPPORTANDO GLI ORGANI DI AMMINISTRAZIONE E CONTROLLO NELLA VERIFICA DELL'ADEGUATEZZA E DELL'EFFETTIVO FUNZIONAMENTO DEL SISTEMA

Al Preposto compete di supportare gli organi di amministrazione e controllo nella verifica dell'adeguatezza, della piena operatività e dell'effettivo funzionamento del sistema di controllo e conseguentemente di proporre misure correttive, in caso di sue anomalie o disfunzioni.

Per ulteriori informazioni su Telecom Italia Audit & Compliance Services e sulle attività di presidio del sistema di controllo interno svolte nel 2010 si rinvia al testo integrale della Relazione.

Nel 2010 sono pervenute 99 segnalazioni, di cui 46 concernenti fatti aziendali (principalmente, presunta connivenza tra dipendenti e fornitori, dipendenti che svolgono presunte attività in concorrenza

con Telecom Italia, probabili frodi verso l'ASSILT e il CRALT, comportamenti eticamente scorretti di dipendenti, potenziali frodi commerciali, contenziosi tra clienti/fornitori e Telecom Italia, critiche a scelte organizzative o norme aziendali). Sulle segnalazioni ricevute sono stati condotti (o sono in corso/pianificati) approfondimenti e, qualora necessario, sono state poste in essere (o sono in corso) azioni correttive da parte delle strutture competenti. Sono state intraprese azioni correttive, stimate congrue per l'eliminazione delle debolezze, realizzati specifici follow-up, secondo criteri predefiniti e oggettivi, ed eseguite continuative attività di monitoraggio sulle singole azioni progressivamente realizzate secondo un nuovo modello operativo che consiste nel sistematico riscontro sull'osservanza della tempistica di realizzazione delle azioni, nonché sull'efficacia ed efficienza delle iniziative adottate in termini di superamento delle debolezze rilevate nel corso degli interventi. Pertanto, con riferimento agli specifici contesti operativi analizzati nel corso del 2010 e alle conseguenti azioni correttive attuate e pianificate, il sistema di controllo interno, nel

suo complesso, è stato giudicato idoneo a ridurre i profili di rischio ad un livello fisiologico accettabile per consentire la corretta operatività dei processi.

Modello Organizzativo ex D.Lgs. n. 231/2001

Il sistema di controllo interno si completa con il c.d. “Modello Organizzativo 231”, vale a dire un modello di organizzazione e gestione, adottato ai sensi del D.Lgs. n. 231/2001, volto a prevenire la commissione dei reati che possono comportare una responsabilità della Società. Tale Modello Organizzativo si articola:

- nel Codice Etico e di Condotta del Gruppo Telecom Italia, dove vengono indicati i principi generali (trasparenza, correttezza, lealtà) cui si ispira la Società nello svolgimento e nella conduzione degli affari;
- nei “principi generali del controllo interno”, strumenti volti a fornire una garanzia relativamente al raggiungimento degli obiettivi di efficienza ed efficacia operativa, affidabilità delle informazioni finanziarie e gestionali, rispetto delle leggi e dei regolamenti, salvaguardia del patrimonio sociale anche contro possibili frodi;
- nei “principi di comportamento” che consistono in regole specifiche per i rapporti con i rappresentanti della Pubblica Amministrazione, nonché per gli adempimenti e per le attività di natura societaria e
- negli “schemi di controllo interno”, nei quali vengono descritti i processi aziendali a rischio reato, gli eventuali reati perpetrabili in relazione ai medesimi, le attività preventive di controllo finalizzate ad evitare i correlativi rischi.

Gli schemi di controllo interno sono stati elaborati nel rispetto dei seguenti principi di fondo in materia di sistemi di controllo: (i) la separazione dei ruoli nello svolgimento delle principali attività inerenti ai processi aziendali; (ii) la tracciabilità delle scelte, per consentire l'individuazione di precisi punti di responsabilità e la motivazione delle scelte stesse; (iii) l'oggettivazione dei processi decisionali, in modo che, in sede di assunzione delle decisioni, si prescindano da valutazioni meramente soggettive, facendo invece riferimento a criteri precostituiti.

Il Modello Organizzativo è uno strumento dinamico, che incide sull'operatività aziendale e che a sua volta deve essere costantemente verificato e aggiornato alla luce dei riscontri applicativi, così come dell'evoluzione del quadro normativo di riferimento. Nel corso del 2010 è stato pertanto oggetto di aggiornamento e affinamento; in particolare è stato introdotto lo schema volto a prevenire il “rischio 231” conseguente all'inserimento nel novero dei reati-presupposto dell'associazione per delinquere e dell'associazione di tipo mafioso. L'adozione dello schema di controllo interno è stata ritenuta necessaria in quanto le fattispecie criminose riguardanti l'associazione a delinquere hanno una funzione strumentale rispetto ai “reati-fine” previsti dal codice penale e da leggi speciali: da ciò deriva un sensibile ampliamento del rischio-reato rilevante ai fini del D.Lgs. n. 231/2001, dal momento che buona parte dei processi aziendali sono potenzialmente idonei a generare fattispecie criminose (reati-fine) commesse in forma associativa. Un apposito gruppo di lavoro (assistito anche da consulenti legali esterni) ha dunque identificato le principali tipologie di “reati-fine” rilevanti per la Società e associabili ai delitti di criminalità organizzata.

**IL MODELLO ORGANIZZATIVO
231 È FINALIZZATO A PREVENIRE
LA COMMISSIONE DI REATI CHE
POSSONO COMPORTARE UNA
RESPONSABILITÀ DELLA SOCIETÀ**

Gli interventi modificativi sono stati elaborati da un Comitato Manageriale denominato Steering Committee 231 (composto dal General Counsel, dal Responsabile della funzione Human Resources & Organization, dal Presidente di Telecom Italia Audit & Compliance Services e dal Group Compliance Officer), istruiti dall'Organismo di Vigilanza e approvati dal Consiglio di Amministrazione quando di significativa entità.

Sul funzionamento e sull'osservanza del Modello Organizzativo 231 vigila l'Organismo

di Vigilanza, composto da un membro del Collegio Sindacale (Presidente dell'Organismo, Ferdinando Superti Furga), da un Amministratore indipendente membro del Comitato per il Controllo Interno e per la Corporate Governance (Paolo Baratta), dal Preposto al controllo interno, in persona del Presidente di Telecom Italia Audit & Compliance Services (Federico Maurizio d'Andrea) e da un membro esterno (Vincenzo Salafia), individuato a fine 2009 dal Comitato per le Nomine e la Remunerazione. L'Organismo di Vigilanza, nominato il 15 aprile 2008 a seguito del rinnovo del Consiglio di Amministrazione e per la stessa durata in carica, riferisce al Consiglio, al Comitato per il Controllo Interno e per la Corporate Governance e al Collegio Sindacale in ordine alle attività di verifica compiute e al loro esito. Per fornire supporto operativo agli Organismi di Vigilanza delle società appartenenti al Gruppo, all'interno di Telecom Italia Audit & Compliance Services è presente una struttura dedicata (Compliance 231) con il compito di gestire le segnalazioni di violazioni del Modello Organizzativo e di effettuare specifici interventi di compliance, sulla base delle evidenze ricevute per il tramite dei flussi informativi istituiti all'interno del Gruppo.

Società di revisione

L'Assemblea degli azionisti tenutasi il 29 aprile 2010 ha, tra l'altro, provveduto a conferire l'incarico di revisione legale, per il novennio 2010–2018 (Bilancio separato di Telecom Italia S.p.A., Bilancio consolidato annuale, Bilancio consolidato semestrale abbreviato, annual report ai sensi delle US Securities Laws), a PricewaterhouseCoopers S.p.A. La determinazione è stata assunta sulla base di proposta motivata del Collegio Sindacale. Per informazioni sulla procedura adottata da Telecom Italia per il conferimento degli incarichi alla società di revisione, regolata da apposite linee guida, si rinvia al testo integrale della Relazione.

Altre informazioni

Per informazioni relative alla figura del dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, al sistema di gestione dei rischi e di controllo interno in relazione al processo di informativa finanziaria e allo specifico focus su "Material Weakness" in materia di sistema di controllo interno, si rinvia al testo integrale della Relazione.

Per informazioni sulla disciplina degli interessi degli Amministratori e delle operazioni con parti correlate si rinvia al testo integrale della Relazione. La nuova Procedura per l'effettuazione di operazioni con parti correlate è consultabile nel sito www.telecomitalia.com, sezione Corporate - canale Governance.

Nomina dei Sindaci

Ai sensi dell'art. 17 dello Statuto (modificato in data 30 settembre 2010, alla luce del D.Lgs. n. 27/2010), il Collegio Sindacale è composto da cinque Sindaci effettivi. L'Assemblea nomina altresì quattro Sindaci supplenti.

La nomina del Collegio Sindacale avviene nel rispetto della disciplina di legge e regolamentare applicabile, sulla base di liste depositate presso la sede della Società (almeno venticinque giorni prima di quello fissato per l'Assemblea in prima convocazione) da aventi diritto di voto che da soli o insieme ad altri siano complessivamente titolari di azioni rappresentanti almeno lo 0,5% del capitale con diritto di voto, ovvero la diversa misura richiesta dalla Consob per la presentazione delle liste di candidati per la nomina del Consiglio di Amministrazione (la Delibera n. 17633 del 26 gennaio 2011 fissa detta quota per Telecom Italia all'1%).

Le liste si articolano in due sezioni: una per i candidati alla carica di Sindaco effettivo e l'altra per i candidati alla carica di Sindaco supplente. Dalla lista che ha ottenuto la maggioranza dei voti (c.d. Lista di Maggioranza) sono tratti tre Sindaci effettivi e due Sindaci supplenti, mentre i restanti Sindaci effettivi e supplenti sono tratti dalle altre liste (c.d. Liste di Minoranza), fermo il rispetto della normativa applicabile in ordine ai limiti al collegamento con la Lista di Maggioranza. Allo scopo, i voti ottenuti dalle Liste di Minoranza sono

divisi per uno e per due e i quozienti vengono assegnati ai candidati dell'una e dell'altra sezione, secondo l'ordine di elencazione. I quozienti così attribuiti ai candidati delle varie liste sono disposti in unica graduatoria decrescente per la nomina alla carica di Sindaco effettivo e in unica graduatoria decrescente per la nomina alla carica di Sindaco supplente, risultando eletti coloro che hanno ottenuto i due quozienti più elevati. In caso di parità, risulta eletto il candidato della lista che non abbia ancora eletto alcun Sindaco, ovvero - in subordine - si procede a nuova votazione di ballottaggio da parte dell'intera Assemblea, risultando eletto il candidato che ottenga la maggioranza dei voti.

In caso di cessazione di un Sindaco tratto rispettivamente dalla Lista di Maggioranza o da una delle Liste di Minoranza, subentrano, in ordine di età, i supplenti tratti dalla Lista di Maggioranza ovvero dalle Liste di Minoranza. Alla cessazione di un Sindaco effettivo tratto dalle Liste di Minoranza si intende rispettato il principio di necessaria rappresentanza delle minoranze in caso di nomina al suo posto di uno dei Sindaci supplenti tratti dalle Liste di Minoranza.

Per informazioni in merito alla composizione del Collegio Sindacale, alla composizione delle liste da cui i componenti sono stati tratti, ai compensi stabiliti dall'Assemblea e al numero di riunioni tenute nel corso del 2010, si rinvia al testo integrale della Relazione. I curricula vitae dei componenti l'organo di controllo sono disponibili sul sito Internet www.telecomitalia.com, sezione Corporate – canale Governance. Per informazioni dettagliate in merito alle attività svolte dal Collegio Sindacale si rimanda alla Relazione del Collegio Sindacale all'Assemblea degli Azionisti redatta ai sensi dell'art. 153 del TUF.

Assemblee

La disciplina statutaria è stata adeguata ai contenuti del D.Lgs. n. 27/2010 in tema di legittimazione all'intervento in Assemblea e modalità di notifica delle deleghe in via elettronica con Delibera consiliare del 30 settembre 2010.

Ai sensi di legge, è attualmente legittimato all'intervento in Assemblea e al voto colui per il quale l'intermediario di riferimento abbia trasmesso alla Società l'apposita comunicazione attestante la spettanza del diritto alla record date (settimo giorno di mercato aperto precedente la riunione in prima convocazione). Chi risulterà titolare delle azioni solo successivamente a tale data non avrà il diritto di partecipare e di votare in Assemblea.

Gli azionisti ordinari possono esercitare il diritto di voto per corrispondenza, oltre che farsi rappresentare, rilasciando apposita delega a persona fisica o giuridica, ivi incluso il rappresentante designato dalla Società (che al riguardo non ha esercitato l'opt-out consentito dal D.Lgs. n. 27/2010).

Al fine di facilitare la raccolta di deleghe presso gli azionisti ordinari dipendenti della Società e delle sue controllate associati ad associazioni di azionisti che rispondano ai requisiti previsti dalla normativa vigente, sono messi a disposizione appositi spazi per la comunicazione e per lo svolgimento dell'attività.

Per permettere il regolare svolgimento dei lavori assembleari, la Società si è dotata fin dal 2000 di un Regolamento Assembleare, reperibile sul sito www.telecomitalia.com, sezione Corporate - canale Governance.

Progetto Greenfield

In appendice alla Relazione è riportata una sintesi - a cui si rinvia - delle motivazioni, dello scope of work, delle risultanze e delle considerazioni svolte dal Consiglio di Amministrazione di Telecom Italia a fronte della review interna nota come "Progetto Greenfield".



Appendice





¹

L'elenco completo degli indicatori di qualità dei servizi mobili, nonché dei relativi obiettivi e consuntivi per il 2009, è disponibile su www.tim.it. L'elenco completo degli indicatori di qualità dei servizi di accesso ad Internet da rete fissa e IPTV, nonché dei relativi obiettivi e consuntivi per l'anno 2009, è disponibile su www.telecomitalia.com. La comunicazione dei risultati avviene in corso d'anno, successivamente alla pubblicazione del bilancio di sostenibilità dell'anno a cui gli obiettivi si riferiscono.

*

Status target:

- raggiunto
- non raggiunto

1. RISULTATI 2009

Si riportano di seguito i risultati conseguiti a fronte degli obiettivi per l'anno 2009, pubblicati nel Bilancio di sostenibilità 2008.

1.1 TELECOM ITALIA S.p.A. – CLIENTI⁽¹⁾

| Area di riferimento | Indicatore | Unità di misura | Target 2009 | Consuntivo 2009 | Status target ^(*) 2009 |
|---------------------------------|--|-----------------|-------------|-----------------|-----------------------------------|
| Clienti - Mobile | Tempo di attivazione del servizio voce (servizio pre-pagato) - Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo contrattualmente previsto | % | 97 | 99,9 | ● |
| Clienti - Mobile | Tempo di attivazione del servizio voce (servizio post-pagato) - Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo contrattualmente previsto | % | 97 | 99,1 | ● |
| Clienti - Mobile | Servizi di assistenza ai clienti – Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti | Secondi | 40 | 26 | ● |
| 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) | % | 1,8 | 0,4 | ● |
| Clienti - Mobile | Reclami sugli addebiti – Rapporto tra il numero dei 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) | % | 5 | 0,3 | ● |
| 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) | % | 90 | 99,9 | ● |
| Clienti - Internet | Tempo di attivazione dei servizi di accesso a Internet banda larga – Tempo medio di fornitura (linee telefoniche attive) | Giorni | 11 | 6 | ● |
| Clienti - Internet | Malfunzionamenti servizi di accesso ad Internet a banda larga – Tempo medio di riparazione | Ore | 34 | 23 | ● |
| Clienti - Internet | Addebiti contestati – Rapporto tra il numero dei reclami su addebiti in fattura relativi a tutti i servizi di accesso ad Internet (ricevuti nel periodo di rilevazione) e il numero totale di fatture emesse nello stesso periodo | % | 1,5 | 0,52 | ● |
| Clienti – Fisso (Internet/IPTV) | Servizi di assistenza ai clienti – Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti | Secondi | 105 | 80 | ● |
| Clienti - IPTV | Tempo di attivazione del servizio IPTV – Percentuale degli ordini validi completati entro la data concordata con il cliente | % | 78 | 79,4 | ● |
| 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) | % | 1,6 | 0,23 | ● |
| Clienti - IPTV | Disponibilità del servizio IPTV – Indisponibilità media del servizio | Ore/Anno | 50 | 13 | ● |

2. RISULTATI 2010

Si riportano di seguito i risultati conseguiti a fronte degli obiettivi per l'anno 2010, pubblicati nel Bilancio di sostenibilità 2009.

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

| Area di riferimento | Indicatore | Unità di misura | Target 2010 | Consuntivo 2010 | Status target 2010 |
|-----------------------------------|--|-----------------------------|-------------|-----------------|--------------------|
| Comunità | Fondazione Telecom Italia – Impegno finanziario previsto rispetto all'EBITDA di Gruppo ⁽¹⁾ | % | 0,05 | 0,05 | ● |
| Risorse Umane – Formazione | Formazione in tema di Salute, Sicurezza e Ambiente ⁽²⁾ | Ore di formazione | 95.000 | 64.421 | ● |
| Risorse Umane – Formazione | Formazione – Ore di formazione procapite ⁽³⁾ | Ore di formazione procapite | 33 | 25 | ● |
| Risorse umane – Formazione | Formazione – coverage (percentuale di dipendenti che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sul totale della popolazione) | % | 80 | 81,3 | ● |
| Risorse Umane – Infortuni | Infortuni verificati per 100 lavoratori | Numero | <1,97 | 1,70 | ● |
| Risorse Umane – Infortuni | Riduzione dell'indice di gravità ⁽⁴⁾ | Numero | <0,42 | 0,20 | ● |
| Ambiente – Energia | Indicatore di eco-efficienza ⁽⁵⁾ | bit/Joule | 1.410 | 1.699 | ● |
| Ambiente – Energia | Autoproduzione di energia elettrica da fonti rinnovabili | kWh | 500.000 | 216.000 | ● |
| Ambiente – Energia | Totale energia elettrica acquistata e prodotta | GWh | 2.136 | 2.064 | ● |
| Ambiente – Energia | Numero di impianti a fuel cell in sostituzione di batterie al piombo ⁽⁶⁾ | Numero | 80 | 85 | ● |
| Ambiente – Emissioni atmosferiche | Riduzione della quantità di gas ozonolesivi utilizzata negli impianti di condizionamento e gruppi frigo | kg | 5.970 | 7.357 | ● |
| Ambiente – Emissioni atmosferiche | Riduzione delle emissioni di CO ₂ derivante dalla sostituzione di auto Euro3 con auto Euro4 ⁽⁷⁾ | Tonnellate | 1.660 | 1.684 | ● |
| Ambiente – Carta | Carta certificata FSC acquistata per uso ufficio ⁽⁸⁾ | % | 100 | 100 | ● |
| Ambiente – Carta | Carta utilizzata inviata al riciclo | Tonnellate | 20.000 | 21.198 | ● |

¹
Nel 2009 l'EBITDA del Gruppo TI è stato pari a 11.115 milioni di euro. Conseguentemente, l'importo erogato nel 2010 alla Fondazione Telecom Italia è stato di 5.557.000 euro.

²
Formazione erogata direttamente dalla funzione SPPA (Servizi di Prevenzione, Protezione e Ambiente) nell'ambito della direzione Human Resources and Organization.

³
Il dato comprende la formazione in aula, online e on the job.

⁴
L'indice di gravità rappresenta i giorni convenzionali perduti nell'anno ogni mille ore lavorate.

⁵
Per ulteriori informazioni sull'indicatore di eco-efficienza cfr. § Ambiente/Energia.

⁶
L'introduzione degli ulteriori 80 impianti, previsti come obiettivo 2010, consente di evitare l'utilizzo (e il successivo smaltimento) di 240 tonnellate di piombo. Una valutazione sul totale ciclo di vita evidenzia un beneficio di CO₂ non emessa pari a circa 100 tonnellate rispetto alle batterie tradizionali.

⁷
Dalle auto Euro5 si ottiene una riduzione di oltre il 30% della CO₂ emessa rispetto alle auto Euro3. L'obiettivo è stato calcolato considerando le emissioni delle auto da sostituirsi nell'anno 2011.

⁸
Misurata rispetto al totale della carta acquistata per uso ufficio. FSC = Forest Stewardship Council.

| | | | | | |
|--|--|---|------|-----------------------|---|
| Ambiente – Emissioni elettromagnetiche | Qualifica SAR ⁽⁹⁾ | % | 100 | 100 | ● |
| Digital Inclusion | Copertura ADSL ⁽¹⁰⁾ | % | 97,2 | 97,02 | ● |
| Digital Inclusion | Copertura IPTV ⁽¹⁰⁾ | % | 59,3 | 61,8 ⁽¹²⁾ | ● |
| Digital Inclusion | Copertura UMTS e HSDPA ⁽¹¹⁾ | % | 84,3 | 83,95 ⁽¹³⁾ | ● |

9

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.

10

La percentuale si riferisce alle linee telefoniche fisse.

11

La percentuale si riferisce alla popolazione residente.

12

L'accelerazione della crescita della copertura IPTV è l'effetto del piano di desaturazioni ADSL (tale piano comporta una forte diffusione di DSLAM Ethernet, con conseguente beneficio per la crescita dell'IPTV).

13

Si è ottenuto un risultato inferiore al target in quanto sono state utilizzate le frequenze a 2,1 GHz (anziché le frequenze a 900 MHz) che hanno una portata utile del segnale inferiore.

2.2 TELECOM ITALIA S.p.A. – CLIENTI

| Area di riferimento | Indicatore ⁽¹⁾ | Unità di misura | Target 2010 | Consumtivo 2010 ⁽²⁾ |
|---------------------|--|-----------------|-------------|--------------------------------|
| 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 - Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti | Secondi | 40 | |
| 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) | % | 1,6 | |
| 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) | % | 1,3 | |
| 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) | % | 92 | |
| Clienti – Internet | Tempo di attivazione dei servizi di accesso a Internet banda larga - Tempo medio di fornitura (linee telefoniche attive) | Giorni | 10 | |
| Clienti – Internet | Malfunzionamenti servizi di accesso a Internet a banda larga - Tempo medio di riparazione | Ore | 32 | |
| Clienti – Internet | Servizi di assistenza ai clienti - Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti | Secondi | 78 | |
| 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 | % | 1,4 | |

1

L'elenco completo degli indicatori di qualità dei servizi mobili, nonché dei relativi obiettivi per il 2010, è disponibile su www.tim.it.

L'elenco completo degli indicatori di qualità dei servizi di accesso ad Internet da rete fissa e IPTV, nonché dei relativi obiettivi per l'anno 2010, è disponibile sul sito www.telecomitalia.com.

2

I consuntivi 2010 saranno pubblicati a luglio 2011 sui siti Internet di cui alla nota (1).

| | | | |
|----------------|--|----------|-----|
| Clienti – IPTV | Tempo di attivazione del servizio IPTV - Percentuale degli ordini validi completati entro la data concordata con il cliente | % | 78 |
| Clienti – IPTV | Tempi di risposta assistenza clienti - Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti | Secondi | 80 |
| 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) | % | 1,4 |
| Clienti – IPTV | Disponibilità del servizio IPTV - Indisponibilità media del servizio | Ore/Anno | 40 |

2.3 TIM BRASIL

| Area di riferimento | Indicatore | Unità di misura | Target 2010 | Con-suntivo 2010 | Status target 2010 |
|---------------------|---|-------------------|-------------|------------------|--------------------|
| Risorse Umane | Azioni di volontariato (percentuale dei dipendenti propri che beneficiano di almeno 1 giorno di permesso retribuito per partecipare ad attività di volontariato) | % | 1 | 1,6 | ● |
| Risorse Umane | Formazione (numero di ore totali: in classe + online + sul lavoro) erogata a dipendenti propri, terziarizzati e stagisti | Ore di formazione | 715.000 | 897.954 | ● |
| Risorse Umane | Formazione – coverage (percentuale di dipendenti propri che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sul totale popolazione) | % | 97 | 82 | ● |
| Risorse Umane | Formazione – sostenibilità (percentuale di dipendenti propri, terziarizzati e stagisti che hanno preso parte ad almeno un intervento formativo su temi di sostenibilità sul totale della popolazione) | % | 20 | 35 | ● |
| Ambiente | Rapporto tra rifiuti riciclati e totale dei rifiuti generati negli uffici | % | 51 | 60 | ● |
| Ambiente | Riduzione dei consumi di energia elettrica negli uffici ⁽¹⁾ | GWh | 1 | 0,7 | ● |
| Ambiente | Riduzione dei consumi di acqua negli uffici | m ³ | 2.400 | 22.094 | ● |
| Ambiente | Cellulari, batterie e accessori raccolti e inviati al riciclo | Tonnellate | 12 | 15 | ● |
| Ambiente | Qualifica SAR Brasile ⁽²⁾ | % | 25 | 25 | ● |

¹ Un'ulteriore riduzione dei consumi di energia elettrica negli uffici fino a raggiungimento dell'obiettivo è stata riprogrammata per il 2011.

² 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.

| | | | | | |
|-----------|---|--------|----|----|---|
| Fornitori | Numero di fornitori valutati con criteri di sostenibilità | Numero | 70 | 70 | ● |
|-----------|---|--------|----|----|---|

3. OBIETTIVI 2011

Si riportano di seguito gli obiettivi per l'anno 2011.

3.1 TELECOM ITALIA S.p.A. – CLIENTI

| Area di riferimento | Indicatore ⁽¹⁾ | Unità di misura | Target 2011 |
|---------------------|--|-----------------|-------------|
| Clienti – Mobile | Tempo di attivazione del servizio voce – pre-pagato – Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo contrattualmente previsto | % | 97 |
| Clienti – Mobile | Tempo di attivazione del servizio voce – post-pagato – Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo contrattualmente previsto | % | 97 |
| Clienti – Mobile | Servizi di assistenza ai clienti – 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) | % | 1,4 |
| 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 banda larga – Percentuale degli ordini validi completati entro la data concordata con il cliente (linee telefoniche attive) | % | 94 |
| Clienti – Internet | Tempo di attivazione dei servizi di accesso a Internet banda larga – Tempo medio a fornitura (linee telefoniche attive) | Giorni | 9 |
| Clienti – Internet | Malfunzionamenti servizi di accesso a Internet a banda larga – Tempo medio di riparazione | Ore | 30 |
| Clienti – Internet | Servizi di assistenza ai clienti – Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti | Secondi | 70 |
| 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 |
| Clienti – IPTV | Tempo di attivazione del servizio IPTV – percentuale degli ordini validi completati entro la data concordata con il cliente | % | 78 |
| Clienti – IPTV | Tempi di risposta assistenza clienti – Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti | Secondi | 70 |

1

L'elenco completo degli indicatori di qualità dei servizi mobili, nonché dei relativi obiettivi per il 2011, è disponibile su www.tim.it.

L'elenco completo degli indicatori di qualità dei servizi di accesso ad Internet da rete fissa e IPTV, nonché dei relativi obiettivi per l'anno 2011, è disponibile sul sito www.telecomitalia.com.

| | | | |
|----------------|--|----------|-----|
| 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 |
| Clienti – IPTV | Disponibilità del servizio IPTV – Indisponibilità media del servizio | Ore/Anno | 36 |

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

| | Area di riferimento | Indicatore | Unità di misura | Consuntivo 2010 | Target 2011 |
|--------------|-----------------------------------|--|-----------------------------|-----------------|-------------|
| ¹ | Comunità | Fondazione Telecom Italia – Impegno finanziario previsto rispetto all'EBITDA di Gruppo | % | 0,05 | 0,05 |
| ² | Risorse Umane – Formazione | Formazione in tema di Salute, Sicurezza e Ambiente ⁽¹⁾ | Ore di formazione | 64.421 | 75.000 |
| ³ | Risorse Umane – Formazione | Formazione – Ore di formazione procapite ⁽²⁾ | Ore di formazione procapite | 25 | 28 |
| ⁴ | Risorse Umane – Formazione | Formazione – società coverage (numero di persone che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sul totale popolazione) | % | 81,3 | 81,5 |
| | Risorse Umane – Infortuni | Infortuni verificati per 100 lavoratori | Numero | 1,70 | <1,97 |
| ⁵ | Ambiente – Energia | Indicatore di eco-efficienza ⁽³⁾ | bit/Joule | 1.699 | 1.900 |
| | Ambiente – Energia | Totale energia elettrica acquistata e prodotta | GWh | 2.064 | 2.064 |
| | Ambiente – Energia | Autoproduzione di energia elettrica da fonti rinnovabili | kWh | 216.000 | 300.000 |
| | Ambiente – Energia | Autoproduzione di energia elettrica da fonti miste (cogenerazione) | MWh | 63.753 | 75.000 |
| ⁷ | Ambiente – Energia | Numero di impianti a fuel cell realizzati in sostituzione di batterie al piombo ⁽⁴⁾ | Numero | 85 | 45 |
| | Ambiente – Energia | Numero di impianti di illuminazione a tubi fluorescenti sostituiti ⁽⁵⁾ | Numero | - | 70.000 |
| | Ambiente – Energia | Acquisizione di nuovi Access Gateway ad alta efficienza energetica con logo Telecom Italia Green | Numero | - | 500.000 |
| ⁹ | Ambiente – Emissioni atmosferiche | Riduzione della quantità di gas ozonolevisi utilizzata negli impianti di condizionamento e gruppi frigo | Kg | 7.357 | 8.000 |
| | Ambiente – Emissioni atmosferiche | Riduzione delle emissioni di CO ₂ derivate dalla sostituzione di auto Euro3 con auto Euro4 ⁽⁶⁾ | Tonnellate | 1.684 | 510 |
| | Ambiente – Carta | Carta utilizzata inviata al riciclo | Tonnellate | 21.198 | 20.000 |

¹ Formazione erogata direttamente da SPPA (Servizi di Prevenzione, Protezione e Ambiente).

² Il dato comprende la formazione in aula, online e on the job.

³ Per ulteriori informazioni sull'indicatore di eco-efficienza si rinvia ad Ambiente/Energia.

⁴ L'introduzione degli ulteriori 45 impianti, previsti come obiettivo 2011, consente di evitare l'utilizzo (e il successivo smaltimento) di 135 tonnellate di piombo. Una valutazione sul totale ciclo di vita evidenzia un beneficio di CO₂ non emessa pari a oltre 50 tonnellate rispetto alle batterie tradizionali.

⁵ I moderni sistemi di illuminazione a LED consentono benefici apprezzabili sia per quanto riguarda i consumi di energia elettrica associati sia in termini di smaltimento dei materiali/utilizzo delle risorse.

⁶ Dalle auto Euro4 si ottiene una riduzione del 30% circa della CO₂ emessa rispetto alle auto Euro3. L'obiettivo è stato calcolato considerando le emissioni dei modelli di auto effettivamente sostituite.

⁷ 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.

⁸ La percentuale si riferisce alle linee telefoniche fisse.

⁹ La percentuale si riferisce alla popolazione residente.

| | | | | |
|--|---------------------------------------|---|-------|------|
| Ambiente – Emissioni elettromagnetiche | Qualifica SAR ⁽⁷⁾ | % | 100 | 100 |
| Digital Inclusion | Copertura ADSL ⁽⁸⁾ | % | 97,02 | 98 |
| Digital Inclusion | Copertura IPTV ⁽⁸⁾ | % | 61,8 | 67,3 |
| Digital Inclusion | Copertura UMTS e HSDPA ⁽⁹⁾ | % | 83,95 | 84,5 |

3.3 TIM BRASIL

| Area di riferimento | Indicatore | Unità di misura | Consumo 2010 | Target 2011 |
|---------------------|--|-------------------|--------------|-------------|
| Risorse Umane | Azioni di volontariato (percentuale dei dipendenti propri che beneficiano di almeno 1 giorno di permesso retribuito per partecipare ad attività di volontariato) | % | 1,6 | 1 |
| Risorse Umane | Formazione (numero di ore totali: in classe + online + sul lavoro) erogata a dipendenti propri, terziarizzati e stagisti | Ore di formazione | 897.954 | 715.000 |
| Risorse Umane | Formazione: percentuale di dipendenti propri, terziarizzati e stagisti che hanno preso parte ad almeno un intervento formativo su temi di sostenibilità sul totale della popolazione | % | 35 | 20 |
| Ambiente | Rapporto tra rifiuti riciclati e totale dei rifiuti generati negli uffici | % | 60 | 55 |
| Ambiente | Riduzione dei consumi di energia elettrica negli uffici | GWh | 0,7 | 0,3 |
| Ambiente | Cellulari, batterie e accessori raccolti e inviati al riciclo | Tonnellate | 15 | 12 |
| Fornitori | Numero di fornitori valutati con criteri di sostenibilità | Numero | 70 | 140 |





Relazione della società
di revisione
(PricewaterhouseCoopers)

RELAZIONE INDIPENDENTE SULLA REVISIONE LIMITATA DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2010

Agli Azionisti di
Telecom Italia SpA

- 1 Abbiamo effettuato la revisione limitata del bilancio di sostenibilità del Gruppo Telecom Italia (di seguito il "Gruppo") relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2010 (di seguito il "Bilancio") 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 e Pianificazione", 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, e 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 *AA1000 AccountAbility Assurance Standard (2008)* (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. 1.800.000 Euro 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 - **Firenze** 50121 Viale Gramsci 15 Tel. 0552482811 Fax 0552482899 - **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 0657083236 - **Torino** 10129 Corso Montevecchio 37 Tel. 0115773211 Fax 0115773299 - **Treviso** 31100 Viale Felissent 90 Tel. 0422696911 Fax 0422696902 - **Trieste** 34125 Via Cesare Battisti 18 Tel. 0403480781 Fax 040364737

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 2010;
- 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;
- verifica del processo di coinvolgimento degli stakeholder mediante:
 - ✓ la partecipazione, come osservatori, ad alcuni dei momenti di confronto organizzati,
 - ✓ l'analisi dei documenti riassuntivi degli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stakeholder rispetto a quanto riportato in Bilancio,
 - ✓ la realizzazione di incontri ed interviste con dei dipendenti sul processo di rendicontazione di sostenibilità;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante di Telecom Italia SpA, 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 relazione emessa in data 20 aprile 2010 da altra società di revisione.

- 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 2010 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità agli *AA1000 AccountAbility Principles Standard (2008)*, come descritto nel paragrafo "Reporting e Pianificazione" del Bilancio e che le performance di sostenibilità contenute nell'Allegato 1 non siano affidabili.

Torino, 28 marzo 2011

PricewaterhouseCoopers Advisory SpA

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Paolo Bersani', written in a cursive style.

Paolo Bersani
(Partner)

Allegato 1 Dati e informazioni sulle performance di sostenibilità

| Area | Informazione/KPI | Pag. |
|------------------|--|-------------|
| Valore economico | Valore economico prodotto e distribuito | 34 |
| Risorse Umane | Formazione Telecom Italia SpA | 125 |
| Risorse Umane | Formazione Brasile | 163 |
| Risorse Umane | Infortuni Telecom Italia SpA | 129 |
| Risorse Umane | People caring | 118 |
| Risorse Umane | Turn over Telecom Italia SpA, Turn over Brasile | 112 |
| Ambiente | Riscaldamento | 72 |
| Ambiente | Combustibili per autotrazione | 73 |
| Ambiente | Numero veicoli e percorrenza | 74 |
| Ambiente | Energia elettrica acquistata e prodotta | 75 |
| Ambiente | Emissioni atmosferiche | 78 |
| Ambiente | Rifiuti conferiti Telecom Italia SpA | 83 |
| Ambiente | Cellulari, batterie e accessori raccolti e inviati al riciclo Tim Brasil | 163 |
| Comunità | Stakeholder Involvement | 29 |
| Comunità | Misurazione del contributo alla Comunità | 96 |
| Comunità | Iniziative coerenti con il core business | 97 |
| Comunità | Iniziative finalizzate allo sviluppo generale della Comunità | 99 |
| Clienti | Customer Satisfaction Index | 41 |
| Clienti | Soddisfazione clientela per il customer care | 41 |
| Clienti | Digital Divide geografico copertura ADSL/banda larga | 44 |
| Clienti | Procedure di conciliazione | 51 |
| Clienti | Certificazioni qualità, ambiente, salute e sicurezza, sicurezza informazioni | 43 |
| Fornitori | Numero audit fornitori e subfornitori | 58 |
| Fornitori | Nuova check lista etica e sostenibilità per la campagna di audit dei fornitori | 59 |
| Fornitori | Fornitori valutati con criteri di sostenibilità Tim Brasil | 163 |
| Concorrenti | Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM) | 68 |
| Concorrenti | Posizionamento competitivo | 66 |
| Istituzioni | Istituzioni nazionali locali | 62 |
| Istituzioni | Smart Services | 63 |
| Azionisti | Comunicazione finanziaria | 138 |
| Azionisti | Risk Management | 139 |
| Azionisti | Corporate Governance | 140 |

CONTATTI

Group Sustainability
Telecom Italia S.p.A.
Corso d'Italia, 41
00198 Roma
Fax: +39 06 3688 2803
www.telecomitalia.com

INVIACI I TUOI SUGGERIMENTI A
groupsustainability@telecomitalia.it

PROGETTO GRAFICO
CB'a Design Solutions

Finito di stampare nel mese di aprile 2011.

