

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2011



Lettera del Presidente

In un contesto macroeconomico caratterizzato da una delle peggiori crisi economiche internazionali dal dopoguerra, che in soli due anni (2008 e 2009) ha ridotto di sei punti percentuali il prodotto interno lordo cancellando la lenta crescita conseguita con estrema fatica nel quinquennio precedente, abbiamo gestito con coraggio e determinazione le sfide che il contesto competitivo e di business ci ha imposto.

L'entrata di nuovi soggetti nel mondo delle telecomunicazioni ha comportato un profondo ripensamento del modo in cui siamo chiamati ad operare, ma abbiamo affrontato il nuovo ambiente competitivo consapevoli dei valori che ci differenziano.

Nel quadriennio appena concluso, abbiamo realizzato un'instancabile attività di riduzione dei costi e di miglioramento competitivo delle nostre offerte commerciali, a vantaggio dei clienti e del mercato. Abbiamo gestito con senso di responsabilità le eccedenze di personale previste dal piano industriale attraverso soluzioni concordate con le parti sociali che hanno minimizzato le ricadute nei confronti dei dipendenti.

Grazie al consolidamento e al rilancio delle attività in Brasile e Argentina ci è stato possibile riequilibrare la nostra presenza nei mercati esteri, recuperando la forte vocazione internazionale che Telecom Italia aveva nel passato.

Attraverso una gestione attenta abbiamo riportato i multipli tra debito e capacità di generare cassa a valori che rientrano nella normalità.


Abbiamo sviluppato con le Autorità un dialogo costruttivo, facendoci promotori di soluzioni innovative in grado di soddisfare le richieste in termini di tutele e garanzie di parità di trattamento tra la nostra divisione commerciale e gli operatori alternativi.

Abbiamo continuato ad agire con incisività sulla "compliance" e sulle prassi di comportamento, modificando l'architettura organizzativa in modo da realizzare sistemi di controllo più efficaci.

La risposta alle esigenze dei clienti rimane il principale obiettivo delle strategie imprenditoriali del Gruppo e i risultati ottenuti in termini di miglioramento degli indicatori di soddisfazione premiano l'impegno profuso, anche se riteniamo di poter fare sempre meglio.

Tutto questo lo abbiamo fatto perché pensiamo che un'impresa sostenibile sia un'impresa che mette in primo piano l'impatto su tutto il sistema con il quale si confronta in ogni singola decisione aziendale.

Ed è proprio con l'obiettivo di aumentare il livello di consapevolezza in merito alla rilevanza di questi aspetti nel processo decisionale che abbiamo avviato un piano di formazione sulla sostenibilità dedicato a tutti i dipendenti, che proseguirà per tutto il 2012. Si tratta



di uno strumento concreto di approfondimento basato su una piattaforma di e-learning e su aule virtuali tematiche che mira a creare una base di conoscenza comune e condivisa all'interno del Gruppo.

La continua attenzione all'innovazione tecnologica e il miglioramento della gestione dei processi ci hanno permesso di incrementare la nostra efficienza energetica facendoci raggiungere importanti risultati quali la riduzione dei consumi di energia elettrica del 6,3% e delle emissioni di anidride carbonica in atmosfera del 6,2%.

L'impegno che abbiamo profuso a sostegno dei valori della sostenibilità ci ha permesso di ottenere importanti riconoscimenti a livello nazionale ed internazionale, tra i quali l'inclusione in tutti i principali indici di sostenibilità mondiali.

Prosegue il nostro supporto al Global Compact delle Nazioni Unite, attraverso il coinvolgimento nelle attività del network italiano e attraverso la comunicazione dei progressi riportati nell'applicazione dei dieci principi.

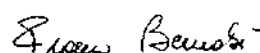
Il nostro Gruppo sarà chiamato nel prossimo futuro a dare corso a scelte strategiche importanti, i cui effetti si estenderanno nel medio e nel lungo periodo. Quando si valutano scelte di questa portata si deve guardare sia alle ragioni di oggi sia a quelle di domani, valutando la loro sostenibilità da tutti i punti di vista.

Nello sviluppo delle reti di nuova generazione, per esempio, abbiamo optato per l'architettura che oltre ad essere la più efficiente da un punto di vista economico rappresenta anche la soluzione che consente i maggiori risparmi energetici.

Nel futuro, imprese e Pubbliche Amministrazioni si indirizzeranno sempre di più verso soluzioni innovative di Smart Services che consentiranno un utilizzo più efficiente delle risorse, garantendo al tempo stesso una riduzione dell'impatto ambientale ed un miglioramento della qualità di vita dei cittadini. In questo ambito Telecom Italia intende essere presente svolgendo un ruolo di primo piano.

Il nostro Gruppo in meno di un quinquennio è cambiato. Sono cambiate le aspettative, le prospettive, i comportamenti e i valori di riferimento e si è soprattutto rafforzato l'impegno a fare business in modo responsabile, nella convinzione che ciò rappresenti una condizione imprescindibile per il successo del Gruppo nel lungo periodo.

Franco Bernabè
(Presidente e Ceo)



indice



EXECUTIVE SUMMARY		7
Introduzione	1. RIFERIMENTI E GOVERNANCE	17
	2. CODICI, CARTE E VALORI	18
	3. HOT TOPICS	20
	4. POSIZIONAMENTO NEGLI INDICI	20
	5. ALTRI RICONOSCIMENTI	22
	6. LA COMUNICAZIONE DELLA PERFORMANCE NON FINANZIARIA	23
	7. REPORTING	24
	8. RISULTATI 2011 E OBIETTIVI 2012	27
	9. LA FUNZIONE GROUP SUSTAINABILITY	27
	10. STAKEHOLDER INVOLVEMENT	28
	11. VALORE ECONOMICO PRODOTTO E DISTRIBUITO	32
Gli stakeholder esterni	1. CLIENTI	37
	1.1 STRATEGIA	37
	1.2 STAKEHOLDER RILEVANTI	37
	1.3 QUALITÀ DEL SERVIZIO	38
	1.4 CUSTOMER SATISFACTION	39
	1.5 CERTIFICAZIONI	40
	1.6 DIGITAL DIVIDE	41
	1.7 SERVIZI INNOVATIVI	42
	1.8 PROTEZIONE DEI MINORI	44
	1.9 PROCEDURE DI CONCILIAZIONE	45
	1.10 TUTELA DELLA PRIVACY E PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI	46
	2. FORNITORI	49
	2.1 STRATEGIA	49
	2.2 STAKEHOLDER RILEVANTI	49
	2.3 GENERALITÀ	49
	2.4 INIZIATIVE DI SOSTENIBILITÀ	50
	2.5 VERIFICHE DI SOSTENIBILITÀ	51
	2.6 INIZIATIVE DI COINVOLGIMENTO	52
	2.7 RISULTATI 2011 E IMPEGNI 2012	53
	3. AMBIENTE	55
	3.1 STRATEGIA	55
	3.2 STAKEHOLDER RILEVANTI	56
	3.3 PERFORMANCE AMBIENTALE	56
	3.4 CAMBIAMENTO CLIMATICO	70
	3.5 LA COMUNICAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ	73
	3.6 RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO	74

4. COMUNITÀ	77
4.1 STRATEGIA	77
4.2 MISURAZIONE DEL CONTRIBUTO ALLA COMUNITÀ	78
4.3 RISPOSTE AGLI STAKEHOLDER	79
4.4 RELAZIONE CON I MEDIA E PROGETTI DI COMUNICAZIONE	82
4.5 RICERCA E SVILUPPO	83

Gli stakeholder interni	1. RISORSE UMANE	91
	1.1 STRATEGIA	91
	1.2 STAKEHOLDER RILEVANTI	91
	1.3 CONSISTENZE E VARIAZIONI	91
	1.4 EQUITÀ DI GENERE	95
	1.5 PEOPLE CARING	96
	1.6 SVILUPPO	100
	1.7 SELEZIONE	101
	1.8 FORMAZIONE	103
	1.9 PROGETTI E ATTIVITÀ DI ASCOLTO	105
	1.10 COMUNICAZIONE INTERNA	106
	1.11 TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA	106
	1.12 RELAZIONI INDUSTRIALI	108
	1.13 POLITICA DI REMUNERAZIONE	110
	1.14 PIANO DI AZIONARIATO DIFFUSO 2010 - 2014	111
	2. AZIONISTI	113
	2.1 STRATEGIA	113
	2.2 STAKEHOLDER E LORO ASPETTATIVE	113
	2.3 COMUNICAZIONE FINANZIARIA	114
	2.4 RISK MANAGEMENT	115
	2.5 CORPORATE GOVERNANCE	116

Appendice	RISULTATI 2010 E 2011	131
	OBIETTIVI 2012	134

Parere	RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE (PRICEWATERHOUSECOOPERS)	140
---------------	--	------------





Executive Summary

STRUTTURA DEL GRUPPO

Il Gruppo Telecom Italia offre servizi di telecomunicazioni e soluzioni ICT e media all'avanguardia, contribuendo alla digitalizzazione e allo sviluppo dei Paesi in cui opera. La leadership domestica del Gruppo è accompagnata da una significativa presenza internazionale sul mercato sudamericano con la Business Unit Brasile e la Business Unit Argentina.

Il Gruppo opera nei seguenti settori di attività:

- la Business Unit “Domestic” ha una posizione di leadership nell’ambito dei servizi di fonia e dati su rete fissa e mobile per clienti finali (retail) e altri operatori (wholesale) in ambito domestico. In campo internazionale opera nel settore dello sviluppo delle reti in fibre ottiche (international wholesale) in Europa, nel Mediterraneo e in Sud America;
- la Business Unit “Brasile” comprende le attività di telecomunicazioni mobili con Tim Cellular e fisse con Intelig Telecomunicações, Tim Fiber SP e Tim Fiber RJ;
- la Business Unit “Argentina” opera nel settore delle telecomunicazioni fisse tramite la società Telecom Argentina, in quello delle telecomunicazioni mobili tramite la società Telecom Personal in Argentina e Nucleo in Paraguay e in quello del broadband tramite il marchio Arnet;
- la Business Unit “Media” comprende le attività relative alle emittenti televisive del Gruppo (La7, La7D, MTV, MTV+) e le attività svolte da Telecom Italia Media Broadcasting in relazione alla gestione delle reti trasmissive analogiche e digitali delle emittenti televisive del Gruppo e all’offerta alle stesse di servizi accessori;
- la Business Unit “Olivetti” comprende le attività di realizzazione di sistemi digitali per la stampa e prodotti per ufficio e di servizi per l’Information Technology;
- le “Altre attività” comprendono le imprese finanziarie e le altre società minori non strettamente legate al “core business” del Gruppo Telecom Italia, non ricomprese nel perimetro del Bilancio di sostenibilità.



PRINCIPALI DATI ECONOMICO-FINANZIARI ED OPERATIVI

Gruppo Telecom Italia – Principali dati economico-finanziari consolidati

(milioni di euro)	Ricavi		EBITDA		EBIT		Investimenti Industriali		Personale a fine periodo (unità)	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	31.12.2011	31.12.2010
Domestic	19.032	20.068	9.243	9.393	(1.945)	5.162	4.200	3.106	55.389	56.530
Brasile	7.343	6.199	1.990	1.801	986	685	1.290	1.216	10.539	10.114
Argentina ^(*)	3.220	798	1.035	245	509	110	556	188	16.350	15.650
Media	238	258	28	13	(87)	(92)	61	67	765	777
Olivetti	343	391	(35)	(19)	(41)	(24)	5	5	1.075	1.090
Altre attività	2	64	(15)	(21)	(15)	(38)	-	4	36	39
Rettifiche ed elisioni	(221)	(207)	-	-	(10)	15	(17)	(3)	-	-
Totale consolidato	29.957	27.571	12.246	11.412	(603)	5.818	6.095	4.583	84.154	84.200

*

La Business Unit Argentina è entrata a far parte del perimetro di consolidamento dal 13 ottobre 2010.

Gruppo Telecom Italia – Altri dati economico-finanziari consolidati

(milioni di euro)	31.12.2011	31.12.2010
Totale Patrimonio Netto	26.695	32.555
· attribuibile ai Soci della Controllante	22.791	28.819
· attribuibile alle Partecipazioni di minoranza	3.904	3.736
Utile (perdita) dell'esercizio attribuibile ai Soci della Controllante	(4.726)	3.121
Utile (perdita) dell'esercizio attribuibile alle Partecipazioni di minoranza	446	454
Indebitamento finanziario netto contabile	30.819	32.087

Gruppo Telecom Italia – Principali dati operativi delle Business Unit

	31.12.2011	31.12.2010
FISSO DOMESTICO		
Collegamenti alla rete fissa in Italia a fine periodo (migliaia)	16.745	17.609
Accessi broadband in Italia a fine periodo (migliaia)	9.089	9.058
MOBILE DOMESTICO		
Consistenza linee a fine periodo (migliaia)	32.227	31.018
BRASILE		
Consistenza linee a fine periodo (migliaia)	64.070	51.015
ARGENTINA		
Consistenza linee fisse a fine periodo (migliaia)	4.141	4.107
Consistenza broadband a fine periodo (migliaia)	1.550	1.380
MEDIA		
La7 audience share Free to Air (modalità analogica) – (media del periodo in %)	3,8	3,1
La7 audience share Free to Air (modalità analogica) – (media ultimo mese del periodo in %)	3,9	3,3

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: gli stakeholder. 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 ha elaborato poi un modello originale di comunicazione (investorvalue.org) presentato a Bruxelles a maggio 2010 nel corso del Senior Leaders Forum della European Academy of Business in Society (EABIS). Attualmente è in corso l'ulteriore sviluppo del modello elaborato nell'ambito di un progetto moderato da EABIS e CSR Europe in cui Telecom Italia continua ad esercitare un ruolo di leadership condivisa con altre aziende multinazionali.

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 alta supervisione sul tema.

Nel 2009 il Bilancio di sostenibilità viene redatto per la prima volta secondo i principi dell'AA1000 AccountAbility Principles Standard (APS), che si fondano sul coinvolgimento degli stakeholder nel reporting e nei processi sottostanti e rappresentano lo standard più evoluto in materia.

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 stati oggetto di un piano strutturato di diffusione interna attraverso il progetto "Esprimere Qualità" che è giunto a conclusione nel 2011 dopo oltre 2 anni, coinvolgendo trasversalmente varie strutture aziendali.

Il sistema di ascolto è stato ampliato nel 2011 per misurare la qualità del servizio e l'esperienza del cliente in tutte le occasioni di contatto con l'Azienda. La qualità è tenuta in considerazione anche nel sistema d'incentivazione dei manager e del personale.

Il Gruppo Telecom Italia, come attore fondamentale dell'ecosistema della banda larga, ha la responsabilità di assicurare che lo sviluppo tecnologico, di cui è portatore attraverso

l'offerta di servizi innovativi, sia sempre associato 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 Insieme" 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 al [§ 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 copre i costi di iscrizione e di frequentazione, per i dipendenti in regola con gli esami previsti, di alcuni corsi di laurea attivati presso l'Università Telematica Internazionale Uninettuno. Il dialogo con i dipendenti avviene attraverso vari canali, anche per mezzo di strumenti che favoriscono la bilateralità, lo scambio e il confronto tra i componenti della comunità aziendale quali i blog, le community virtuali aperte, l'analisi di clima e il portale Intranet. Per informare e coinvolgere i dipendenti sui temi della sostenibilità è stato lanciato un piano di formazione basato su una piattaforma e-learning e su aule virtuali tematiche.

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 alcune strutture del Piemonte da dicembre 2010, che consente di monitorare i pazienti affetti da alcune patologie croniche direttamente da remoto grazie alle tecnologie di Telecom Italia. Il suo utilizzo permette un importante miglioramento della qualità di vita dei pazienti e di ottenere un risparmio importante 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/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 attività 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 (cfr. § Comunità/Le risposte agli stakeholder).

Il contrasto del cambiamento climatico

Costituisce una delle grandi sfide che l'umanità dovrà affrontare nel prossimo futuro, principalmente riducendo le emissioni di CO₂ e di altri gas a effetto serra per contenere l'aumento della temperatura terrestre entro limiti ritenuti accettabili.

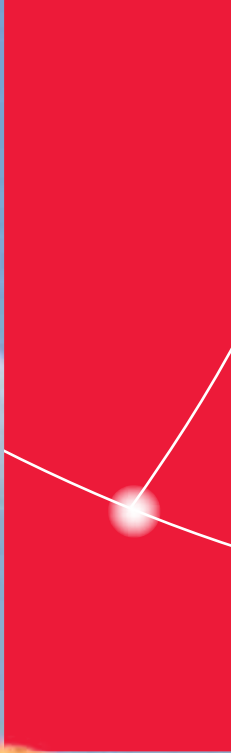
Il settore dell'Information and Communication Technology (ICT) può giocare un ruolo fondamentale in questo ambito, non solo contenendo le proprie emissioni di CO₂ generate in prevalenza dal rilevante fabbisogno energetico delle reti trasmissive, ma soprattutto contribuendo alla riduzione delle emissioni 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 on line, ecc.). Le soluzioni ICT rendono possibile la realizzazione di edifici intelligenti in cui la tecnologia combinata con i nuovi materiali migliora notevolmente i livelli di consumo energetico, comfort e sicurezza. Tali soluzioni, tramite le “smart grids”, 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 2011

Risultati ^(*)	Riferimento ai capitoli del Bilancio
Riduzione dell'8,5% dell'energia consumata per autotrazione	Ambiente/Performance ambientale/Energia
Diminuzione del 6,3% dei consumi di energia elettrica	Ambiente/Performance ambientale/Energia
Aumento del 29,7% dell'indicatore di eco-efficienza	Ambiente/Cambiamento climatico
Riduzione del 6,2% delle emissioni di CO ₂	Ambiente/Performance ambientale/Emissioni atmosferiche
Diminuzione del 9,6% della carta acquistata	Ambiente/Performance ambientale/Carta
Venduti 500 mila modem Wi-Fi a basso impatto ambientale nell'ambito della nuova linea di prodotti con il brand "Telecom Italia Green"	Ambiente/Responsabilità di prodotto
Conferma di Telecom Italia e TIM Brasil in tutti i principali indici di sostenibilità mondiali	Introduzione/Posizionamento negli indici
Investiti, a livello di Gruppo, oltre 30 milioni di euro nella Comunità, misurati secondo il modello LBG	Comunità/Misurazione del contributo alla Comunità
Conferma del ruolo di co-leadership di Telecom Italia nel progetto europeo (collaborative venture) sulla comunicazione della performance non finanziaria	Introduzione/La comunicazione della performance non finanziaria
Ottenuti numerosi riconoscimenti per le attività progettuali e di comunicazione legate alla sostenibilità	Introduzione/Altri riconoscimenti
Confermato il successo del progetto "I care about myself" con 2.800 dipendenti iscritti all'Università Telematica Internazionale Uninettuno	Risorse Umane/Formazione

*

Le percentuali in aumento o in diminuzione riportate nella tabella sono calcolate rispetto ai dati 2010. Tutte le informazioni e i dati, salvo ove diversamente riportato, sono relativi a Telecom Italia S.p.A.



E' STATE LIBERA!
campi di volontariato
e di studio sui beni
confiscati

LIBERA
FONDATAZIONE
TELECOM

E' STATE LIBERA!
campi di volontariato
e di studio sui beni
confiscati

LIBERA
FONDATAZIONE
TELECOM

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-corrruzione.

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

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

IL SISTEMA DI GESTIONE DELLA SOSTENIBILITÀ TIENE CONTO DEI PRINCIPALI STANDARD INTERNAZIONALI. TELECOM ITALIA HA ADERITO AL GLOBAL COMPACT NEL 2002

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

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

Nel convincimento che il successo dell'impresa non possa prescindere dall'etica nella conduzione degli affari, il Codice Etico 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 management e i prestatori di lavoro di tutte le società del Gruppo, nonché i collaboratori e i terzi in rapporti d'affari con il Gruppo, nei limiti delle rispettive competenze, funzioni e responsabilità.

IL CODICE ETICO È ALLA BASE DEL SISTEMA DI CORPORATE GOVERNANCE DEL GRUPPO

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

Le Condizioni Generali di Abbonamento disciplinano i rapporti con la clientela abbonata al servizio di telefonia vocale fissa e si affiancano alla relativa Carta dei Servizi. Sono pubblicate all'interno degli elenchi telefonici, oltre che sui siti telecomitalia.it e impresasemplice.it. 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 dei singoli servizi (servizi di telefonia vocale fissa e mobile, servizi di accesso a Internet, servizi di televisione a pagamento su tecnologia IP-IPTV, servizi di call center per l'assistenza alla clientela). Una selezione degli obiettivi e dei relativi livelli di raggiungimento è riportata in [Appendice](#).

Gli altri impegni assunti dal Gruppo sono contenuti nei seguenti documenti disponibili 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, trac-

ciabilità) 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.
- “Codice di Autoregolamentazione per i servizi mobili”, “Codice di Autoregolamentazione per TV e Minori”, “Codice di Condotta per i servizi a sovrapprezzo”, “Codice di Autodisciplina per la comunicazione commerciale”, un insieme di codici relativi alla tutela dei minori e dei consumatori.
- “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 disciplina le modalità con cui il Gruppo effettua gli investimenti a favore delle comunità in cui opera.
- “Codice di comportamento per la riservatezza dei dati relativi agli OLO (Other Licensed Operator)” che assicurano il corretto trattamento e la riservatezza dei dati da parte delle divisioni aziendali che erogano servizi agli altri operatori.
- “Linee guida del Gruppo Telecom Italia per il marketing responsabile” che delinea i principi seguiti dal Gruppo per assicurare pratiche commerciali corrette, trasparenti e leali, aggiuntivi rispetto a quelli contenuti nelle Carte e nei Codici sopra ricordati.

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’effica-

cia 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. Si tratta degli "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 riportati nella tabella di pagina 21, insieme ad altri aspetti delle attività aziendali, sono presi in considerazione nel processo di determinazione della materialità del reporting secondo lo standard AA1000 AccountAbility Principles Standard (APS) – (cfr. [§ Reporting](#)).

4. POSIZIONAMENTO NEGLI INDICI

Gli indici di sostenibilità sono indici azionari formati da titoli selezionati non solo in base a parametri economico-finanziari ma anche in forza di criteri sociali e ambientali. La selezione è fatta da agenzie di rating specializzate che valutano le aziende sulla base delle informazioni pubbliche o di questionari, tenendo anche in considerazione le opinioni dei media e degli stakeholder. 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 le aziende sostenibili considerandole meno rischiose e più promettenti nel medio/lungo termine.

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

Nel 2011 Telecom Italia è stata confermata per l'ottavo anno in entrambe le categorie di indici di sostenibilità del Dow Jones:

TABELLA DEGLI HOT TOPICS

Temi	Stakeholder	Impegno di Telecom Italia	Riferimento
RELAZIONI CON I CLIENTI	Clienti	L'attenzione ai bisogni dei clienti e il miglioramento della loro soddisfazione sono tra i principali obiettivi di Telecom Italia e sono oggetto di numerosi progetti e iniziative.	Clienti/Customer satisfaction
DIGITAL DIVIDE	Clienti, 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/Servizi innovativi Comunità/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 sustainable procurement.	Fornitori/Iniziative di sostenibilità Ambiente/Responsabilità di prodotto
PRIVACY E SICUREZZA DEI DATI	Clienti	Telecom Italia ha implementato una serie di misure per la tutela della sicurezza dei dati e della privacy di quanti usano le reti e i servizi.	Clienti/Tutela della privacy e protezione dei dati personali
PROTEZIONE DEI MINORI	Clienti	La diffusione di Internet costituisce una grande opportunità ma può essere fonte di pericoli. 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

- Dow Jones Sustainability World Index (DJSI World), che include 341 titoli;
- Dow Jones Sustainability Europe Index (DJSI Europe), composto da 172 titoli a livello europeo, e il relativo indice Eurozone, composto da 97 titoli dell'area Euro.

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

- FTSE4Good Global, composto da 719 titoli;
- FTSE4Good Europe, composto da 284 titoli;
- 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 titoli;
- Ethibel Sustainability Indexes (ESI):
 - › Excellence Europe, composto da 199 titoli;
 - › Excellence Euro, composto da 114 titoli;
 - › Excellence Global, composto da 121 titoli.
- MSCI ESG Indexes:
 - › MSCI WORLD ESG INDEX, composto da 795 titoli;
 - › MSCI WORLD ex USA ESG INDEX, composto da 482 titoli;
 - › MSCI EAFE ESG INDEX, composto da 433 titoli;
 - › MSCI EUROPE ESG INDEX, composto da 227 titoli.
- ECPI Indexes:
 - › ECPI Ethical Global Equity, composto da 300 titoli;
 - › ECPI Ethical Euro Equity, composto da 150 titoli;
 - › ECPI Ethical EMU Equity, composto da 150 titoli.
- AXIA Sustainable Index (ASI), composto da 40 titoli.

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 titoli che hanno ottenuto il punteggio più alto in termini di sostenibilità, selezionati in base a un questionario sottoposto alle 182 aziende maggiormente negoziate nel BM&F Bovespa.

5. ALTRI RICONOSCIMENTI

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

- prima azienda in Italia nel "Newsweek Green Ranking" relativo alle 500 aziende a maggiore capitalizzazione nel mondo. Si tratta di una classifica redatta in base ai risultati delle rilevazioni condotte sulla performance ambientale delle aziende dall'agenzia di rating Trucost;

- prima azienda in Italia tra le 50 maggiori società quotate e terza in Europa tra le 100 società dell'indice FTSE Eurotop 100 nella classifica "Lundquist CSR OnLine Awards 2011" sulla comunicazione on line della sostenibilità condotta dalla società Lundquist;
- primo posto nella classifiche italiana ed europea del "KWD Webranking 2011" per la migliore comunicazione corporate sul web. Le classifiche predisposte dalla società KWD, divisione digitale di Hallvarsson & Halvarsson, in collaborazione con Lundquist, hanno preso in considerazione rispettivamente le 101 maggiori società italiane per capitalizzazione e le 500 maggiori società per capitalizzazione in Europa incluse nell'indice FT Europe 500;
- premio nella categoria Literature Design del "Grand Prix Brand Identity 2011" per il Bilancio di sostenibilità 2010, riconoscimento di TVN Media Group che premia i migliori progetti d'identità di marca e di design strategico, sotto il profilo strutturale della comunicazione visiva;
- premio speciale per la governance societaria nell'ambito del premio "Oscar di Bilancio 2011", promosso da FERPI (Federazione Relazioni Pubbliche Italiana) sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica. È stata riconosciuta a Telecom Italia un'accresciuta attenzione verso le tematiche di governance nella Relazione di Bilancio 2010 che grazie alla sua versione interattiva è risultata di facile navigabilità permettendo una migliore reperibilità e fruibilità delle informazioni anche da parte dei non addetti ai lavori. È stata oggetto di particolare apprezzamento anche l'inserimento della Corporate Social Responsibility tra le attività soggette alla verifica del Comitato per il Controllo Interno e la Corporate Governance;
- premio "Macchianera Blog Award 2011" nella categoria "miglior sito o blog a sfondo sociale" consegnato nel corso del Blog Fest, il festival tematico organizzato dal blog Macchianera. Il premio è stato vinto da AVoiComunicare, il sito creato da Telecom Italia per dialogare su temi decisivi per il nostro futuro quali l'ambiente e lo sviluppo sostenibile, l'equilibrio tra mondi e culture diverse, l'integrazione e la costruzione della pace (per maggiori informazioni [cfr. § Ambiente/La comunicazione della sostenibilità](#));
- premio 2012 "Skills for Employability Award" vinto dal progetto Internet Saloon (per maggiori informazioni [cfr. § Comunità/Risposte agli stakeholder](#)) nella categoria "Active Ageing through IT learning" riservata alle organizzazioni che si sono distinte con iniziative dirette a facilitare l'inclusione digitale degli anziani. Il premio è organizzato dall'European Alliance on Skills for Employability (EASE) in partnership con Adecco.

6. LA COMUNICAZIONE DELLA PERFORMANCE NON FINANZIARIA

Nel contesto dell'Alleanza tra Commissione Europea e aziende, lanciata nel marzo del 2006 con l'obiettivo di fare dell'Europa un polo di eccellenza nella CSR, è stato costituito il laboratorio "Sostenibilità e valutazione della performance non finanziaria" di cui Telecom Italia è stata co-leader. A valle di un ampio processo di consultazione, che ha coinvolto aziende, investitori, accademici, rappresentanti della Commissione Europea e degli stakeholder in Italia e all'estero, il laboratorio ha lanciato un modello di comunicazione avanzato per la performance non finanziaria. Tenendo in considerazione le opinioni espresse, il modello ha individuato 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 in-

formazioni non finanziarie qualitativamente elevate da parte delle aziende è apprezzata dai mercati finanziari ed è tenuta in considerazione nelle valutazioni degli investimenti. Per ulteriori informazioni si rinvia al sito web lanciato dal laboratorio investorvalue.org.

Nel corso del 2011 i lavori del laboratorio sono proseguiti nell'ambito di un progetto (colaborative venture) lanciato da CSR Europe ed EABIS (European Academy for Business in Society), in cui Telecom Italia svolge un ruolo di leadership insieme ad altre grandi aziende e organizzazioni internazionali. Il progetto ha un duplice obiettivo:

- identificare un numero ristretto di indicatori di sintesi della performance di sostenibilità, condivisi con la comunità finanziaria (analisti, gestori, banche e fondi);
- condividere le migliori pratiche in essere presso le aziende per la misurazione e la gestione della performance non finanziaria.

Per ulteriori informazioni si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com e alla sezione Enterprise 2020/Priority topics 2011–2013 del sito csreurope.org.

7. REPORTING

Perimetro e criteri

Nel rispetto del principio di materialità, salvo ove diversamente indicato (cfr. § [Risorse Umane](#)) sono prese in considerazione nel reporting di sostenibilità soltanto le società controllate incluse nell'area di consolidamento con ricavi superiori a 300 mila euro e numero di dipendenti superiore a 40, escludendo le società cessate e le attività non correnti destinate ad essere cedute.

Secondo l'approccio triple bottom line⁽¹⁾ l'analisi e la rappresentazione dei dati economico-finanziari dell'impresa deve avvenire congiuntamente con i risultati ambientali e sociali. 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 a partire dal 2003, anticipando di fatto l'applicazione della Direttiva europea 51/2003, recepita in Italia con il D.Lgs. 2 febbraio 2007, n. 32.

¹

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

IL REPORTING SEGUE L'APPROCCIO TRIPLE BOTTOM LINE

Il Bilancio di sostenibilità si basa su un approccio multi-stakeholder, attraverso l'analisi congiunta delle azioni 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 15 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.

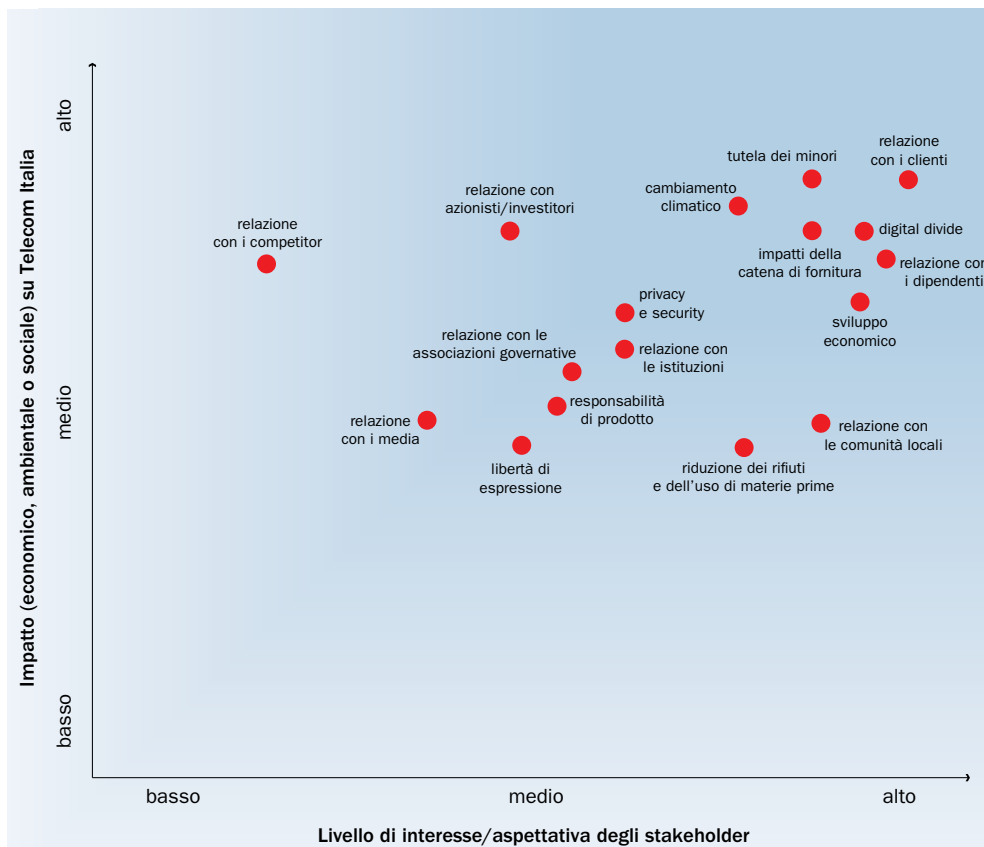
AccountAbility 1000 e raccordo GRI/Global Compact

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.

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

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 di seguito, in base al loro impatto sulle aspettative degli stakeholder e sulle attività del Gruppo.



La tabella seguente fornisce l'indicazione dei capitoli/paragrafi e delle pagine in cui viene fatto riferimento ai principi del Global Compact e ai relativi indicatori del GRI.

Principi del Global Compact (GC)	Indicatori rilevanti del GRI	Capitoli/paragrafi di riferimento	Pagina
1. Promuovere e rispettare i diritti umani universalmente riconosciuti nell'ambito delle rispettive sfere di influenza.	HR1-7, LA4, LA7-9, LA13, PR1, PR8	Riferimenti e Governance, Codici, Carte e Valori, Reporting, Stakeholder involvement, Fornitori, Comunità, Risorse Umane	17, 18, 24, 28, 49, 77, 91
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	17, 18, 49, 91
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, Stakeholder involvement, Risorse Umane	18, 24, 28, 91
4. Eliminare tutte le forme di lavoro forzato e obbligatorio.	HR1-3, HR7	Codici, Carte e Valori, Fornitori, Risorse Umane	18, 49, 91
5. Eliminare il lavoro minorile.	HR1-3, HR6	Codici, Carte e Valori, Fornitori, Risorse Umane	18, 49, 91
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	18, 28, 49, 91
7. Sostenere un approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali.	EC2, EN18, EN26	Hot Topics, Reporting, Stakeholder involvement, Fornitori, Ambiente, Risultati 2010 e 2011 e Obiettivi 2012 in Appendice	20, 24, 28, 49, 55, 131, 134
8. Intraprendere iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale.	EN3, EN5-6, EN8, EN16-19, EN22-23, EN26-29, PR3	Stakeholder involvement, Fornitori, Ambiente, Risultati 2010 e 2011 e Obiettivi 2012 in Appendice	28, 49, 55, 131, 134
9. Incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente.	EN5-7, EN18, EN26	Hot Topics, Reporting, Ambiente, Comunità	20, 24, 55, 77
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	17, 18, 49, 113

Il Content Index (Indice dei Contenuti), che costituisce uno dei documenti su cui il Gruppo viene esaminato dal GRI ai fini dell'ottenimento della qualificazione, e l'Application Level Table (Tabella dei Livelli di Applicazione), che riporta i requisiti richiesti per i diversi livelli di qualificazione dal GRI, sono disponibili sulla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

Telecom Italia a partire dal 2008 è qualificata dal GRI con il livello A+ sul reporting di sostenibilità.

8. RISULTATI 2011 E OBIETTIVI 2012

Sono riportati in Appendice al presente Bilancio.

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

9. LA FUNZIONE GROUP SUSTAINABILITY

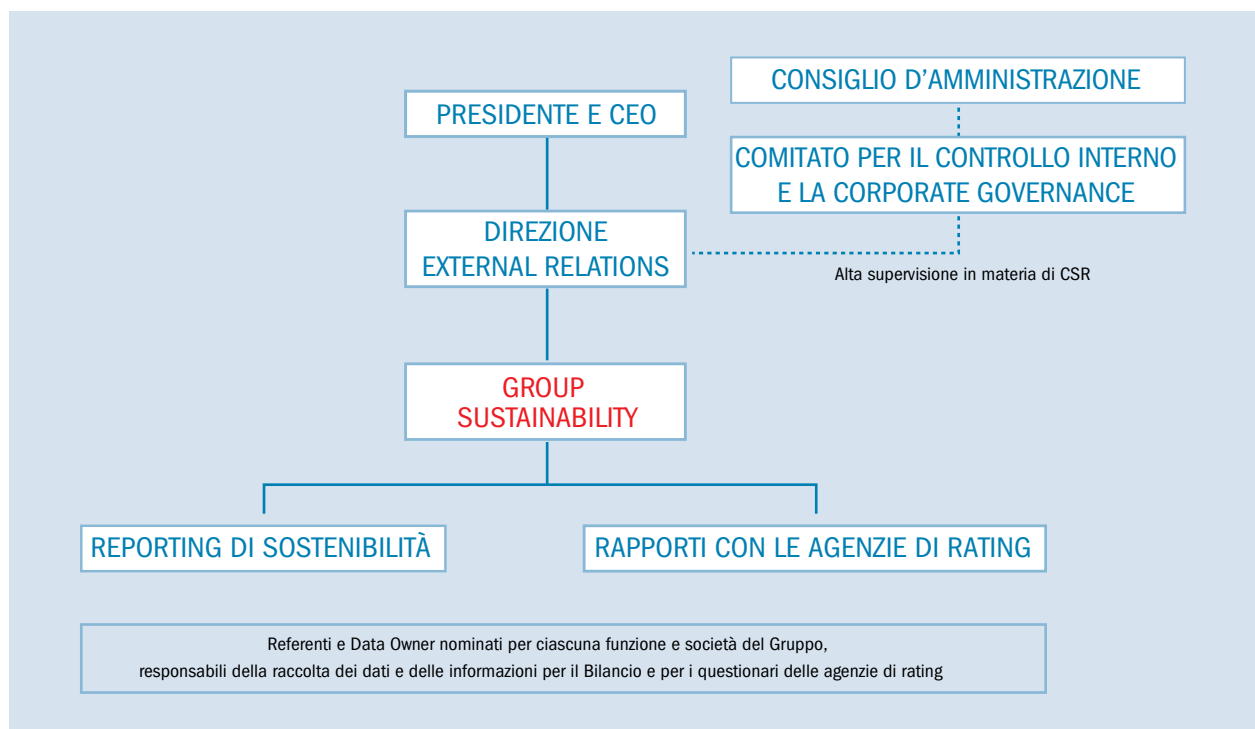
Mission e struttura

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 ai fini dell'ammissione agli indici azionari di sostenibilità;
- rappresenta il Gruppo nei tavoli di lavoro nazionali e internazionali 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 di seguito la struttura organizzativa.



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;
- 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. § Introduzione/La Comunicazione della performance non finanziaria e § Ambiente/Performance ambientale);
- adesione ai principali standard internazionali in materia di sostenibilità (cfr. § Riferimenti e Governance e § Reporting);
- miglioramento continuo della propria performance, anche attraverso il benchmarking con i peer;
- contributo alla diffusione di un corretto approccio ai temi della sostenibilità attraverso la realizzazione di iniziative di comunicazione all'interno e all'esterno dell'Azienda (cfr. § Ambiente/La comunicazione della sostenibilità).

10. STAKEHOLDER INVOLVEMENT

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

Nel corso del 2010 il Bilancio di sostenibilità è stato sottoposto ad un panel multi-stakeholder per misurare il livello di gradimento e di rispondenza alle loro aspettative. Le indicazioni di miglioramento emerse, recepite già a partire dal Bilancio precedente, hanno portato ad aumentare il grado sintesi dei contenuti e ad adottare una veste grafica diversa per migliorarne la leggibilità e la fruibilità.

Per rendere più facilmente raggiungibili i responsabili della funzione Group Sustainability e facilitare quindi il dialogo con gli stakeholder sui temi di maggiore interesse, l'area contatti della sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com è stata integrata con tutti i riferimenti.

Nel corso del 2011, alla casella di posta groupsustainability@telecomitalia.it, sono pervenute circa 250 e-mail, tutte prese in considerazione ai fini di un'eventuale risposta.

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

		INIZIATIVE			
		INFORMAZIONE	CONSULTAZIONE	DIALOGO	PARTNERSHIP
STAKEHOLDER	CLIENTI	Comunicazione ai clienti di offerte e condizioni attraverso varie modalità (Clienti/Comunicazione verso i clienti su telecomitalia.com)	La soddisfazione dei clienti viene rilevata sistematicamente (Clienti/Customer satisfaction)	Collaborazione con le associazioni dei consumatori (Clienti/Procedure di conciliazione)	Partecipazione a gruppi di lavoro nazionali e internazionali, in partnership con agenzie ONU, associazioni non governative e di settore sul tema della tutela dei minori da possibili abusi compiuti attraverso Internet (Clienti/Protezione dei minori su telecomitalia.com)
		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 da parte degli operatori dei call centre per dialogare con i clienti (Clienti/Qualità del servizio)	Progetti in partnership con istituzioni e altre aziende per la sperimentazione e la realizzazione di servizi di assistenza e innovativi (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 (Clienti/Qualità del servizio)	
	FORNITORI		Quinto 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)	Attività di CSR audit condotte sugli stabilimenti di fornitori e sub-fornitori comuni sulla base del Memorandum of Understanding firmato con altri operatori (Fornitori/Verifiche di sostenibilità)
			Invio di un questionario di autovalutazione ai fornitori a maggior rischio in termini di sostenibilità (Fornitori/Iniziative di coinvolgimento)		

STAKEHOLDER	INIZIATIVE			
	INFORMAZIONE	CONSULTAZIONE	DIALOGO	PARTNERSHIP
AMBIENTE	<p>“Carbon Meter” disponibile su AVoiComunicare (Ambiente/La comunicazione della sostenibilità)</p>		<p>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/Stakeholder rilevanti e Cambiamento climatico)</p>	<p>Accordi di co-siting con gli altri operatori di Tlc italiani (Ambiente/Energia)</p>
	<p>Realizzate iniziative di comunicazione esterna e interna sulla sostenibilità (Ambiente/La comunicazione della sostenibilità)</p>		<p>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)</p>	
COMUNITÀ	<p>Corretta informazione verso gli stakeholder assicurata tramite i media tradizionali e il sito Internet di Gruppo (Comunità/Relazione con i media e progetti di comunicazione)</p>	<p>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/Risposte agli stakeholder)</p>	<p>Il tour “Navigare Sicuri” ha coinvolto oltre 100.000 persone nelle città italiane sui temi della navigazione sicura in Internet (Comunità/Risposte agli stakeholder)</p>	<p>Progetti realizzati in partnership con organizzazioni non governative e della società civile, anche attraverso la Fondazione Telecom Italia (Comunità/Risposte agli stakeholder)</p>
			<p>Il progetto di comunicazione integrata AVoiComunicare stimola la discussione sui temi sociali (Comunità/Relazione con i media e progetti di comunicazione e telecomitalia.com)</p>	

INIZIATIVE

	INFORMAZIONE	CONSULTAZIONE	DIALOGO	PARTNERSHIP
RISORSE UMANE	Attività di comunicazione interna (Risorse Umane/Comunicazione interna)	Progetto "Archimede" (Risorse Umane/Progetti e attività di ascolto)	Caselle mail, Intranet, blog, community virtuali, convention multimediali per dialogare con i dipendenti (Risorse Umane/Progetti e attività di ascolto)	Programmi di selezione e di formazione realizzati con centri di ricerca, università, associazioni e fondazioni del terzo settore (Risorse Umane/Selezione)
	Corsi in materia di salute e sicurezza (Risorse Umane/Tutela della salute e della sicurezza)	Iniziativa realizzata da parte del Centro People Caring per rispondere alle esigenze dei dipendenti (Risorse Umane/People Caring)	Organizzate numerose sessioni informative e di confronto con le organizzazioni sindacali su temi d'interesse (Risorse Umane/Relazioni industriali)	Prosegue l'attività della Scuola di Relazioni Industriali, un network tra professionisti del mondo imprenditoriale, istituzionale e delle organizzazioni sindacali (Risorse Umane/Formazione)
		Iniziativa per migliorare la gestione della diversità in Azienda (Risorse Umane/People Caring)	Servizio di counseling per affrontare le situazioni di disagio personale e lavorativo vissute dai dipendenti (Risorse Umane/People Caring)	Iniziativa di volontariato con il coinvolgimento di dipendenti e di partner esterni (Risorse Umane/People Caring)
		Coinvolgimento dei dipendenti nel programma di valutazione dello stress da lavoro (Risorse Umane/Tutela della salute e della sicurezza)		Prosegue il progetto "I care 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" (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)	Avviata la fase 2 del progetto sulla valutazione della performance di sostenibilità, moderato da CSR Europe ed EABIS. Telecom Italia svolge il ruolo di co-leader insieme ad altre aziende multinazionali (Introduzione/La comunicazione della performance non finanziaria)
	Comunicazione finanziaria on line (Azionisti/Comunicazione finanziaria)			

11. VALORE ECONOMICO PRODOTTO E DISTRIBUITO

²
Non è evidenziato nella tabella il valore distribuito allo stakeholder Comunità per il quale si rinvia al relativo capitolo.

Di seguito si riporta il valore economico prodotto e distribuito agli stakeholder⁽²⁾. Dal 2008 è stata adottata la modalità di presentazione raccomandata dal Global Reporting Initiative (GRI), con opportuni adattamenti.

	2011	2010
(milioni di euro)		
VALORE ECONOMICO PRODOTTO DIRETTAMENTE		
A) TOTALE RICAVI E PROVENTI OPERATIVI	30.256	27.826
B) INTERESSI ATTIVI E DIVIDENDI INCASSATI	196	117
C) PLUSVALENZE (MINUSVALENZE) DA REALIZZO DI ATTIVITÀ NON CORRENTI	3	11
D) VALORE ECONOMICO PRODOTTO DIRETTAMENTE (A+B+C)	30.455	27.954
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO		
E) COSTI OPERATIVI	13.744	12.193
F) COSTI DEL PERSONALE	3.917	4.021
G) AZIONISTI E FINANZIATORI	3.305	3.206
H) IMPOSTE E TASSE	1.814	1.458
I) VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO (E+F+G+H)	22.780	20.878
VALORE ECONOMICO NON DISTRIBUITO (D-I)	7.675	7.076

	2011	2010
(milioni di euro)		
SALARI E STIPENDI	2.788	2.615
ONERI SOCIALI	993	931
ACCANTONAMENTI TRATTAMENTO DI FINE RAPPORTO E DI QUI-ESCENZA	(77)	52
ALTRI ONERI	213	423
COSTI DEL PERSONALE	3.917	4.021

	2011	2010
(milioni di euro)		
ACQUISTI MATERIALI E SERVIZI ESTERNI	12.842	11.371
ALTRI COSTI OPERATIVI(*)	1.527	1.234
VARIAZIONE DELLE RIMANENZE	(56)	135
ATTIVITÀ REALIZZATE INTERNAMENTE	(569)	(547)
COSTI OPERATIVI	13.744	12.193

*

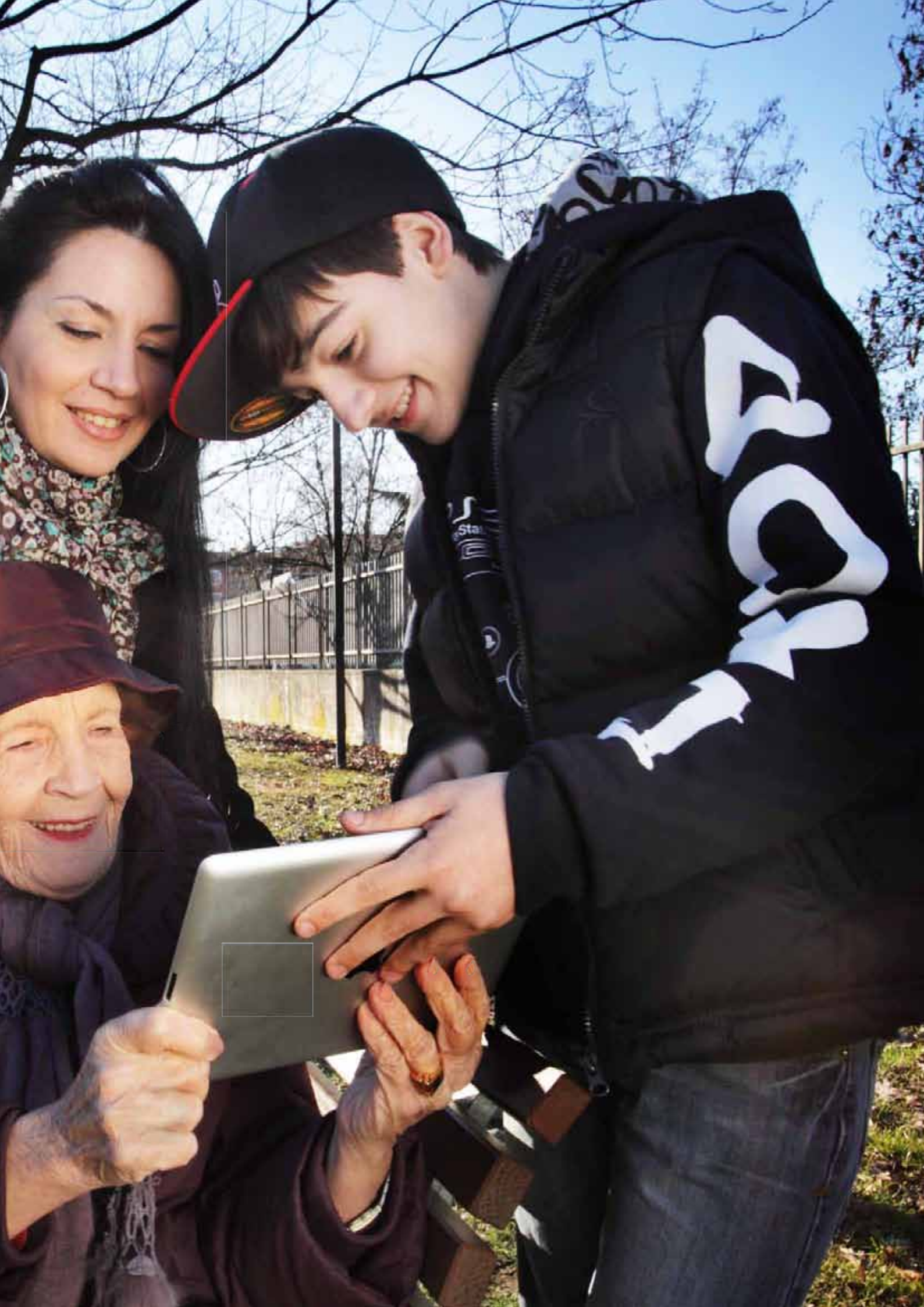
Comprende principalmente svalutazioni e oneri connessi alla gestione dei crediti non finanziari per 533 milioni di euro (478 milioni di euro nel 2010), accantonamenti per rischi per 128 milioni di euro (80 milioni di euro nel 2010) e contributi e canoni per l'esercizio di attività di Tlc per 675 milioni di euro (484 milioni di euro nel 2010), al netto di "Imposte indirette e tasse" per 349 milioni di euro (200 milioni di euro nel 2010) incluse nella voce "Imposte e tasse".

	2011	2010
(milioni di euro)		
DIVIDENDI DISTRIBUITI	1.257	1.064
INTERESSI PASSIVI	2.048	2.142
AZIONISTI E FINANZIATORI	3.305	3.206

	2011	2010
(milioni di euro)		
IMPOSTE DIRETTE	1.465	1.258
IMPOSTE INDIRETTE E TASSE	349	200
IMPOSTE E TASSE	1.814	1.458
DI CUI RELATIVE AD ATTIVITÀ ITALIANE	1.177	1.240
DI CUI RELATIVE AD ATTIVITÀ ESTERE	637	218

Stakeholder esterni

A photograph of a person in a dark winter jacket and hat walking on a path, with a red graphic overlay containing the text 'Stakeholder esterni'. The background shows bare trees and a clear sky. A white decorative line with a glowing dot is positioned on the left side of the red overlay.







Offrire
**servizi
innovativi**
per migliorare la vita delle persone

1. CLIENTI

1.1 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.

1.2 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.

1.3 QUALITÀ DEL SERVIZIO

La focalizzazione sul cliente e il raggiungimento di elevati livelli di customer satisfaction continua ad essere una priorità per Telecom Italia che a partire dall'ascolto degli stakeholder rilevanti (clienti, dipendenti, istituzioni), ha elaborato la Customer Promise (Promessa al Cliente) basata su:

- 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.

Gli impegni contenuti nella "Promessa al Cliente" stanno guidando numerose iniziative tra cui il programma "Esprimere Qualità" per la sensibilizzazione del personale. Iniziato nel 2009 con il coinvolgimento dei manager e dei responsabili di aree/unità territoriali e di gruppi di contatto con i clienti, il programma è stato completato nel 2011 attraverso la realizzazione di ulteriori iniziative per le quali si rinvia al sito telecomitalia.com.

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

L'utilizzo dei social network nel customer care

A fine 2010 Telecom Italia è stata la prima azienda in Italia a lanciare un servizio di social caring, basato sull'assistenza diretta ai clienti tramite i social network (Facebook e Twitter) e caratterizzato dall'interazione diretta con i clienti e da velocità di risposta.

Un team specializzato risponde alle domande e alle segnalazioni dei clienti sia attraverso le pagine e gli account ufficiali del Gruppo, sia attra-

verso 9 account Twitter. Il servizio realizzato su Facebook è un servizio di tipo mediato in cui il cliente si rivolge nella pagina Facebook per avere assistenza e viene successivamente contattato nelle diverse modalità in funzione del diverso problema da risolvere, mentre il servizio su Twitter è basato su contatti di tipo diretto con un assistente.

Ad un anno dal lancio dell'iniziativa Telecom Italia è leader in Italia per i servizi di social caring, con una media, in continua crescita mensile, di oltre 1.000 segnalazioni di assistenza prese in carico ogni mese e una percentuale di casi risolti di circa il

96%.

Telecom Italia utilizza strumenti web basati sul concetto del social networking anche per valorizzare e supportare le persone che lavorano nel customer care. Questi rappresentano un valido aiuto sia per la rapida diffusione e condivisione di conoscenze tra gli addetti ai lavori, sia per valorizzare la conoscenza informale che emerge dalle discussioni nei forum e capitalizzare il know-how e integrarlo nei processi operativi. Per informazioni su tali strumenti (Campus e TUO) si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

1.4 CUSTOMER SATISFACTION

L'ascolto del cliente in Telecom Italia

Telecom Italia ha sviluppato un piano di ascolto del cliente che consente di valutare la qualità del servizio offerto e la customer experience nelle diverse tipologie di relazioni che il cliente intrattiene con l'Azienda: dalla valutazione di un'occasione di contatto recente (per es. attivazione di una linea, richiesta di informazione o segnalazione di un disservizio) alla percezione complessiva maturata nel tempo. I risultati sono utilizzati in un processo di continuo miglioramento dell'offerta, al fine di fornire servizi sempre più rispondenti alle esigenze del cliente.

Il sistema di ascolto è stato ampliato nel 2011 e strutturato in 6 aree:

- processi ed eventi operativi rilevati "a caldo", cioè in un momento immediatamente successivo a un evento specifico (per es. delivery, assurance, vendita, assistenza commerciale);
- touch point che rappresentano i canali di contatto con il cliente (per es. punti vendita, customer care, web, fatturazione);
- prodotti e servizi chiave (per es. broadband fisso e mobile, smartphone);
- ciclo di vita, monitorato nelle fasi caratterizzanti la relazione del cliente con il proprio gestore;
- temi intangibili che impattano trasversalmente sulla customer satisfaction del cliente (per es. innovazione);
- percezione complessiva misurata "a freddo", cioè non collegata a un evento specifico. L'indicatore utilizzato è il Customer Satisfaction Index (CSI) che, adottando standard internazionali di indagine statistica (modello ACSI), rileva la percezione di qualità sui principali driver di soddisfazione riferibili ai diversi segmenti di clientela (consumer fisso, consumer mobile, business fisso, business mobile, top clients, public sector) e agli analoghi servizi dei principali competitor. Nel corso del 2011 è stato introdotto un nuovo modello di rilevazione del CSI che prende in considerazione ulteriori dimensioni di analisi (per es. variabili socio-culturali, territorio, ecc.). Nel mese di dicembre 2011 Telecom Italia ha ottenuto da parte dell'IMQ-CSQ l'Attestazione di Conformità del processo di rilevazione del Customer Satisfaction Index (CSI) alle prescrizioni della Norma UNI 11098:2003 (Linee guida per la rilevazione della soddisfazione del cliente e per la misurazione degli indicatori del relativo processo).

IL SISTEMA DI ASCOLTO DEL CLIENTE È STATO POTENZIATO NEL 2011

Si riportano di seguito i valori del CSI per segmento relativi a Telecom Italia. I dati relativi al 2010 sono stati pertanto ricalcolati per renderli confrontabili con il 2011.

SEGMENTO CLIENTELA^(*)

	2011	2010
CONSUMER	74,24	73,86
BUSINESS	62,98	62,10
TOP CLIENTS	68,40	67,19
PUBLIC SECTOR	71,91	71,34
TOTALI	70,86	70,38

*

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

I dati della seguente tabella si riferiscono al valore progressivo annuo della soddisfazione complessiva della clientela sul servizio di customer care di Telecom Italia.

TIPOLOGIA CLIENTELA CUSTOMER CARE

	Soddisfazione complessiva ^(*)	
	2011	2010
187 TELEFONIA FISSA CONSUMER	8,32	7,39
119 TELEFONIA MOBILE CONSUMER	8,56	8,33
191 TELEFONIA FISSA BUSINESS	7,06	6,72
191 TELEFONIA MOBILE BUSINESS	7,13	6,47

*

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

Per informazioni sugli indici di misurazione della soddisfazione utilizzati in Brasile e in Argentina si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

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 degli indici di customer satisfaction monitorati attraverso rilevazioni periodiche "a freddo": il CSI complessivo per l'Azienda e gli indicatori di customer satisfaction specifici per segmento di clientela a portafoglio.

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.

1.5 CERTIFICAZIONI

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

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 tutela del capitale umano da parte delle aziende e dei loro fornitori nello standard SA 8000;
- la sicurezza delle informazioni nella norma ISO 27001:2005;
- i servizi di Information Technology nella norma ISO/IEC 20000-1:2005;
- la qualità dei servizi di call center nella norma EN 15838:2010;
- i processi di produzione del software e delle soluzioni informatiche nelle certificazioni CMMI-DEV (Capability Maturity Model Integration - Development);
- i processi di gestione ed erogazione dei servizi attraverso la certificazione CMMI-SVC (Capability Maturity Model Integration for Services).

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

1.6 DIGITAL DIVIDE

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

Digital Divide geografico

Per fronteggiare il divario tecnologico generatosi nelle cosiddette zone marginali del territorio italiano, che altrimenti resterebbero escluse dai programmi ordinari degli operatori di telecomunicazione a causa della scarsa redditività degli investimenti, nel corso degli ultimi anni Telecom Italia ha realizzato un programma di investimenti straordinari teso a fornire copertura ADSL fino a 640 k/bit in alcune di queste zone. Inoltre Telecom Italia ha attivato diverse collaborazioni con Regioni e Province al fine di conciliare gli obiettivi aziendali (finanziari, di business ed istituzionali) con quelli delle pubbliche amministrazioni territoriali, sia attivando procedure di gara approvate dalla UE per finanziare gli interventi con incentivi di supporto pubblico, sia stipulando protocolli d'intesa con le istituzioni locali tesi a semplificare l'installazione delle reti e a stimolarne l'utilizzo da parte di cittadini e pubbliche amministrazioni locali.

A dicembre 2011 la copertura lorda dei servizi ADSL di Telecom Italia, intesa come percentuale delle linee attestata su centrali in cui è stato attivato il servizio ADSL con prestazioni fino a 7 Mbit/s, ha raggiunto il 97,1% della popolazione telefonica.

Dal punto di vista degli investimenti a livello territoriale la cooperazione con le Regioni avviene secondo due principali modalità di intervento: la prima di tipo contributivo (c.d. modello di "claw-back"), basata su incentivi finanziari diretti (nel rispetto della normativa in materia di aiuti di Stato) e la seconda di tipo collaborativo, basata sul sostegno alla domanda potenziale.

In particolare:

- il modello claw-back è adottato dall'UE per accelerare la diffusione della banda larga nelle aree a fallimento di mercato. Il modello prevede l'assegnazione di contributi a compensazione della mancata redditività degli investimenti, erogati sulla base di una gara pubblica. Questo modello è stato utilizzato negli anni passati dalla Regione Sardegna e dalla Regione Toscana e ora è in fase di attuazione in Lombardia.
- Nel modello collaborativo rientrano alcuni dei principali accordi siglati da Telecom Italia

- nel corso del 2011, tra cui il Memorandum d'Intesa con la Provincia Autonoma di Trento.
- Fra gli accordi di collaborazione avviati nel 2011 si segnalano inoltre quelli con la Provincia di Lucca che ha consentito di fornire una copertura a banda larga in alcuni distretti industriali e con la Provincia di Bolzano in base al quale, entro il 2013, tutti i comuni altoatesini dovranno avere accesso alla banda larga tramite la tecnologia della fibra ottica.

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. Alcuni esempi di servizi innovativi finalizzati a promuovere la digitalizzazione di importanti settori di attività (per es. quello sanitario) sono riportati al paragrafo seguente.

Per le iniziative attuate da Telecom Italia per l'inclusione sociale di clienti con bisogni specifici (anziani, minori, ecc.) si rinvia al § [Comunità](#).

1.7 SERVIZI INNOVATIVI

Smart

SERVICES

Smart Services

Nell'ambito dei servizi indirizzati al settore pubblico, Telecom Italia ha continuato anche per il 2011 l'implementazione degli Smart Services, 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 energetica, il monitoraggio ambientale, la sicurezza, la comunicazione ai cittadini e la promozione turistica.

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

Smart Town

Gestione integrata delle reti infrastrutturali del territorio.

Servizi abilitati:

- pianificazione dei consumi di energia elettrica e manutenzione;
- videosorveglianza;
- comunicazione digitale con i cittadini e i fruitori in genere (per es. i turisti);
- hot spot Wi-Fi (accesso alla banda larga);
- gestione e monitoraggio remoto dei contatori del gas;
- pianificazione, gestione e monitoraggio della raccolta rifiuti;
- outsourcing dei servizi della pubblica illuminazione delle amministrazioni locali.

Smart Building

Gestione intelligente e automazione degli edifici.

Servizi abilitati:

- monitoraggio e riduzione dei consumi (elettricità, acqua, ecc.), principalmente per la Pubblica Amministrazione centrale;
- videosorveglianza;
- comunicazione digitale;
- estensione della rete informatica (LAN) dell'edificio tramite l'utilizzo della rete elettrica, mediante un dispositivo da collegare alla presa dell'impianto elettrico.

Smart School

Gestione dell'edificio scolastico.

Servizi abilitati:

- informatizzazione dell'aula, attraverso PC per gli studenti collegati a lavagne interattive;
- estensione della LAN dell'edificio con utilizzo di tecnologie a basso impatto infrastrutturale;
- gestione amministrativa e scolastica;
- teledidattica attraverso web cam e microfoni. Permette di seguire le lezioni a distanza e registrare, archiviare e consultare le lezioni svolte in aula;
- gestione dei consumi elettrici e monitoraggio delle utenze dell'edificio scolastico.

Smart Hospital

Gestione dei servizi e consumi dell'edificio ospedaliero e caring del paziente ospedalizzato.

I servizi erogati sono:

- monitoraggio consumi, sistemi di illuminazione, sicurezza e impianti termici;
- servizi di videochiamata remota e accesso a Internet per il paziente ospedalizzato;
- servizi sanitari per gli infermieri (videochiamata, videosorveglianza del paziente e gestione informatizzata della cartella clinica).

I servizi di e-health

Telecom Italia è attiva nella definizione e nello sviluppo, anche in partnership con altre aziende e organizzazioni, di soluzioni complete per servizi sanitari a livello nazionale, regionale e locale. I servizi, orientati al miglioramento della qualità ed efficacia delle cure sanitarie, con effetti positivi sulla qualità della vita delle persone e in termini di sostenibilità ambientale a seguito della riduzione degli spostamenti sul territorio, offrono la possibilità a medici, infermieri e pazienti di svolgere numerose attività da remoto.

Tra le principali applicazioni già disponibili o in fase di sviluppo si evidenziano le soluzioni per:

- l'archiviazione legale di immagini diagnostiche digitali in rete;
- la gestione dei processi sanitari, amministrativi e logistici;
- la gestione e il coordinamento delle centrali operative dedicate all'emergenza sanitaria (118) e alla continuità assistenziale;
- il telemonitoraggio sanitario ("MyDoctor@Home" e "MuoviTI").

Per ulteriori esempi di servizi di e-health si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

MyDoctor@Home

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

Il 1° febbraio 2012 ha preso il via il servizio per i pazienti in cura presso il reparto di geriatria dell'ospedale Molinette di Torino e in regime di ospedalizzazione a domicilio. Tale servizio sarà progressivamente esteso ai reparti di cardiologia, pneumologia, neurologia, ematologia e ad alcune medicine interne. È prevista l'adozione della soluzione anche da parte di altre aziende ospedaliere della Regione Piemonte, che potranno monitorare fino a 5.000 pazienti da casa propria.

MuoviTI

È un'applicazione sperimentale di tele-monitoraggio continuo dei movimenti rivolta a persone con problemi motori. Essa consente al personale sanitario di monitorare la quantità di movimento dei pazienti anche fuori dall'orario di riabilitazione e, una volta dimessi, a casa. In questo modo si ipotizza la possibilità di adattare le dosi giornaliere di medicine e diradare la frequenza delle visite mediche in ospedale.

Il sistema utilizza dispositivi sensori indossabili che elaborano i dati in locale e trasmettono i risultati a un cellulare. Sul cellulare sono eseguiti algoritmi di stima del movimento e riconoscimento di posture e le informazioni sullo stato motorio del paziente; sono infine inviate alla piattaforma di tele-monitoraggio di Telecom Italia per essere poi consultate da remoto dal personale autorizzato (medici, parenti, badanti, ecc.).

L'applicazione si basa sul framework SPINE, un progetto open source gestito da Telecom Italia e sviluppato in collaborazione con il mondo accademico, in particolare l'Università della Calabria, l'Università della California a Berkeley e l'Università del Texas a Dallas.

Energy@home

Il sistema “Energy@home” è un prototipo di soluzione che integra e fa comunicare gli elettrodomestici intelligenti, e in prospettiva tutti i sistemi elettrici in casa, con speciali prese in grado di monitorare i consumi e comandare da remoto l'alimentazione dei dispositivi connessi.

Per il consumatore il sistema si concretizza in una sorta di cruscotto, un'interfaccia utente disponibile su qualunque dispositivo, sia esso un tablet, un PC, uno smartphone, ma anche un televisore o – in casi limitati – anche la stessa interfaccia utente dell'elettrodomestico. Il cruscotto fornisce al consumatore piena consapevolezza dei consumi e dei costi dell'energia elettrica nonché dell'effetto delle proprie emissioni di CO₂. Il cruscotto fornisce inoltre suggerimenti che aiutano a identificare i comportamenti virtuosi e a rispondere in modo semi-automatico a eventi di mercato (ossia tariffe elettriche multi-orarie) ed eventi di sistema (ossia necessità di ridurre i picchi di consumo).

Si tratta di un progetto congiunto di collaborazione fra Telecom Italia ed altri partner che punta a definire le regole di un ecosistema di apparecchi elettrici connessi, un sistema in cui gli elettrodomestici “intelligenti” saranno capaci di autogestirsi regolando i consumi di energia dell'intera casa, evitando picchi e sovraccarichi di rete, senza compromettere il comfort dell'utente. A fine 2011 è stata avviata una fase di sperimentazione per verificare la possibilità di commercializzare la soluzione su larga scala.

1.8 PROTEZIONE DEI MINORI

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

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

In Italia, in conformità alla normativa vigente e ai codici di autoregolamentazione sottoscritti dal Gruppo, sono implementati sistemi di filtraggio e procedure finalizzate a impedire ai minori l'accesso a contenuti per adulti su tutte le piattaforme di servizio del Gruppo (IPTV, web TV, portali generalisti, servizi WAP, televisioni broadcast).

LA MASSIMIZZAZIONE DEI VALORI POSITIVI DEL WEB E LA MINIMIZZAZIONE DEI RISCHI RAPPRESENTANO PRIORITÀ PER IL GRUPPO

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

Sul versante della lotta agli abusi e alla criminalità, 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 la Polizia Postale (CNCPO – Centro Nazionale per il Contrasto della Pedo-pornografia On line, CNAIPIC – Centro Nazionale Anticrimine Informatico per la Protezione delle Infrastrutture Critiche, ecc.) e le Autorità competenti e ha il compito di coordinare, all'interno del Gruppo Telecom Italia, il processo di abuse management nel rispetto del quadro legislativo di riferimento. Inoltre il Gruppo Telecom Italia ha adottato un modello organizzativo ex D.Lgs. 231/2001 nel quale sono stati definiti gli strumenti necessari a presidiare e prevenire la commissione di illeciti e, in particolare, la diffusione di materiale pedo-pornografico, nonché la gestio-

ne organizzativa/disciplinare degli illeciti informatici. A tal fine Telecom Italia ha messo in campo risorse, tecnologie, processi e strumenti per la prevenzione e il contrasto degli “abuse”, ovvero di qualsiasi attività commessa in violazione delle regole comportamentali e legislative che disciplinano l’uso dei servizi di rete, dei sistemi informatici o dei mezzi di comunicazione in genere. In quest’ottica sono state realizzate iniziative d’informazione destinate a minori, genitori e insegnanti, sui rischi connessi alle nuove tecnologie e alla navigazione in Internet (chat line, instant messaging, forum, community, ecc.). Queste iniziative hanno visto il coinvolgimento di alcuni importanti stakeholder pubblici e privati, individuati soprattutto in base alle attività e all’impegno nella salvaguardia dei diritti dell’infanzia (tra cui, per esempio, la Polizia Postale e delle Comunicazioni, Save the Children, Adiconsum, GSMA, ITU, ecc.).

Il Gruppo ha inoltre attivato opportuni sistemi di filtraggio e prevenzione degli abusi anche per i servizi erogati in Brasile e in Argentina. In particolare i servizi WAP con contenuti “sexy” richiedono l’autenticazione dell’utente, mentre l’erogazione di video “adult” su piattaforma IP, disponibile solo in modalità on demand, prevede l’inserimento di un PIN e l’attivazione di un codice di controllo parentale (parental control).

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

1.9 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, diventa operativo su tutto il territorio nazionale nel 1993 e nel 1995 il progetto è sostanzialmente riconosciuto dall’Unione Europea come “progetto pilota per l’accesso dei consumatori alla giustizia”. Il modello, adottato ancora oggi, è stato, nel corso degli anni, adeguato alle nuove normative ed esigenze, informatizzato e reso più fruibile, pur mantenendo quei valori basilari che ne avevano fatto uno strumento di eccellenza, contribuendo a migliorare la trasparenza del sistema, il rapporto con la clientela e alcuni processi operativi dell’Azienda stessa. Ad oggi l’accordo di conciliazione è stato sottoscritto da venti associazioni dei consumatori.

Nel 2009 Telecom Italia, in ottemperanza agli impegni volontariamente assunti e approvati dall’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (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. 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 si basa, come per la paritetica, su un approccio di attenzione alle esigenze del cliente e consente, indipendentemente dalla procedura scelta, di migliorare la sua relazione con l’Azienda.

Ad oggi il modello “sportello unico” ha consentito sia il pieno adempimento degli impegni assunti con l’AGCOM sia il raggiungimento dei risultati qualitativi e numerici attesi. Nel 2011 si è avuto il decremento del 14,3% del numero delle domande di conciliazione pervenute presso i Co.Re.Com e le C.C.I.A.A. (da 21.681 a

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

3

In linea con il decremento del numero di domande di conciliazione paritetica pervenute nello stesso periodo (-13,6%, da 7.095 a 6.246).

18.585)⁽³⁾. Di queste domande l'87,8% è stato discusso nel corso dello stesso anno e il 12,2% 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'87,5% (il 12,5% non è stato conciliato).

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

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

Anche la struttura interna dell'area Customer Operations è stata modificata di conseguenza per migliorare le capacità operative e di supporto.

1.10 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 d'impresa, 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. In questo ambito, in occasione della costituzione o dell'acquisizione di nuove società, la Capogruppo assicura il supporto necessario per individuare e realizzare gli adempimenti necessari per conformarsi alle disposizioni della normativa in materia.

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

I TEMI DELLA PRIVACY SONO STATI OGGETTO DI UN AMPIO PROGRAMMA DI FORMAZIONE

Ai fini della diffusione e della corretta applicazione di tale normativa è stata svolta anche nel corso del 2011 un'intensa attività di formazione, erogata attraverso 42 incontri, che hanno visto la partecipazione di circa 1.400 responsabili e referenti di funzioni centrali e territoriali.

Tale programma ha avuto lo scopo di diffondere la cultura della privacy e di fornire alle strutture coinvolte gli strumenti operativi utili a coniugare il perseguimento degli obiettivi di business con il rispetto della normativa. Sono state coinvolte principalmente alcune strutture di Customer Operations, Consumer, Business e Top dell'Azienda, inclusi alcuni outsourcers e i partner commerciali dei canali di vendita "push" consumer e business, interessando anche le relative funzioni Sales. Ulteriori interventi specialistici hanno riguardato il trattamento dei dati di traffico telefonico e telematico e le procedure di verifica delle misure per la sicurezza dei dati personali.

Inoltre, nel corso del 2011 sono state riviste e aggiornate, tra le altre, le policy di Gruppo che regolano i requisiti tecnici in materia di sicurezza dei sistemi informatici che trattano dati personali.

In merito al trattamento dei dati personali dei clienti Telecom Italia ha realizzato gli adeguamenti tecnici e procedurali necessari per poter attivare campagne di marketing telefonico in conformità con le nuove norme (legge 166/2009 e D.P.R. 178/2010), che prevedono la possibilità di contattare telefonicamente tutti gli utenti presenti in elenco abbonati, senza necessità di un preventivo consenso, per invio di materiale pubblicitario, vendita diretta, compimento di ricerche di mercato o comunicazione commerciale, fatto salvo il diritto degli utenti di opporsi al telemarketing iscrivendosi al Registro Pubblico delle Opposizioni, in funzione dal 1° febbraio 2011.

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 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 2011. Tale documento descrive 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.





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 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 sustainable procurement, conseguendo le relative certificazioni di qualità.

2.2 STAKEHOLDER RILEVANTI

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

2.3 GENERALITÀ

Il processo di selezione, valutazione e controllo dei fornitori del Gruppo Telecom Italia si concretizza, per i mercati di acquisto a maggior rischio, in una fase pre-contrattuale di qualificazione per la valutazione delle loro caratteristiche economico-finanziarie e tecnico-orga-

nizzative. 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 controllo di qualità entrante (vincolante ai fini dell'accettazione e utilizzo del bene acquistato) al monitoraggio di vendor rating (valutazione sistematica della fornitura).

La funzione Supply Chain & Real Estate (SC&RE) è organizzata in strutture di acquisto focalizzate su comparti specifici, in modo da fornire risposte puntuali alle esigenze espresse dai clienti interni e dagli stakeholder. Tali aspettative vengono costantemente monitorate tramite sondaggi di verifica della qualità dei servizi erogati, che coinvolgono sia i clienti interni sia i fornitori (cfr. § Iniziative di coinvolgimento).

2.4 INIZIATIVE DI SOSTENIBILITÀ

Di seguito si riportano le principali iniziative attuate nel 2011.

- È stato ridisegnato il processo che stabilisce le attività volte al miglioramento della Corporate Social Responsibility (CSR) della supply chain, attraverso una più articolata sistematizzazione degli elementi di valutazione della sostenibilità dei fornitori nelle fasi di qualificazione, qualità entrante e vendor rating.

Gli aspetti più significativi del processo riguardano:

- › la predisposizione di un questionario di autovalutazione per i nuovi fornitori nella fase di qualificazione. Il questionario è stato elaborato sulla base dei principali requisiti presenti negli standard di riferimento per la gestione d'impresa responsabile sia dal punto di vista del rispetto dei valori etici sia della salvaguardia dell'ambiente (quali SA 8000, Global Compact e ISO 14000) e delle migliori prassi industriali del settore. Il questionario sarà aggiornato periodicamente in funzione dei risultati e dell'evoluzione del processo di qualificazione;
- › la classificazione dei fornitori in base ai rischi potenziali legati alla loro performance di sostenibilità, attraverso una specifica metodologia che prende in considerazione gli aspetti socio-ambientali e di continuità di business legati ai mercati d'acquisto di cui i fornitori fanno parte, classificati in funzione di parametri quali le aree geografiche di riferimento, il potenziale impatto sull'ambiente e sulla società delle attività dei fornitori e dei prodotti/servizi forniti lungo il loro intero ciclo di vita, l'impatto sulla reputazione di Telecom Italia come cliente. È stata costruita una matrice che mette in relazione la spesa relativa allo specifico mercato d'acquisto con l'indice di rischio calcolato sulla base dei parametri descritti che ha permesso di suddividere i mercati d'acquisto in quattro classi individuando quelli più critici dal punto di vista della sostenibilità. I fornitori appartenenti alle classi a maggior rischio saranno oggetto di audit di CSR, effettuati da personale aziendale o di aziende terze specializzate nel settore. Tali audit saranno ripetuti periodicamente non solo per seguire ed accertare l'attuazione di eventuali azioni correttive, ma anche in caso di esito positivo, per verificare il mantenimento nel tempo del livello di prestazioni riscontrato.

Le attività descritte hanno lo scopo di favorire il miglioramento della performance di sostenibilità lungo la supply chain e l'individuazione di una categoria di acquisti sostenibili (sustainable procurement).

È previsto che l'intero processo entri nella fase di piena operatività nel 2012. Per il 2011 è stato inviato, in via sperimentale, un questionario a circa 70 fornitori significativi, individuati secondo la metodologia sopra descritta che ha consentito la copertura

di circa il 44% dell'ordinato 2011 della Business Unit Domestic.

- Nel mese di dicembre 2011 è stata confermata la certificazione di conformità alla norma ISO 9001:2008 del "Sistema di Gestione per la Qualità" per l'intera funzione SC&RE del Gruppo, con un particolare riconoscimento delle iniziative intraprese nel campo della sostenibilità. La certificazione ha comportato la mappatura di 27 processi della funzione con la definizione di 155 indicatori di performance che consentono il monitoraggio e il miglioramento della gestione dei servizi forniti a clienti interni e ai fornitori. È stata inoltre confermata la certificazione ISO 14001 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, che fornisce le linee guida per stabilire i requisiti ambientali dei prodotti/servizi acquistati. La policy considera tutte le fasi di vita del prodotto: progettazione, produzione, utilizzo, fine vita.

Il documento, pubblicato sul portale fornitori di Telecom Italia e nella sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com, contribuisce a orientare le politiche d'acquisto a favore di prodotti e servizi a basso impatto ambientale.

In un'ottica di miglioramento continuo e di maggiore coinvolgimento dei fornitori sono state inoltre inserite nel sondaggio di soddisfazione annuale (cfr. § Iniziative di coinvolgimento) alcune domande sulla policy di green procurement e sull'aderenza del fornitore ai principi in essa enunciati.

2.5 VERIFICHE DI SOSTENIBILITÀ

Sono proseguite le attività di verifica di CSR di fornitori e subfornitori comuni, come previsto dal Memorandum of Understanding (MOU) sottoscritto a fine 2009 da Telecom Italia, France Telecom e Deutsche Telekom. Al memorandum hanno aderito successivamente Belgacom, KPN, Swisscom e Vodafone.

Gli obiettivi dell'iniziativa, denominata Joint Audit Cooperation (JAC), sono di:

- verificare il livello di sostenibilità dei fornitori/subfornitori più rilevanti comuni ai membri di JAC con stabilimenti produttivi localizzati in aree geografiche a maggiore rischio socio-ambientale. La verifica viene effettuata attraverso audit specifici condotti da terze parti sulla base di una metodologia sviluppata allo scopo dagli stessi membri di JAC, fra i quali vengono condivisi i risultati delle verifiche;
- contribuire alla crescita della sostenibilità dei fornitori/subfornitori coinvolti attraverso l'individuazione e l'attuazione di azioni correttive e programmi di miglioramento continuo, instaurando un rapporto di collaborazione durevole con benefici reciproci in termini di efficienza, produttività e riduzione dei rischi nell'ambito della supply chain.

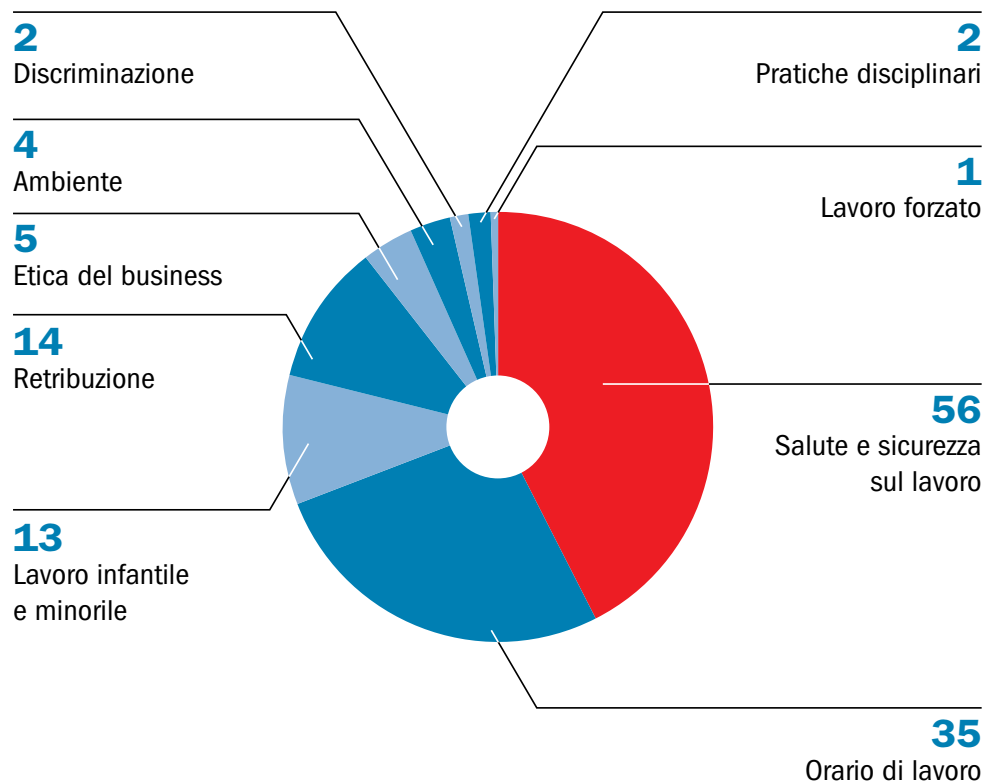
Grazie all'entrata dei nuovi membri il perimetro d'influenza di JAC si estende oggi a 55 stabilimenti produttivi localizzati in Asia, Centro e Sud America, Nord Africa ed Europa dell'Est. Durante il periodo 2010/2011 sono stati condotti 33 audit da parte di società internazionali specializzate selezionate tramite gara, che hanno riguardato un totale di circa 155.000 lavoratori.

I fornitori inclusi nella campagna di audit condotta nel 2011 appartengono ai comparti di produzione di dispositivi e apparati d'utente, apparati di rete e apparecchiature IT.

Le non conformità più ricorrenti riguardano la salute e la sicurezza sul lavoro, l'orario di lavoro e il trattamento retributivo. Per tutte le non conformità riscontrate è stato redatto un piano di azioni correttive in cui sono state definite modalità e tempistiche di soluzione, la cui attuazione è costantemente monitorata dai membri di JAC.

Nel complesso il lavoro svolto ha permesso di verificare il 57% dell'ordinato dei principali comparti di fornitura presi in considerazione.

NON CONFORMITÀ COMPLESSIVE RISCOSTRATE: 132



2.6 INIZIATIVE DI COINVOLGIMENTO

- Nel corso dell'anno è stato lanciato il nuovo portale fornitori (Vendors Hub), creato per migliorare la comunicazione e ottimizzare i processi operativi, applicando le logiche del social networking ad un contesto di business.

Il fornitore può accedere a un'area riservata con visibilità sui principali dati ed eventi rilevanti nella relazione con Telecom Italia e può gestire direttamente tutte le informazioni che lo riguardano, a vantaggio della fluidità e della trasparenza della relazione. All'interno del Vendors Hub è attiva anche un'area pubblica contenente informazioni destinate ai fornitori potenziali.

Lo scambio della documentazione avviene in modalità elettronica (per es. offerte, ordini d'acquisto, contratti, documentazione per la qualificazione, sondaggi) riducendo così gli impatti ambientali connessi ai consumi di carta e al trasporto dei documenti. Il Vendors Hub è stato utilizzato anche per la gestione del questionario di autovalutazione (cfr. § Iniziative di sostenibilità).
- Per il quinto anno consecutivo i principali fornitori del Gruppo sono stati coinvolti nel sondaggio di soddisfazione sulla funzione Supply Chain & Real Estate e, più in generale, su Telecom Italia. Il questionario on line, composto da 27 domande, è rimasto attivo per 3 settimane. L'analisi ha coinvolto 1.132 fornitori con accesso al Vendors Hub con una percentuale di adesione pari al 48%. La valutazione globale del rapporto di fornitura con il Gruppo Telecom Italia ha ottenuto un punteggio di 73/100 in linea con il 2010: si consolida dunque il miglioramento registrato nella rilevazione passata e il trend complessivamente positivo della soddisfazione a partire dal 2008. L'analisi della distribu-

zione della soddisfazione in classi mostra una tendenza all'aumento delle percentuali di fornitori che si dichiarano "soddisfatti" o "molto soddisfatti".

- Restano attive le due e-community avviate negli anni precedenti per i fornitori dei comparti delle infrastrutture civili e lavori di rete, volte a migliorare il dialogo su tematiche riguardanti prevalentemente la sostenibilità sociale e ambientale.

Le attività delle e-community si svolgono tramite l'utilizzo di una piattaforma di collaborazione denominata "TelecHome". Il sito, sviluppato in logica Web 2.0, contribuisce allo scambio di informazioni e di esperienze all'interno della 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.

2.7 RISULTATI 2011 E IMPEGNI 2012

Argomento	Impegni 2011	Status	Impegni 2012
Certificazioni ISO 9001, ISO 14001 e ISO 50001	Mantenimento certificazioni ISO 9001 della funzione SC&RE del Gruppo Telecom Italia e ISO 14001 per le attività acquisti infrastrutturali e di service unit Facility con estensione alle attività di real estate della stessa funzione.	Raggiunto	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimento delle certificazioni ISO 9001 della funzione SC&RE e ISO 14001 per le attività di acquisti infrastrutturali e della service unit Facility, con estensione alle attività di real estate della stessa funzione. • Ottenimento della certificazione ISO 50001 per la funzione Energy Purchasing & Management.
Progetto e-community	Sviluppo e mantenimento delle e-community attive	Raggiunto	Mantenimento delle e-community attive
Green Procurement	<p>Proseguire il monitoraggio degli acquisti effettuati con criteri green e ampliare il loro volume.</p> <p>Proseguire l'applicazione delle "Linee guida per la Valutazione del Ciclo di Vita dei prodotti - (LCA)" alle famiglie di prodotti già individuati.</p>	L'attività è stata superata con l'introduzione del nuovo processo di sostenibilità nella supply chain (cfr. § Iniziative di sostenibilità).	Proseguimento nell'implementazione del processo di verifica e miglioramento della sostenibilità della supply chain, per passare dal concetto di green procurement a quello più ampio di sustainable procurement.
Controlli sui fornitori	Prosecuzione dell'applicazione della check list di verifica della Corporate Social Responsibility ad un campione rappresentativo di fornitori.	Raggiunto	Applicazione del questionario di auto-valutazione per i nuovi fornitori (cfr. § Iniziative di sostenibilità).
	Estensione dell'attività di audit su stabilimenti produttivi di fornitori localizzati all'estero.	Raggiunto	Proseguimento dell'attività di audit su stabilimenti produttivi di fornitori localizzati all'estero operata nell'ambito del JAC (cfr. § Verifiche di sostenibilità).

DASY5

Stäubli





Contribuire alla creazione
di un **futuro**
migliore

attraverso soluzioni basate sulle
Tecnologie dell'Informazione e della
Comunicazione

3. AMBIENTE

La protezione dell'Ambiente e l'efficienza energetica rappresentano per Telecom Italia le due aree d'intervento fondamentali per favorire lo sviluppo sostenibile del Paese e si concretizzano in azioni specifiche messe in atto per gestire e ridurre i propri impatti e nella proposta di soluzioni tecnologiche rivolte alle persone, alle imprese e alla pubblica amministrazione in grado di contribuire alla realizzazione di una società digitale, più inclusiva e vivibile (cfr. § [Cambiamento climatico](#)).

3.1 STRATEGIA

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

- ottimizzazione dell'utilizzo delle fonti energetiche e delle altre risorse naturali;
- ricerca continua del miglioramento della performance ambientale attraverso la minimizzazione degli impatti negativi e la massimizzazione di quelli positivi;
- adozione di politiche di acquisto sensibili alle tematiche ambientali;
- diffusione di un corretto approccio alle tematiche ambientali.

Per gestire in modo efficace e sostenibile i propri processi operativi caratterizzati da particolari impatti ambientali Telecom Italia si è dotata di un Sistema di Gestione Ambientale (SGA) certificato secondo la norma ISO 14001.

In due call center tale Sistema di Gestione Ambientale è 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](#).

3.2 STAKEHOLDER RILEVANTI

Il rappresentante dello stakeholder ambiente si identifica nelle generazioni future che hanno il diritto di vivere in un contesto non compromesso dagli effetti negativi determinati dallo sviluppo di quelle precedenti. L'interesse del soggetto collettivo si concretizza nelle istanze espresse da:

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

Telecom Italia è attenta alle esigenze espresse dagli stakeholder interessati alla protezione dell'ambiente e ha sviluppato con essi diversi canali di comunicazione come AVoiComunicare, il Festival della Scienza, il Future Centre di Venezia e le pagine dedicate sul sito Internet/Intranet di Gruppo, a cui si aggiungono momenti e occasioni di incontro con gli stessi stakeholder.

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

3.3 PERFORMANCE AMBIENTALE

Le informazioni sulla performance ambientale sono state ricavate elaborando dati gestionali, in parte oggetto di stime. I dati 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 vengono presentati seguendo le linee guida proposte dal Global Reporting Initiative (GRI – G3 guidelines), con riferimento ai consumi diretti per riscaldamento e autotrazione (Scope1 secondo il GreenHouse Gas Protocol⁽⁴⁾) e a quelli indiretti per acquisto e consumo di energia elettrica (Scope2).

4

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.

		Telecom Italia S.p.A. 2011	Variazione %	
			2011 su 2010	2011 su 2009
ENERGIA GENERATA DA GASOLIO	MJ	120.177.570	3,12%	6,37%
ENERGIA GENERATA DA METANO	MJ	437.290.915	0,25%	(36,54%)
TOTALE ENERGIA PER RISCALDAMENTO	MJ	557.468.485	0,86%	(30,49%)

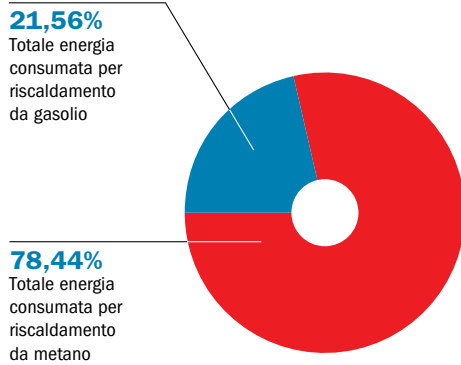
RISCALDAMENTO

	MJ	Gruppo 2011	% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo				
			Domestic	Brasile	Argentina	Media	Olivetti
TOTALE ENERGIA PER RISCALDAMENTO		689.155.125	87,85%	0,00%	3,71%	0,44%	8,00%

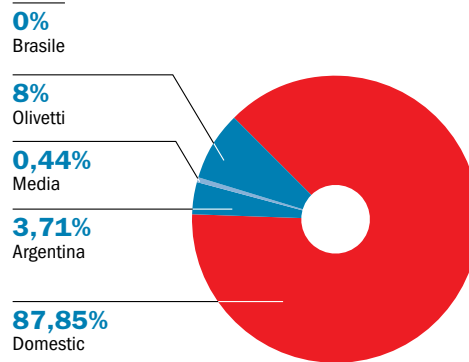
I dati della tabella relativa a Telecom Italia S.p.A. evidenziano, rispetto al 2010, una sostanziale invarianza dei consumi per riscaldamento e una contrazione importante laddove considerati rispetto al 2009, anno in cui è cominciata l'attivazione dei grandi impianti di cogenerazione. Tali impianti, installati presso alcuni Centri di Elaborazione Dati (CED), producono contemporaneamente energia elettrica e termica consentendo una riduzione negli acquisti di combustibili fossili utilizzati esclusivamente per il riscaldamento degli ambienti di lavoro.

In Brasile le condizioni climatiche rendono non necessario il ricorso al riscaldamento degli ambienti e in Argentina solo in periodi limitati di tempo e prevalentemente nelle aree estreme del paese.

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



CONSUMO DI ENERGIA PER RISCALDAMENTO (%) GRUPPO TELECOM ITALIA



AUTOTRAZIONE

		Telecom Italia S.p.A. 2011	Variazione %	
			2011 su 2010	2011 su 2009
CONSUMO DI BENZINA VERDE	l	2.081.298	(46,02%)	(60,99%)
CONSUMO DI GASOLIO	l	17.526.407	(2,38%)	(0,86%)
CONSUMO DI GPL	l	238.606	(*)	(*)
TOTALE ENERGIA PER AUTOTRAZIONE(**)	MJ	699.138.479	(8,53%)	(12,84%)

*

La quantità di GPL consumata nel 2009 e nel 2010 era trascurabile e non è stata contabilizzata.

**

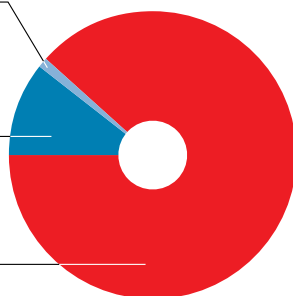
Rappresenta la conversione in Megajoule dei consumi di benzina verde, gasolio e GPL espressi in litri.

COMBUSTIBILI PER AUTOTRAZIONE
TELECOM ITALIA S.p.A.

1,2%
Totale consumo
di GPL
per autotrazione

10,5%
Totale consumo
di benzina verde
per autotrazione

88,3%
Totale consumo
di gasolio
per autotrazione



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



NUMERO VEICOLI E PERCORRENZA(*)

		Telecom Italia S.p.A. 2011	Variazione %	
			2011 su 2010	2011 su 2009
NUMERO TOTALE DI VEICOLI AZIENDALI	n.	19.243	(3,33%)	(8,66%)
NUMERO VEICOLI A BASSA EMISSIONE(**)	n.	18.968	(3,34%)	(8,75%)
PERCORRENZA TOTALE VEICOLI	Km	306.714.162	(4,16%)	(0,64%)

*

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

**

Veicoli alimentati a benzina verde, gasolio e GPL con standard Euro4 o superiore, veicoli elettrici o alimentati con altri combustibili a emissioni comparabili o inferiori.

In Telecom Italia S.p.A. il significativo contenimento dei consumi energetici per autotrazione è dovuto in parte alla riduzione della percorrenza chilometrica e in parte alla maggiore efficienza conseguita nella gestione del parco automezzi. La politica di riduzione e ammodernamento della flotta a favore di autovetture rispondenti a standard ambientali più elevati ha subito nel 2011 un rallentamento rispetto alle previsioni, prevalentemente per motivi legati al contenimento del budget e ha riguardato soltanto 600 autovetture a fronte delle 2.500 previste. Ciò ha comportato il mancato raggiungimento dell'obiettivo legato alla riduzione delle emissioni di CO₂ derivanti dalla sostituzione delle auto (cfr. § Risultati 2010 e 2011 in Appendice).

NUMERO VEICOLI E PERCORRENZA(*)

		% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo					
		Gruppo 2011	Domestic	Brasile	Argentina	Media	Olivetti
NUMERO TOTALE VEICOLI	n.	23.901	81,59%	3,30%	13,85%	0,38%	0,88%
TOTALE ENERGIA PER AUTOTRAZIONE	MJ	956.252.389	74,36%	4,43%	19,01%	0,74%	1,46%
PERCORRENZA TOTALE VEICOLI	Km	386.246.821	80,60%	3,54%	14,00%	0,64%	1,22%

*

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

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



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

ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATA E PRODOTTA

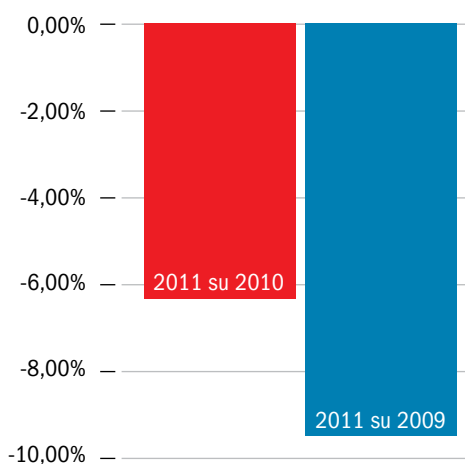
		Telecom Italia S.p.A. 2011	Variazione %	
	kWh		2011 su 2010	2011 su 2009
ENERGIA ELETTRICA DA FONTI MISTE(*)	kWh	1.896.664.295	(6,28%)	(9,40%)
ENERGIA ELETTRICA DA FONTI RINNOVABILI	kWh	37.032.133	(7,91%)	(13,79%)
TOTALE ENERGIA ELETTRICA	kWh	1.933.696.428	(6,31%)	(9,49%)

*
L'energia elettrica acquistata da fonti miste equivale a circa 1.813 GWh. L'energia elettrica autoprodotta da fonti miste equivale a circa 84 GWh ed è riferibile agli impianti di cogenerazione, con consumi associati pari a circa 22 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.

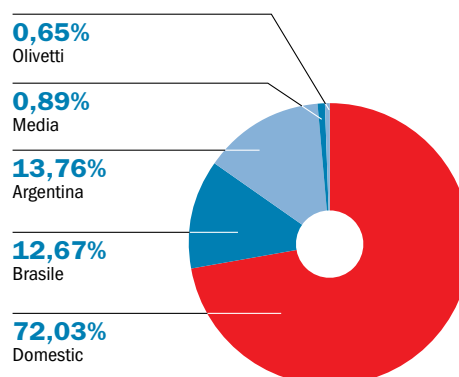
ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATA E PRODOTTA

		Gruppo 2011	% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo				
	kWh		Domestic	Brasile	Argentina	Media	Olivetti
TOTALE ENERGIA ELETTRICA	kWh	2.743.240.667	72,03%	12,67%	13,76%	0,89%	0,65%

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



ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATA E PRODOTTA - GRUPPO TELECOM ITALIA



Le iniziative orientate al risparmio energetico e al miglioramento dell'efficienza della rete hanno consentito un'importante riduzione di oltre il 6% sui consumi complessivi di energia elettrica.

Nel corso del 2011 le iniziative di efficienza energetica e di ottimizzazione dei consumi hanno riguardato prevalentemente:

- l'adozione delle più moderne ed efficienti soluzioni tecnologiche per le piattaforme Tlc e i server installati nei Data Center anche attraverso la concentrazione e la virtualizzazione delle macchine⁽⁵⁾;
- l'innovazione tecnologica degli impianti di rete mobile per migliorare le prestazioni in termini di capacità trasmissiva e consentire l'introduzione di nuovi servizi che comportano una significativa riduzione dei consumi energetici;
- la razionalizzazione e ottimizzazione degli impianti di condizionamento, anche tramite la segregazione di ambienti con diverse esigenze di temperatura, e l'innalzamento delle temperature medie di esercizio delle centrali telefoniche, dei server e delle Stazioni Radio Base (SRB);
- l'ammodernamento degli impianti di conversione di corrente alternata/continua mediante l'introduzione di soluzioni tecnologiche che garantiscano un miglior rendimento;
- il mantenimento in efficienza della rete di commutazione fissa e della rete dati;
- l'installazione di temporizzatori per l'ottimizzazione degli impianti di illuminazione;
- l'utilizzo mirato negli impianti di raffreddamento di tecnologie Full Free Cooling (FFC)⁽⁶⁾ e di altri sistemi a basso impatto ambientale e caratterizzati da consumi energetici ridotti;
- ulteriore incremento dei sistemi di misurazione da remoto tramite sensori fino a coprire circa il 25% dei consumi energetici aziendali nel 2011 (con un piano di ulteriore rilancio per arrivare alla rilevazione del 50% circa di questi nel corso del 2012);
- audit dell'efficienza energetica sui più importanti siti di Telecom Italia in termini di consumi energetici e conseguente adozione di azioni di miglioramento;
- la condivisione di siti tecnologici con accordi di co-siting⁽⁷⁾ con risparmio dei consumi energetici nell'ordine del 30%.

In tema di utilizzo di fonti energetiche non tradizionali o alternative e di sperimentazione di nuove tecnologie, nel corso del 2011 sono state realizzate le seguenti iniziative:

- cogenerazione/trigenerazione: 5 grandi impianti sono operativi su quattro sedi di Data Center (Rozzano, Padova, Bologna e 2 a Pomezia) 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%;
- realizzazione di impianti di piccola cogenerazione alimentati a metano con potenza elettrica di 120 kWe. Su siti industriali sono stati completati 5 ulteriori impianti che si aggiungono ai 12 già attivi per la produzione di energia elettrica e termica;
- alimentazione eolica/fotovoltaica: su 8 SRB, site in zone caratterizzate da condizioni ambientali e meteorologiche favorevoli 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). Su altre 5 SRB è in fase di realizzazione un intervento analogo e prosegue l'analisi dei dati per l'individuazione di ulteriori siti idonei;
- realizzazione di impianti di geo-cooling⁽⁸⁾ presso 3 centrali di telecomunicazioni di medie dimensioni per il condizionamento delle sale apparati, in sostituzione dei tradizionali gruppi frigoriferi e in vista di un più vasto utilizzo della tecnologia sul territorio;
- avvio dell'attività per ulteriori 52 impianti di backup d'energia con celle a combustibile

LE INIZIATIVE DI EFFICIENZA ENERGETICA HANNO PERMESSO DI OTTENERE IMPORTANTI RIDUZIONI DEI CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA

5

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

6

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.

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 poi tramite uno scambiatore termico.

a idrogeno al posto dei tradizionali sistemi con batterie al piombo, che si aggiungono ai 137 già operativi. L'introduzione di questi impianti ha consentito di evitare l'acquisto e il successivo smaltimento di batterie tradizionali contenenti circa 160 tonnellate di piombo; la valutazione sul ciclo di vita evidenzia un beneficio ambientale in termini di CO₂ non emessa di circa 60 tonnellate.

Nel corso del 2011 sono stati avviati alcuni progetti per l'ottenimento di titoli di efficienza energetica (certificati bianchi) per un valore pari, in cinque anni, a circa 270 mila TEP (Tonnellate Equivalenti di Petrolio) risparmiate. Tali titoli, rivendibili sul mercato elettrico, hanno un valore unitario di 100 euro per TEP non consumata.

In Telecom Argentina è stato costituito il Comitato interdisciplinare dell'energia che si riunisce trimestralmente con l'obiettivo di analizzare i consumi energetici e definire strategie di razionalizzazione.

A tal fine assumono grande rilevanza il controllo metodico dei dati di consumo a livello dei singoli impianti, attuato attraverso strumenti di misurazione e monitoraggio con tecnologie wireless e sensori remoti (progetto Kaleidos) e la manutenzione preventiva per individuare rapidamente le necessarie azioni correttive.

Nella città di Rosario è stato inaugurato il primo "contact center green" per il quale è in corso di ottenimento la certificazione LEED (Leadership in Energy and Environmental Design). L'edificio è progettato e realizzato secondo gli standard definiti per il "green building" ed è all'avanguardia tecnologica nelle infrastrutture e attrezzature di contatto con la clientela.

Si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito 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 di combustibili fossili, per riscaldamento, autotrazione, produzione di energia elettrica, acquisto di energia elettrica prodotta da terzi e agli spostamenti del personale (in occasione di viaggi di lavoro o per spostamenti casa-lavoro). Vengono inoltre considerate e convertite in kg di CO₂ equivalente anche le dispersioni di gas idroclorofluorocarburi (HCFC) e idrofluorocarburi (HFC) dagli impianti di condizionamento.

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

Le emissioni in atmosfera riportate nel presente Bilancio, salvo diversa indicazione, sono state calcolate in base ai coefficienti aggiornati resi disponibili dal GHG Protocol⁽⁹⁾; le emissioni degli anni precedenti sono state ricalcolate in base a tali coefficienti al fine di rendere possibile il confronto.

9

Per il calcolo delle emissioni legate al consumo di energia elettrica acquistata sul mercato italiano è stato utilizzato il coefficiente più aggiornato (2008) calcolato dal GHG Protocol - che prende in considerazione il mix energetico nazionale - pari a 398 grammi di CO₂/kWh. Per l'Argentina è stato utilizzato il coefficiente calcolato e pubblicato dalla Secretaría de Energía de la Nación Argentina, pari a circa 541 grammi di CO₂/kWh. Per il Brasile è stato utilizzato il coefficiente medio per il 2011 calcolato e pubblicato dal locale Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, pari a circa 29 grammi di CO₂/kWh.

EMISSIONI ATMOSFERICHE

		Telecom Italia S.p.A. 2011	Variazione %	
			2011 su 2010	2011 su 2009
EMISSIONI DI CO ₂ PER AUTOTRAZIONE	kg	52.018.660	(8,43%)	(12,47%)
EMISSIONI DI CO ₂ PER RISCALDAMENTO	kg	32.738.582	1,03%	(28,60%)
EMISSIONI DI CO ₂ EQUIVALENTI PER DISPERSIONI HCFC/HFC(*)	kg	21.508.900	(19,81%)	(26,81%)
EMISSIONI DI CO ₂ DA GENERAZIONE ELETTRICA DA COGENERAZIONE	kg	40.975.696	36,21%	213,87%
EMISSIONI DI CO ₂ DA GENERAZIONE ELETTRICA MEDIANTE GASOLIO	kg	2.261.181	(15,23%)	(37,79%)
TOTALE EMISSIONI DIRETTE DI CO₂ – EX SCOPE1 GRI	kg	149.503.019	0,48%	(1,23%)
EMISSIONI DI CO ₂ DA ACQUISTO DI ENERGIA ELETTRICA PRODOTTA DA FONTI MISTE	kg	722.386.641	(7,50%)	(12,29%)
TOTALE EMISSIONI INDIRETTE DI CO₂ – EX SCOPE2 GRI	kg	722.386.641	(7,50%)	(12,29%)
EMISSIONI DI CO ₂ DA SPOSTAMENTI CASA-LAVORO(**)	kg	55.843.288	(6,81%)	(14,72%)
EMISSIONI DI CO ₂ DA SPOSTAMENTI AEREI(***)	kg	9.942.526	(0,61%)	(16,14%)
TOTALE ALTRE EMISSIONI INDIRETTE DI CO₂ – EX SCOPE3 GRI	kg	65.785.814	(5,93%)	(14,93%)
TOTALE EMISSIONI DI CO₂	kg	937.675.474	(6,20%)	(10,89%)

*

La valorizzazione degli idroclorofluorocarburi (HCFC) e idrofluorocarburi (HFC), in termini di emissioni di CO₂ equivalenti, è effettuata facendo riferimento a specifici parametri del Global Warming Potential per i due gas: l'indice è basato su una scala relativa che confronta il gas considerato con un'uguale massa di biossido di carbonio il cui GWP è pari a 1. Il GWP utilizzato per HCFC è pari a 1.780 e quello per HFC è pari a 1.300. Nel 2009 si era fatto invece ricorso ad un unico parametro non essendo stata differenziata la tipologia dei gas dispersi.

**

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 sulla base delle singole tratte realmente operate e in funzione dei coefficienti proposti dal GHG Protocol, in funzione della tipologia di breve o lunga durata del singolo viaggio.

Relativamente a Telecom Italia S.p.A. è iniziato un processo di valutazione delle emissioni ex Scope3 legate alla supply chain in accordo con quanto specificato nel Corporate Value Chain (Scope3) Accounting and Reporting Standard pubblicato dalla Greenhouse Gas Protocol Initiative nel 2011.

Per informazioni in merito alla metodologia di calcolo e ai valori stimati per il 2011 si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

Nella tabella che segue sono riportate le emissioni complessive di CO₂ del Gruppo Telecom Italia. Le emissioni ex Scope3 comprendono quelle generate dal commuting e dai viaggi aerei del personale delle Business Unit considerate.

EMISSIONI ATMOSFERICHE

		% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo					
		Gruppo 2011	Domestic	Brasile	Argentina	Media	Olivetti
TOTALE EMISSIONI DI CO ₂ – EX SCOPE1 GRI	kg	177.807.364	86,08%	2,14%	9,06%	0,44%	2,28%
TOTALE EMISSIONI DI CO ₂ – EX SCOPE2 GRI	kg	963.547.634	76,72%	1,05%	20,97%	1,01%	0,25%
TOTALE ALTRE EMISSIONI DI CO ₂ – EX SCOPE3 GRI	kg	96.316.630	75,98%	8,04%	15,44%	0,22%	0,32%
TOTALE EMISSIONI DI CO₂	kg	1.237.671.628	78,00%	1,75%	18,83%	0,87%	0,55%

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

- riduzione delle emissioni dovuta a minori consumi per autotrazione;
- riduzione delle emissioni di CO₂ equivalenti, relative alle dispersioni di gas HCFC e HFC utilizzati negli impianti di condizionamento, per via dell'adozione di ulteriori misure per prevenire le fughe e della sostituzione di tali gas con soluzioni a minor impatto ambientale;
- incremento delle emissioni imputabili alla cogenerazione, conseguenti alla scelta aziendale di investire maggiormente su tale tecnologia con positivi ritorni economici e ambientali. L'incremento è comunque compensato dal minor acquisto di energia elettrica dalla rete, che comporta complessivamente un bilancio positivo in termini di emissioni;
- 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 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.

Acqua

CONSUMO DI ACQUA

		Telecom Italia S.p.A. 2011	Variazione %	
			2011 su 2010	2011 su 2009
CONSUMO DI ACQUA PRELEVATA DA POZZI ARTESIANI	m ³	53.858	(20,50%)	(36,80%)
CONSUMO DI ACQUA PRELEVATA DA ENTI EROGATORI	m ³	4.300.000	(0,97%)	(1,61%)
TOTALE CONSUMO DI ACQUA	m ³	4.353.858	(1,27%)	(2,28%)

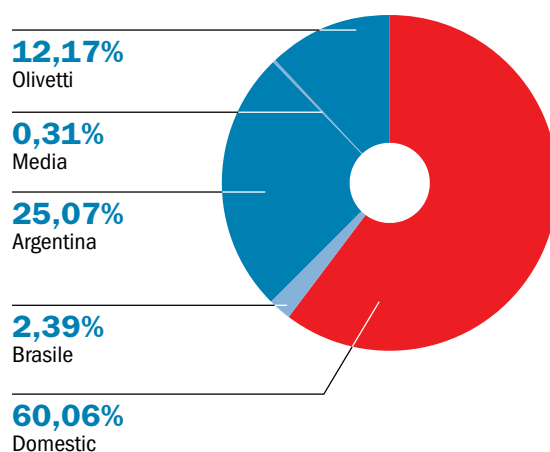
CONSUMO DI ACQUA

		Gruppo 2011	% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo				
			Domestic	Brasile	Argentina	Media	Olivetti
CONSUMO DI ACQUA PRELEVATA DA POZZI ARTESIANI	m ³	944.003	5,70%	0,00%	0,00%	0,01%	94,29%
CONSUMO DI ACQUA PRELEVATA DA ENTI EROGATORI	m ³	6.528.173	67,92%	2,73%	28,70%	0,35%	0,30%
TOTALE CONSUMO DI ACQUA(*)	m ³	7.472.176	60,06%	2,39%	25,07%	0,31%	12,17%

*

Il dato della Business Unit Argentina è stato stimato sulla base delle fatture ricevute. L'impatto rilevante della BU Olivetti è dovuto al prelievo da pozzi artesiani per la componente industriale.

CONSUMO DI ACQUA (%) - GRUPPO TELECOM ITALIA



Carta

CARTA ACQUISTATA

		Telecom Italia S.p.A. 2011	Variazione %	
			2011 su 2010	2011 su 2009
CARTA ACQUISTATA PER USO UFFICIO	kg	413.578	(21,92%)	(35,16%)
CARTA ACQUISTATA PER USO COMMERCIALE	kg	1.551.076	(5,61%)	(23,18%)
TOTALE CARTA ACQUISTATA	kg	1.964.654	(9,59%)	(26,05%)

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

Per quanto riguarda l'ambito lavorativo si segnala la razionalizzazione dei consumi ottenuta tramite la sensibilizzazione sull'utilizzo e attraverso il progetto "printing on demand" che prevede l'impiego di stampanti condivise ad alte prestazioni.

Anche per la carta acquistata per uso commerciale sono continuate le attività volte alla riduzione complessiva dei consumi, tra cui la promozione presso i clienti del ricorso a fatture ed estratti conto in formato elettronico. In questo modo è stato possibile risparmiare più di 92 tonnellate di carta, oltre a limitare la produzione di CO₂ legata alla consegna dei plichi.

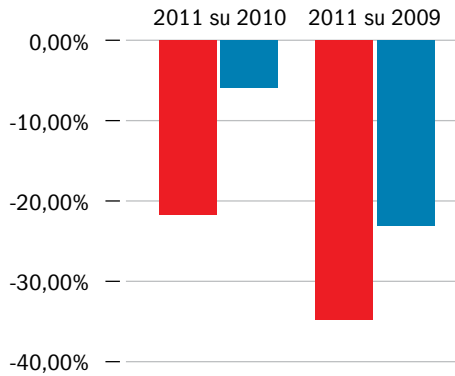
L'attività di raccolta differenziata dei rifiuti negli uffici, organizzata nella totalità delle sedi aziendali ad uso ufficio, ha consentito, nel corso del 2011, l'avvio a riciclo di 21.670 tonnellate di carta.

Anche in Telecom Argentina si punta molto sulla fatturazione digitale che è attualmente rivolta a circa il 5% dei clienti e che per ogni ciclo di fatturazione consente di evitare la stampa e l'invio di circa 150 mila documenti.

CARTA PER USO UFFICIO

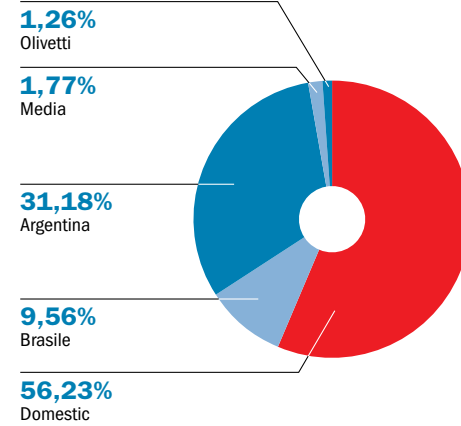
		Gruppo 2011	% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo				
			Domestic	Brasile	Argentina	Media	Olivetti
CARTA NON RICICLATA ACQUISTATA	kg	255.828	1,03%	2,47%	96,50%	0,00%	0,00%
CARTA RICICLATA ACQUISTATA	kg	63.072	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%
CARTA FSC CERTIFICATA ACQUISTATA	kg	473.003	93,59%	1,34%	0,00%	2,96%	2,11%
TOTALE CARTA ACQUISTATA	kg	791.903	56,23%	9,56%	31,18%	1,77%	1,26%

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



■ TOTALE CARTA ACQUISTATA PER USO UFFICIO
■ TOTALE CARTA ACQUISTATA PER USO COMMERCIALE

CARTA ACQUISTATA PER USO UFFICIO (%)
GRUPPO TELECOM ITALIA



Rifiuti

I dati indicati nella tabella si riferiscono alle quantità di rifiuti conferiti⁽¹⁰⁾ e contabilizzati per legge⁽¹¹⁾.

RIFIUTI CONFERITI^(*)

		Telecom Italia S.p.A. 2011	Variazione %	
			2011 su 2010	2011 su 2009
RIFIUTI PERICOLOSI	kg	5.747.941	6,26%	(8,30%)
RIFIUTI NON PERICOLOSI	kg	12.406.059	12,28%	7,54%
TOTALE RIFIUTI CONFERITI	kg	18.154.000	10,30%	1,96%
RIFIUTI AVVIATI A RICICLO O RECUPERO	kg	17.345.326	15,16%	7,13%
RAPPORTO TRA QUANTITÀ DI RIFIUTI RICICLATI/RECUPERATI E RIFIUTI TOTALI	%	95,55%	4,41%	5,07%

*

I dati non includono i pali telefonici in quanto non conferiti come rifiuti ordinari ma gestiti in base all'accordo di programma concluso nel 2003 con il Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio, il Ministero delle Attività Produttive e le imprese di produzione e di recupero, previo parere favorevole della conferenza Stato-Regioni-Province autonome. Nel 2011 sono stati dismessi da Telecom Italia 160.861 pali, per un peso equivalente di 12.868.880 kg.

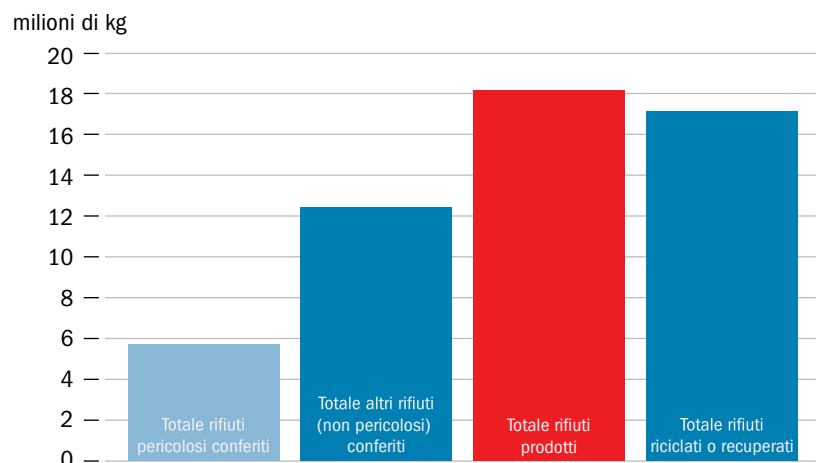
10

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

11

Lievi scostamenti rispetto alla situazione definita al 31 dicembre si potranno avere fino al 30 marzo successivo in quanto la fonte dei dati è rappresentata dai registri di carico e scarico dei rifiuti che si consolidano una volta verificato il peso reale a destino; l'informazione è fornita al produttore del rifiuto entro 3 mesi dal conferimento e ciò giustifica la possibilità di scostamento del dato.

RIFIUTI CONFERITI E INVIATI A RICICLO/RECUPERO - TELECOM ITALIA S.p.A.

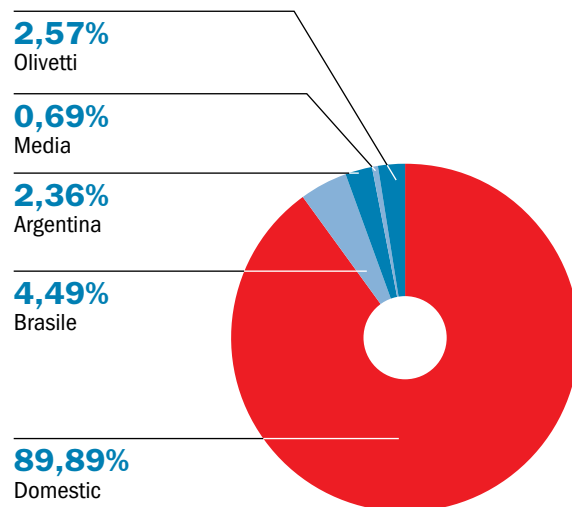


RIFIUTI CONFERITI

		% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo					
		Gruppo 2011	Domestic	Brasile	Argentina	Media	Olivetti
TOTALE RIFIUTI CONFERITI(*)	kg	28.583.186	89,89%	4,49%	2,36%	0,69%	2,57%

* Al fine di permettere un confronto più puntuale fra le varie BU, il dato della BU Argentina non comprende i pali telefonici dismessi (pari a Kg. 16.146.750 nel 2011), sebbene siano stati conferiti e non costituiscono oggetto di gestione differenziata dagli altri rifiuti. Inoltre, non si è tenuto conto dei dati stimati e sono stati conteggiati soltanto i rifiuti effettivamente contabilizzati.

TOTALE RIFIUTI CONFERITI (%) - GRUPPO TELECOM ITALIA



I dati relativi ai rifiuti presentano un andamento variabile nel tempo in relazione ai quantitativi e alle tipologie consegnati alle ditte incaricate per il loro trattamento. Il dato di maggior rilievo per quanto riguarda Telecom Italia è rappresentato dal rapporto tra i rifiuti prodotti e quelli conferiti per riciclo/recupero che è migliorato in maniera sensibile rispetto ai due anni precedenti.

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 e le procedure gestionali sono state adeguate alla normativa.

Telecom Italia ha rigenerato nel 2011 un elevato numero di apparati di proprietà (fra cui 121.644 modem, 640 set top box per IPTV, 35.900 prodotti di fonia fissa e 150.679 altri materiali di logistica tecnica). Tale attività ha una duplice valenza: contribuire alla riduzione dei rifiuti RAEE prodotti e al contempo generare un beneficio economico per il mancato acquisto di apparati nuovi che copre abbondantemente il costo di rigenerazione di tali prodotti.

Per i modem ADSL (home gateway) è stata effettuata una revisione dei processi di ricondizionamento e smaltimento in caso di guasto o alla fine della loro vita utile, allo scopo di ridurre gli impatti ambientali in quelle fasi ma anche per identificare soluzioni migliorative per la scelta dei materiali e le modalità di smontaggio dei futuri prodotti. Parte di questa analisi è già stata utilizzata per realizzare il nuovo modem Wi-Fi N di Telecom Italia che ha inaugurato nel 2011 la linea di prodotti "green" (cfr. § Responsabilità di prodotto).

In Telecom Argentina è attiva una campagna di sensibilizzazione per invitare la clientela a consegnare nei punti vendita le batterie esauste dei cellulari. Un accordo con una società specializzata consente, in condizioni di totale sicurezza per l'ambiente, di recuperare e reintrodurre come materiali per il ciclo di produzione il litio, il cobalto e il nickel contenuti negli apparati.

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 Telecom Italia 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 da La7 e MTV rientrano ampiamente nei limiti di legge.

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 2011, in linea con gli obiettivi prefissati, sono stati sottoposti a qualificazione SAR⁽¹²⁾ tutti i modelli di terminali cellulari tecnologicamente innovativi commercializzati da Telecom Italia con marchio TIM. 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-

12

SAR - Specific Absorption Rate: il SAR si misura in Watt/kg e valuta la potenza elettromagnetica assorbita da parte di una massa di tessuto.

13

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.

14

I campi elettromagnetici utilizzati nell'ambito delle TLC sono radiazioni non ionizzanti: infatti non possiedono energia sufficiente per trasformare in ioni gli atomi della materia con cui vengono a contatto che sono elettricamente neutri.

15

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

16

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 ed il commercio delle quote di emissione 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 anidride carbonica (EU-ETS) è entrato formalmente in vigore coinvolgendo i settori produttivi ad alto tenore di emissioni di CO₂.
- 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.

Ionizing Radiation Protection) e successive dichiarazioni di conformità⁽¹³⁾. Tale qualificazione, effettuata in fase di pre-commercializzazione in cui spesso Telecom Italia non dispone del valore di SAR dichiarato dalla manifatturiera, conferisce al test un valore ulteriore rispetto ad un semplice controllo di qualità.

Nel corso dell'anno è aumentata la percentuale di traffico su rete GSM effettuata con modalità half rate: tale tecnologia permette di sfruttare un'unica risorsa radio per due conversazioni realizzate contemporaneamente, riducendo in tal modo la potenza complessiva emessa rispetto al sistema di codifica voce tradizionale.

Per rispondere alla crescente richiesta d'informazioni sul tema delle radiazioni non ionizzanti⁽¹⁴⁾ Telecom Argentina ha firmato un accordo con la federazione argentina dei Comuni e, in oltre 500 Comuni, è stato inaugurato il sistema di monitoraggio continuo e divulgazione dei dati.

3.4 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 Durban (United Nation Climate Change Conference - UNFCCC COP17) 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⁽¹⁵⁾.

Sono molti i driver di mercato che accrescono l'importanza del carbon management per le aziende: i costi operativi, i costi dell'energia, il crescente impatto economico della gestione del carbonio (il settore delle telecomunicazioni al momento non fa parte degli schemi di emission trading⁽¹⁶⁾), 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 misura 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 la gestione del "carbonio" strategica per le aziende, tenderà ad accrescerne l'importanza nei prossimi anni e richiede fin d'ora un'integrazione con il business diventando una priorità di lungo periodo.

Le emissioni prodotte dal settore sono previste in crescita. Cionondimeno il settore ICT è chiamato a svolgere un ruolo determinante contribuendo alla riduzione delle emissioni degli altri settori.

Il Gruppo ha partecipato anche quest'anno al Carbon Disclosure Project (CDP), iniziativa internazionale che si propone di stimolare le aziende a migliorare il livello di performance sulla gestione del carbonio e di comunicazione con i propri stakeholder sul tema. Oggetto di valutazione è anche la capacità delle aziende di gestire al meglio i rischi e le opportunità derivanti dal cambiamento climatico. Telecom Italia ha ottenuto 73 punti su 100 nella partecipazione al CDP9 con un miglioramento del grado di disclosure di oltre il 4% rispetto all'anno precedente e un posizionamento in fascia B per quanto riguarda la performance. L'approccio seguito dal Gruppo per contrastare il cambiamento climatico si fonda su tre livelli sinergici di azione:

- la riduzione delle proprie emissioni dirette e indirette di gas serra;
- il contenimento delle emissioni degli altri settori e dei clienti in generale attraverso il supporto alla dematerializzazione e l'offerta di servizi che promuovano nuovi modi di la-

- vorare, apprendere, viaggiare e, più in generale, di vivere;
- il contributo alla diffusione di una cultura basata su un corretto approccio ai temi ambientali all'interno e all'esterno dell'Azienda.

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.

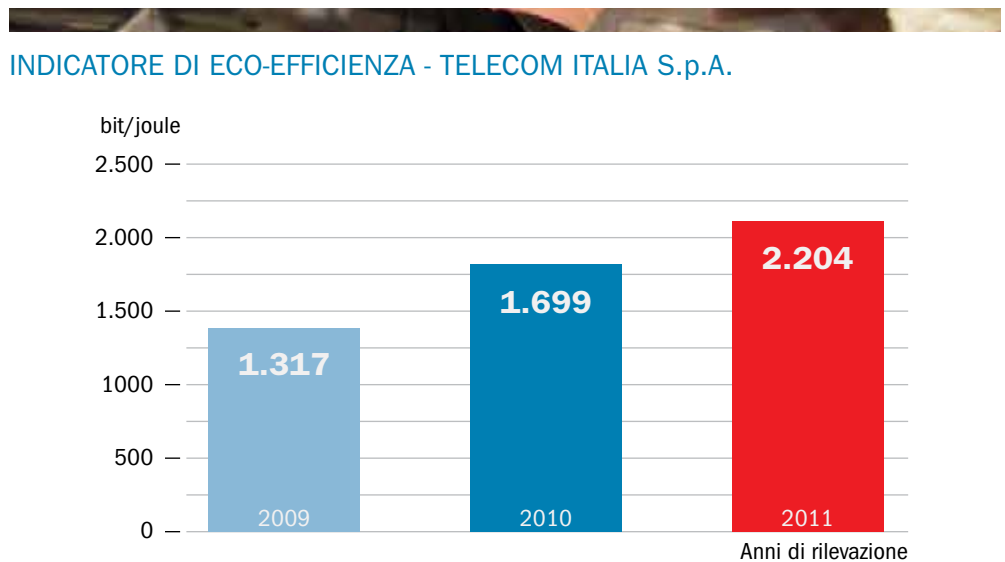
Per quanto riguarda le iniziative messe in atto per ridurre i consumi di energia, e quindi le emissioni indirette, cfr. § Energia.

Indicatore di eco-efficienza

Telecom Italia S.p.A. misura la propria efficienza energetica mediante un indicatore che mette in relazione il servizio offerto alla clientela in termini di bit trasmessi con l'impatto sull'ambiente rappresentato dai Joule di energia consumati. Vengono presi in considerazione i valori di traffico dati e voce da rete fissa/mobile e i consumi energetici industriali (per uso trasmissivo e di condizionamento delle centrali), civili (energia elettrica per uso ufficio, condizionamento e riscaldamento sedi) e i consumi per autotrazione.

La tabella che segue mostra l'andamento dell'indicatore di eco-efficienza negli ultimi tre anni.

		Telecom Italia S.p.A. 2011	Variazione %	
			2011 su 2010	2011 su 2009
INDICATORE DI ECO-EFFICIENZA	bit/Joule	2.204	29,72%	67,35%



Nel 2011 il valore dell'indicatore è risultato al di sopra delle attese e l'impegno prosegue con la definizione per il 2012 di un obiettivo di 2.450 bit/Joule, con un incremento del +11% rispetto al dato 2011 (cfr. § Obiettivi 2012 in Appendice).

Telecom Italia come parte della soluzione

Il settore dell'Information Communication Technology è chiamata a svolgere un ruolo importante nella lotta ai cambiamenti climatici favorendo la sostituzione di prodotti fisici e servizi tradizionali con prodotti e processi digitali (per ulteriori informazioni cfr. § Clienti/ Servizi innovativi), in grado di favorire, laddove possibile, la dematerializzazione della società riducendo l'esigenza di spostamento fisico di persone e cose. In generale⁽¹⁷⁾:

IL SETTORE DELL'INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY PUÒ CONTRIBUIRE IN MODO SOSTANZIALE A RIDURRE LE EMISSIONI DI CO₂

- i servizi di videoconferenza e di audioconferenza facilitano le relazioni anche indipendentemente dallo spostamento di persone;
- i servizi di connessione in banda larga abilitano il telelavoro diminuendo la necessità di spostamenti casa-ufficio;
- la fatturazione e i pagamenti on line, 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 influenzare le caratteristiche di prezzo, efficienza e convenienza relativa dei prodotti e servizi finendo per incidere sulla stessa domanda di servizi aumentando complessivamente la domanda energetica. Possono inoltre accelerare l'obsolescenza dei prodotti e rendere necessaria la gestione dei rifiuti tecnologici che ne derivano. È responsabilità del settore ICT, e quindi anche di Telecom Italia, tenere nella debita considerazione questi effetti puntando alla ricerca e sviluppo di prodotti a basso impatto ambientale lungo tutto il proprio ciclo di vita (cfr. § Responsabilità di prodotto).

La convergenza tecnologica tra Tlc e IT, su cui l'offerta Telecom Italia di Cloud Computing "Nuvola Italiana" è basata, consente alle imprese e alla Pubblica Amministrazione di usufruire di infrastrutture e servizi in modalità "on demand" e "pay per use" ottimizzando i costi e le prestazioni, e disponendo di soluzioni tecnologiche aggiornate senza investire in risorse IT dedicate e in know-how specializzato. La strategia di Telecom Italia consente di abbinare ai servizi di connettività soluzioni tecnologiche innovative abbattendo i costi delle infrastrutture IT e i consumi energetici e quindi contribuendo ad una maggiore sostenibilità ambientale.

Nel 2011 in Telecom Italia sono state gestite in maniera centralizzata circa 1.100 videoconferenze fra le sedi di Roma e Milano, e grazie anche all'introduzione di uno specifico portale di prenotazione automatica dei servizi di audio e videoconferenze, sono state inoltre autonomamente gestite oltre 7.000 videoconferenze e 38.000 audioconferenze. Il ricorso a questi sistemi di comunicazione ha permesso di evitare consistenti emissioni di anidride carbonica (e altri inquinanti) connesse all'utilizzo dei mezzi di trasporto⁽¹⁸⁾.

17

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 on line al posto delle fatture tradizionali cartacee si avrebbe un risparmio di circa 11 mila 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 (v. etno.be).

18

A ogni videoconferenza prendono mediamente parte circa 10 persone e la metà di queste avrebbe viaggiato per partecipare all'incontro. Si può stimare, per le sole videoconferenze realizzate fra le sedi direzionali di Roma e Milano, una mancata emissione complessiva pari a 1.200 tonnellate di CO₂. 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).

3.5 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 Telecom Italia realizza diverse iniziative di comunicazione:

- 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;
- 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.

Nel 2011, per il secondo anno, Telecom Italia ha partecipato come partner principale al "treno verde", un'iniziativa di Legambiente e Ferrovie dello Stato che ha 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 ambientali. Telecom Italia ha partecipato all'iniziativa mostrando al pubblico, all'interno di carrozze dedicate, come le soluzioni ICT offerte dal Gruppo possono ridurre le emissioni di CO₂ e migliorare la qualità della vita, e promuovendo il modello di "città intelligente". Il treno ha fatto tappa nelle città di Siracusa, Reggio Calabria, Bari, Salerno, Pisa, Genova, Brescia, Vicenza e Rimini, registrando complessivamente la presenza di migliaia di visitatori e numerose amministrazioni e istituti scolastici.

**LA COMUNICAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ
È IMPORTANTE PER PROMUOVERE
COMPORAMENTI VIRTUOSI ALL'INTERNO
E ALL'ESTERNO DELL'AZIENDA**

AVoiComunicare (cfr. avoicomunicare.it) è un progetto integrato di comunicazione di Telecom Italia per mantenere un confronto aperto su temi che appassionano il dibattito e all'interno del quale la sostenibilità e le tematiche ambientali hanno sempre avuto una parte importante. Nel corso del 2011, fra le altre iniziative, AVoiComunicare ha ospitato la campagna "Wefeedback del World Food Programme", dando spazio al tema dell'energia nucleare in particolare a seguito del disastro di Fukushima. All'interno di AVoiComunicare, è disponibile il Carbon Meter, 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 on line.

Al 14° Environmental Film Festival CinemAmbiente di Torino alla presenza di Michael Cimino è stata presentata l'anteprima di "itali@mbiente" (italiambiente.avoicomunicare.it), il primo crowd-film dedicato ai pericoli ambientali in Italia interamente realizzato dalla Rete, che ha anche scelto il titolo tra più di 100 spontaneamente proposti dagli stessi internauti. Grazie agli oltre 200 contributi video e agli oltre 1.600 minuti di "girato" pervenuti, alla Blogfest 2011 di Riva del Garda è stata successivamente presentata la versione finale del film, della durata di circa 40', in cui sono stati documentate molte situazioni di potenziale rischio ambientale del Paese, spesso trasformatesi in situazioni di emergenza nelle setti-

mane successive.

Sul fronte della comunicazione interna Telecom Italia nel 2011 ha lanciato un piano di formazione sulla sostenibilità. Basato su una piattaforma e-learning accessibile da web e su aule virtuali di approfondimento su temi specifici, il piano di formazione sarà fruibile inizialmente dai dipendenti italiani per essere poi esteso anche al Brasile e all'Argentina.

Per il dettaglio delle altre iniziative di comunicazione interna realizzate si rinvia al § [Risorse Umane/Comunicazione interna](#).

Anche in Telecom Argentina la campagna di sensibilizzazione dei dipendenti sulla sostenibilità è ritenuta essenziale nella formazione di un atteggiamento responsabile e condiviso su temi di grande interesse ed è svolta rendendo disponibili informazioni mirate su Intranet e riviste aziendali.

3.6 RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO

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

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

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

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

È proseguito lo sviluppo della nuova linea di prodotti "Telecom Italia Green", lanciata ad Aprile 2011 col nuovo modem Wi-Fi per la fornitura dei servizi broadband di cui nel 2011 sono stati venduti circa mezzo milione di pezzi, contraddistinti da un marchio appositamente creato.



Ogni prodotto della linea è corredato di una dichiarazione ambientale che dà conto dei miglioramenti conseguiti sul fronte dell'efficienza energetica e dell'ecodesign tra i quali, per esempio, l'utilizzo di materiali in parte riciclati e il ricorso ad accorgimenti tecnici per il miglioramento dell'efficienza energetica.

Nella sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com è disponibile tutta la documentazione di supporto.

Sono stati aggiunti alla linea altri due modelli di modem broadband e sono state finalizzate le dichiarazioni ambientali della nuova versione di telefono Sirio Punto e del box multimediale Cubovision, la cui commercializzazione è prevista per i primi mesi del 2012, ottimizzando vari aspetti ambientali in stretta cooperazione col fornitore (consumi energetici, scelta dei materiali, modalità di disassemblaggio, packaging).

Sul tema prosegue il dialogo con l'Autorità per l'Energia Elettrica e il Gas (AEEG) per formalizzare la richiesta di titoli di efficienza energetica (certificati bianchi) per le nuove generazioni di modem. Si tratta infatti di prodotti conformi al codice di condotta per apparati broadband, che consentono risparmi in termini di consumo energetico (per tutti i fornitori) superiori al 40% rispetto a una media di mercato calcolata su prodotti attualmente in commercio. Su base annua il vantaggio energetico è valutabile intorno a 33 kWh, corrispondenti a quasi 40 GWh se proiettato sui volumi di fornitura 2011. Per maggiori informazioni, si rimanda al link: autorita.energia.it/it/docs/dc/10/044-10dco.jsp.

Nell'ambito dell'applicazione della Policy di Green Procurement, adottata da Telecom Italia per ottimizzare le procedure di acquisto (cfr. § Fornitori/Iniziative di sostenibilità), nel 2011 sono proseguite le azioni rivolte a mettere in campo soluzioni di miglioramento della prestazione ambientale di prodotti e servizi.

Sul fronte dell'adozione di strumenti volontari per la sostenibilità, in rispondenza alle aspettative del mercato, Telecom Italia ha confermato l'adesione al Codice di Condotta per Apparati Broadband, documento che definisce target di consumo energetico per modem, home gateway e altri apparati di rete domestica e di rete di accesso (cfr. § Energia). Telecom Italia è stata co-editore della nuova versione 4, emessa a inizio 2011 e valida per un orizzonte di tre anni, e ha inoltre svolto un ruolo attivo nella revisione del Codice di Condotta per Digital TV Systems (Set Top Box) che sarà pubblicato all'inizio del 2012.

Nella definizione delle architetture di rete e delle specifiche tecniche di apparati e componenti passivi, è proseguita l'adozione, già lanciata nel 2010, di 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.





Il ruolo di una grande azienda nelle Comunità dei Paesi in cui opera

4. COMUNITÀ

4.1 STRATEGIA

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

In coerenza con tali obiettivi e con le responsabilità assunte verso i diversi stakeholder il Gruppo 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 favore e, se del caso, forniscono sostegno a iniziative sociali, culturali ed educative orientate alla promozione della persona e al miglioramento delle sue condizioni di vita.

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

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

La tabella riportata nella pagina successiva riassume le modalità di applicazione della strategia di investimento nella Comunità, definita anche sulla base dei principi dello standard AccountAbility 1000.

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

*

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

**

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

4.2 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 2011 a circa 30,7 milioni di euro (33,4 milioni di euro nel 2010).

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

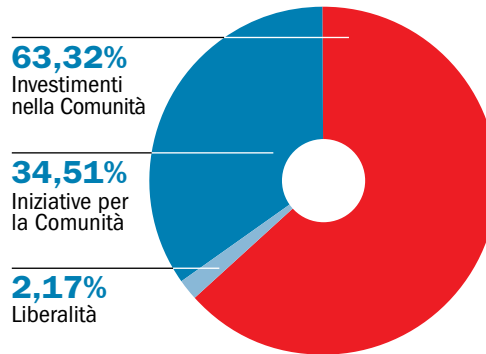
Fondato nel 1994, il LBG è un'associazione a cui aderiscono oltre 100 grandi società internazionali e rappresenta lo standard di riferimento a livello mondiale per la classificazione dei contributi volontari delle aziende a favore della Comunità.

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

Schema LBG
30,7 milioni di euro



**RIPARTIZIONE % DEL CONTRIBUTO
 ALLA COMUNITÀ DEL GRUPPO
 TELECOM ITALIA**



4.3 RISPOSTE AGLI STAKEHOLDER

Le iniziative coerenti con il core business

Di seguito, a titolo di esempio, sono riportati alcuni progetti svolti nel 2011 in risposta ai bisogni della Comunità, utilizzando le tecnologie alla base dell'offerta di servizi di Telecom Italia.

Raccolte fondi

Le raccolte fondi rappresentano uno strumento di particolare importanza, anche per affrontare situazioni di emergenza. Da oltre un decennio Telecom Italia è un attore fondamentale nella catena di solidarietà legata a progetti con finalità umanitarie, scientifiche o ambientali, che supporta offrendo la possibilità di fare una donazione del valore di 1 o 2 euro mediante l'invio di un SMS e fino a 10 euro tramite una telefonata da rete fissa 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 Tlc e dalle Onlus ha esentato tali operazioni dall'applicazione dell'IVA, né da parte dell'Azienda per i costi sostenuti.

Nel 2011 sono state realizzate 102 raccolte fondi e sono stati raccolti oltre 22 milioni di euro⁽¹⁹⁾.

Le iniziative di alfabetizzazione digitale per gli anziani

Nel corso del 2011 si sono conclusi due importanti progetti dedicati all'insegnamento agli ultra cinquantenni delle nozioni base di informatica e di navigazione Internet: "Internet Saloon" e "Telemouse".

Il primo Internet Saloon è nato a Milano nel 2000 e altri sei ne sono stati realizzati in seguito nelle città di Sondrio, Pavia, Catania, Ancona, Bari e Napoli (questi ultimi tre sono stati allestiti presso sedi Telecom Italia). In undici anni di attività oltre 50.000 persone hanno frequentato i corsi con successo.

Telemouse è nato a Roma nel 2009 e in un biennio ha erogato corsi d'informatica a circa 17.000 ultracinquantenni, tenuti da studenti selezionati che hanno ottenuto crediti formativi scolastici a fronte di questo impegno.

A fine 2011 le iniziative di alfabetizzazione digitale per anziani sono confluite nel nuovo pro-

¹⁹

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

getto “Navigare Insieme”, basato su una piattaforma web (navigareinsieme.org) che consente un approccio semplice e immediato a computer e Internet. Il progetto è realizzato in collaborazione con Informatici Senza Frontiere, Scuola Holden, Auser e Confagricoltura pensionati.

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 (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 della Fondazione Movimento Bambino, di Save The Children e di Atlantyca, licenziataria del personaggio Geronimo Stilton.

A novembre 2010 è iniziato il tour di Navigare Sicuri nelle scuole e nelle piazze italiane: nell’edizione 2010-2011 sono state coinvolte oltre 100.000 persone. Il tour proseguirà anche nell’anno scolastico 2011-2012.

Future Lab

A partire dal Festival della Scienza di Genova 2009 Telecom Italia ha realizzato diverse installazioni dei Telecom Italia Future Lab, laboratori in cui è possibile sperimentare le nuove applicazioni della tecnologia digitale e il loro impatto nella quotidianità.

Il 24 novembre 2011 “Il Telecom Italia Future Lab – Il Futuro è adesso”, interamente dedicato alla domotica, ha vinto il BEA – Best Event Awards 2011 nella categoria Expo/Fiere come miglior evento dell’anno dedicato all’innovazione.

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 e 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 rimanere in contatto con la scuola e la famiglia. 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

LE TECNOLOGIE DEL GRUPPO FAVORISCONO L’INCLUSIONE SOCIALE DEI BAMBINI RICOVERATI IN OSPEDALE

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.

Le iniziative finalizzate allo sviluppo generale della Comunità

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

Fondazione Telecom Italia

Costituita a fine 2008 è espressione della strategia di CSR di Telecom Italia, promuovendo idee e progetti per migliorare la qualità della vita delle persone. La Fondazione opera in Italia ed 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.

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 2011 l'erogazione è stata pari a 5.706 milioni di euro.

Tra i progetti principali la Fondazione Telecom Italia ha avviato nel 2009 con l'Associazione Italiana Dislessia un articolato programma di interventi per combattere questo disturbo all'interno delle scuole italiane. Il progetto ha una durata di tre anni scolastici e prevede un investimento pari a 1,5 milioni di euro. Il programma, di cui una parte è sta-

ta oggetto di un Protocollo d'Intesa tra la Fondazione Telecom Italia, il Ministero dell'Istruzione, Università e Ricerca e l'Associazione Italiana Dislessia, 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.

Per ulteriori approfondimenti sulle attività della Fondazione si rinvia al sito fondazionetelecomitalia.it e alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

TIM Brasil

Coerentemente con la strategia d'investimento sociale del Gruppo Telecom Italia, la società ha promosso l'abbattimento delle barriere socio-culturali che impediscono il pieno sviluppo di un Paese e di un mercato delle telecomunicazioni con un enorme potenziale di crescita.

Le iniziative a favore della Comu-

nità sono state quindi dirette a favorire l'inclusione sociale delle classi più svantaggiate attraverso progetti di educazione sociale e tecnologica.

Per approfondimenti sui contributi alla Comunità di TIM Brasil si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito tim.com.br.

Musica nelle scuole

Il progetto, nato nel 2003 dalla collaborazione tra le società della Business Unit Brasile e il Governo brasiliano, ha l'obiettivo di favorire, attraverso l'educazione musicale, l'inclusione sociale di bambini e adolescenti che vivono in situazioni di disagio 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. A oggi più di 20.000 studenti provenienti da 62 scuole pubbliche hanno beneficiato del progetto. Nel 2011 gli studenti delle orchestre di Porto Alegre e di Belém hanno registrato il loro primo CD e si sono esibiti in un concerto pubblico.

Tim ArtEducação

Nato dalla partnership tra TIM Brasil e la ONG Humanizarte, è un progetto rivolto ai giovani per stimolare l'apprendimento a scuola, lo sviluppo dell'auto-stima e l'inclusione sociale attraverso corsi di danza, teatro, capoeira, storytelling e altre forme di espressione artistica.

Nel 2011 circa 4.000 giovani di 12 città dello stato del Minas Gerais hanno preso parte alle lezioni.

L'Università di Viçosa ha prodotto uno studio in cui si è evidenziato che il 93% degli educatori artistici che hanno preso parte al progetto ha osservato un significativo miglioramento nei comportamenti degli studenti in termini di disciplina, auto-stima, interesse e studio. Questo risultato è stato confermato dal 96% delle famiglie e dalle autorità municipali coinvolte. Sulla scia di queste iniziative anche le autorità municipali di altre città hanno organizzato corsi simili, espandendo così l'iniziativa e aumentando il numero dei partecipanti.

Telecom Argentina

Telecom Argentina basa la sua strategia di relazione con la Comunità sull'investimento sociale, inteso come apporto economico, tecnico e umano con cui l'Impresa contribuisce al benessere della collettività, con un focus specifico su educazione e inclusione digitale. La strategia è stata costruita a partire dall'ascolto delle esigenze locali, formalizzate in un incontro con 12 rappresentanti di imprese, associazioni, settore pubblico e specialisti di settore.

Le principali aree di intervento individuate da Telecom Argentina sono:

Obiettivi	Aree di intervento	Esempi di progetti realizzati
<ul style="list-style-type: none"> • Educare per l'era digitale • Tecnologia per tutti • Volontariato 	<ul style="list-style-type: none"> • Educazione e tecnologia • Tecnologia e inclusione sociale • Solidarietà e sviluppo 	<ul style="list-style-type: none"> • Professori per il futuro • Tecnologia nelle scuole • Spazi digitali • Informatica per le comunità rurali • Rete di volontari (dipendenti Telecom Argentina) in nove province dell'Argentina

Per approfondimenti sui contributi alla Comunità di Telecom Argentina si rinvia alla sezione Responsabilidad Social del sito telecom.com.ar.

4.4 RELAZIONE CON I MEDIA E PROGETTI DI COMUNICAZIONE

In Telecom Italia il dialogo con la Comunità avviene attraverso una pluralità di mezzi: a quelli più tradizionali (ufficio stampa, TV e sito web istituzionale), caratterizzati da una comunicazione unidirezionale, si affiancano i nuovi canali (social media) che permettono di costruire un dialogo con gli stakeholder strutturato su basi paritarie, tenendo quindi maggiormente in considerazione i loro pareri e le loro aspettative.

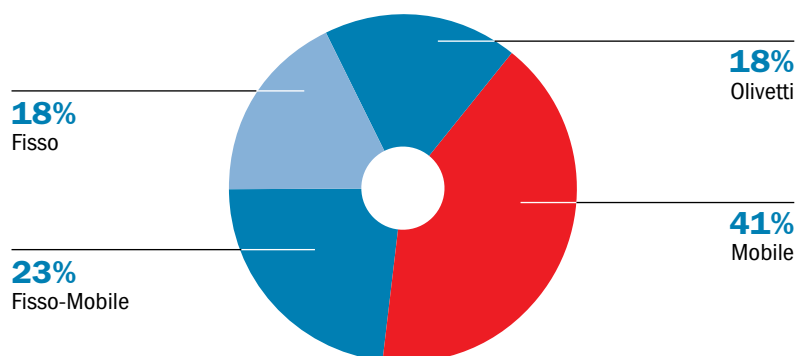
La comunicazione digitale è un settore in cui Telecom Italia si impegna con una presenza stabile e riconosciuta a livello nazionale. In questo ambito il Gruppo dimostra in misura

crescente capacità di attrazione con iniziative innovative, soprattutto nella dimensione dei social media. Il pubblico di riferimento è costituito da 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 su tutte le attività di comunicazione, sugli obiettivi e le strategie di coinvolgimento degli stakeholder e sui principali progetti sviluppati nel 2011 (Working Capital, Italian Sessions, Social Media Camp, Navigare Sicuri, Navigare Insieme, AVoiComunicare, Telecom Italia sui Social Media), si rinvia a telecomitalia.com.

4.5 RICERCA E SVILUPPO

In Telecom Italia le attività di ricerca e sviluppo vengono realizzate dalle funzioni Information Technology, TILab e Innovazione & Industry Relations che presidiano lo sviluppo delle nuove tecnologie e le attività di ingegnerizzazione delle offerte dei servizi, 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 attraverso una gestione strategica delle relazioni tra ricerca, Intellectual Property Right (IPR) e business, finalizzata allo sviluppo del patrimonio brevettuale. Nel corso del 2011 sono state depositate 14 nuove domande di brevetto, ripartite come illustrato dal grafico seguente.



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. Nel 2011 sono state attivate 13 nuove collaborazioni con università italiane (che si aggiungono alle 9 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 ed i fora (tra cui NGMN, OpenIPTV Forum, OMA, 3GPP,

- ETSI, TM Forum, W3C, ITU-T) a cui Telecom Italia partecipa attivamente;
- i ministeri (Ministero dello Sviluppo Economico e Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca), l'Unione Europea e gli enti pubblici (per es. CNR e amministrazioni locali) per la realizzazione di progetti finanziati tramite la partecipazione ai bandi di gara e di iniziative in partnership;
- le associazioni non governative, le associazioni, le alleanze e i forum di settore (GSMA, m-health, ecc.) che riuniscono tutti gli attori della catena del valore dello specifico mercato;
- gli organismi internazionali di ricerca e sviluppo (per es. EURESCOM e Joint Technology Initiative).

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

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

I progetti e le iniziative

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

- innovazione di rete e delle piattaforme di servizio
- servizi per la riduzione dell'impatto ambientale
- servizi a favore della Comunità

Innovazione di rete e delle piattaforme di servizio

- Sono state eseguite accurate analisi di compatibilità elettromagnetica sulle reti wireless di nuova generazione LTE (Long Term Evolution) in fase di progettazione. Le analisi hanno riguardato in particolare le problematiche interferenziali legate alla vicinanza dello spettro nella banda a 800 MHz tra canali LTE e canali TV digitali (DVB-T) e le problematiche relative alla vicinanza tra antenne per la ricezione del segnale televisivo e i trasmettitori dei sistemi attuali di telefonia mobile (GSM, UMTS) ai fini del rispetto dei limiti di emissione dei campi elettromagnetici previsti dalla legge.
- Nell'ambito dell'attività rivolta allo sviluppo di nuove tecnologie per l'accesso mobile è in corso una sperimentazione sulle "antenne attive", rivolta al miglioramento dell'efficienza spettrale e del controllo e ottimizzazione del diagramma d'irradiazione d'antenna. Quest'attività è funzionale al miglioramento dell'efficienza energetica della Stazione Radio Base (SRB), grazie alla connessione di dette antenne tramite fibre ottiche, eliminando così le perdite dovute ai cavi coassiali.
- Proseguono le attività di ricerca sull'accesso radiomobile svolte all'interno del progetto europeo ARTIST4G, sviluppate con alcuni dei principali operatori, aziende manifatturiere, università, centri ricerca e PMI europee, con l'obiettivo di aumentare la qualità del servizio per gli utenti che si trovano ad essere collegati alla medesima cella della rete mobile, senza penalizzare le prestazioni degli altri utenti. I lavori procedono in linea con le previsioni e il progetto dovrebbe essere finalizzato entro il primo semestre del 2012.
- È stata introdotta in rete la nuova generazione di ponti radio ibridi ad elevata capacità (che permettono di trasportare sia traffico a circuito che a pacchetto) che verrà utilizzata, fra l'altro, per collegare i siti remoti della nuova rete LTE.
- È stata rilasciata in esercizio la prima versione della piattaforma M2M per comunicazioni Machine_to_Machine tra dispositivi collegati in rete, che consente ai clienti top (gran-

di aziende e grandi organizzazioni) di Telecom Italia la gestione del parco di terminali e schede SIM, anche attraverso applicazioni automatiche (“not-human”) tra dispositivi connessi in rete.

- Sono state completate nei laboratori le campagne di prova per le soluzioni destinate all'utilizzo sui treni ad alta velocità. È stato sviluppato il progetto Cubovision per Trenitalia (Cubo3n) per l'erogazione e l'aggiornamento di contenuti multimediali a bordo della flotta dei treni Frecciarossa (ed in fase di studio per la flotta Frecciargento e Frecciabianca). I servizi e l'offerta (consultazione del catalogo, acquisto e fruizione dei contenuti) sono erogati tramite un portale web multi dispositivo (PC, MAC, iPhone, iPad) accessibile via Wi-Fi e completamente residente nei server installati a bordo treno, ottimizzando le interazioni con le piattaforme del centro servizi di Telecom Italia realizzate con accesso radiomobile.
- Per il progetto “Cubovision mobile” sono state sviluppate per l'offerta di contenuti due applicazioni: una per la piattaforma Android e l'altra per la piattaforma iOS (iPhone, iPad). Tali applicazioni includono la gestione di contenuti video in formati adattativi che garantiscono la miglior user experience possibile in tutte le condizioni di banda (Wi-Fi, radiomobile HSDPA, radiomobile UMTS, ecc.) e la protezione dei contenuti a pagamento.
- All'interno del progetto “POF-PLUS” (Plastic Optical Fibre for Pervasive Low-cost Ultra-high capacity Systems) è stato sviluppato un sistema su fibra ottica plastica per la trasmissione dati Ethernet a 1 Gbit/s su 50 metri di distanza, utilizzando una sorgente luminosa a LED. Questa tecnologia rappresenta lo stato dell'arte a livello mondiale ed è stata presentata anche alla conferenza OFC 2011. Parallelamente all'attività sperimentale Telecom Italia ha contribuito alla redazione di una apposita specifica tecnica ETSI (European Telecommunications Standards Institute) che ha rappresentato la prima normativa internazionale su questo argomento.

Servizi per la riduzione dell'impatto ambientale

- **Next Generation Data Center:** è un progetto di evoluzione dell'infrastruttura hardware secondo i principi della virtualizzazione e del cloud computing, 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.
- **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, sostituendo delle postazioni di lavoro tradizionali basate su desktop con PC molto “snelli” contenenti solo informazioni di rete basilari, in grado di 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 in mobilità, rivolti alla Pubblica Amministrazione e ai soggetti privati, grazie alla graduale introduzione del paradigma del veicolo sempre connesso con il mondo esterno (per es. centri servizio, infrastruttura a bordo strada, altri veicoli, ecc.). L'obiettivo è quello di migliorare l'efficienza e l'eco-sostenibilità dei trasporti a beneficio della collettività. Lo sviluppo della strategia e delle soluzioni si svolge in stretta sinergia con l'attività di standardizzazione di settore in cui Telecom Italia è attivamente coinvolta.
- **Smart meeting:** si tratta di soluzioni che permettono il monitoraggio e l'ottimizzazione dei consumi energetici, quali Energy@Home (cfr. § Clienti/Servizi innovativi).
- **Smart Town:** la soluzione fornisce un pacchetto di servizi per i Comuni attraverso l'uti-

lizzo della rete di illuminazione pubblica ed è proposta nell'ambito delle iniziative di Digital Town (Smart Cities) a cui concorrono le principali città italiane (cfr. § Clienti/Servizi innovativi).

- **EARTH (Energy Aware Radio and NeTwork TechNologies)**: studia le architetture di rete e i singoli componenti radio dei sistemi mobili attuali e di futura generazione, con l'obiettivo di migliorarne l'efficienza energetica di almeno il 50% rispetto agli standard correnti, con conseguenti benefici in termini di risparmio e di diminuzione delle emissioni.
- **ECONET (low Energy CONsumption NETworks)**: ha l'obiettivo di sviluppare nuove tecnologie e meccanismi di controllo integrato per abilitare il risparmio energetico nelle apparecchiature di rete fissa, mediante l'adattamento dinamico della capacità di rete e delle risorse in funzione dei reali carichi di traffico e delle esigenze degli utenti, garantendo al tempo stesso la qualità del servizio. L'obiettivo è quello di consentire una riduzione del fabbisogno energetico delle apparecchiature del 50% nel breve e nel medio termine e dell'80% nel lungo periodo.
- **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.
- Sul fronte degli Access Gateway (AG) è proseguita la realizzazione della nuova linea di prodotti **Telecom Italia Green** partita ad aprile 2011 con il nuovo modem Wi-Fi per la fornitura dei servizi a banda larga. Sono stati aggiunti altri due modelli di modem broadband ed è stata finalizzata anche la dichiarazione ambientale della nuova versione del telefono "Sirio Punto", il cui lancio è previsto per i primi mesi del 2012. È stata finaliz-

CON UN NUOVO MODELLO DI MODEM WI-FI È STATA LANCIATA UNA LINEA DI PRODOTTI A BASSO IMPATTO AMBIENTALE IN TERMINI DI MATERIALI UTILIZZATI, DI TECNICHE REALIZZATIVE E DI EFFICIENZA ENERGETICA

zata inoltre la dichiarazione ambientale del box multimediale Cubovision 2 (di cui è previsto il lancio per l'inizio del 2012), ottimizzando vari aspetti ambientali in stretta cooperazione col fornitore (consumi energetici, scelta materiali, modalità di disassemblaggio, imballaggio) – (cfr. § Ambiente/Responsabilità di prodotto).

- A partire dal dicembre 2008 è stato costituito da Huawei e Telecom Italia il **Network Innovation Center (NIC)**, finalizzato a collaborazioni sinergiche su varie tematiche. In particolare è stato istituito un progetto specifico a titolo "Energy Saving" avente i seguenti obiettivi:
 - › sperimentare soluzioni innovative ad elevata efficienza energetica per il condizionamento degli apparati di Tlc (per es. un nuovo Cabinet Free Cooling dotato di filtro autopulente, con l'obiettivo di ridurre drasticamente gli interventi di manutenzione);
 - › effettuare analisi sulla qualità dell'alimentazione della rete elettrica e sulla performance degli apparati rispetto a cali e interruzioni di tensione, con l'obiettivo di ottimizzare i dimensionamenti dei sistemi di backup;
 - › valutare le tecnologie/soluzioni più promettenti per l'incremento dell'efficienza energetica nella rete (fissa e mobile) di Telecom Italia;
 - › analizzare le differenti metodologie di test sui consumi presenti nei vari standard internazionali e valutare un'eventuale convergenza verso una metodologia comune;
 - › partecipare ed elaborare contributi congiunti in ambito ETSI come per esempio un documento che disciplina l'applicazione della metodologia Life Cycle Assessment per il settore apparati di telecomunicazione.

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.
- **Laboratorio Accreditato di Prova (LAP):** opera in TILab e svolge attività di testing su servizi e sistemi ICT, sia per strutture interne all'Azienda sia per enti e società esterne. Il LAP 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. Nel corso del 2011 sono stati attivati un nuovo settore tecnico operativo, costituito dal laboratorio per i servizi a valore aggiunto (VAS) di telefonia mobile e tre nuovi servizi accreditati per eseguire test.
- **Smart Inclusion:** il progetto permette a bambini lungodegenti di tenersi in contatto con la scuola e la famiglia attraverso un terminale touch screen dotato di telecamera e ai medici di ottimizzare la gestione dei processi di cura. La soluzione tecnica è stata realizzata da Telecom Italia tramite l'utilizzo di tecnologie innovative come le fibre ottiche plastiche e le powerline, nonché con sviluppi software specifici principalmente basati su piattaforme opensource (cfr. § Comunità/Le iniziative coerenti con il core business).
- **E-learning e didattica evoluta:** 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 l'utilizzo di dispositivi innovativi quali le LIM – Lavagne Multimediali Interattive.
- **Nuvola Italiana Home Doctor:** 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/Servizi innovativi).

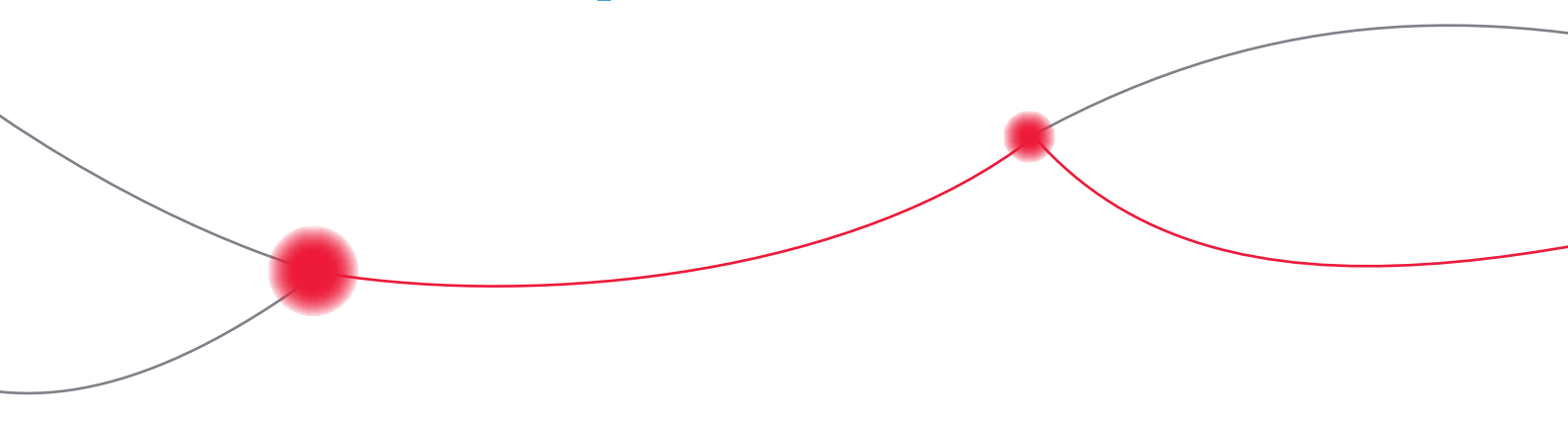




Stakeholder interni



Il Gruppo riconosce la centralità
delle Risorse Umane, principale
**fattore di
SUCCESSO**
dell'Impresa



1. RISORSE UMANE

1.1 STRATEGIA

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

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

La gestione dei rapporti di lavoro è orientata a garantire pari opportunità e a favorire la crescita professionale di ciascuno.

1.2 STAKEHOLDER RILEVANTI

Gli stakeholder rilevanti sono i dipendenti e i sindacati.

1.3 CONSISTENZE E VARIAZIONI

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

La consistenza del personale al 31 dicembre 2011 è così ripartita:

Gruppo Telecom Italia

(unità)	31.12.2011	31.12.2010	Variazione
ITALIA	56.838	57.994	(1.156)
ESTERO	27.274	26.135	1.139
TOTALE PERSONALE A PAYROLL	84.112	84.129	(17)
PERSONALE CON CONTRATTO DI LAVORO SOMMINISTRATO	42	71	(29)
TOTALE PERSONALE	84.154	84.200	(46)
ATTIVITÀ NON CORRENTI DESTINATE AD ESSERE CEDUTE	-	-	-
TOTALE	84.154	84.200	(46)

Escludendo i lavoratori con contratto di lavoro somministrato, il personale di Gruppo presenta un decremento di 17 unità rispetto al 31 dicembre 2010.

La variazione può essere così dettagliata:

- uscita dal perimetro di consolidamento della società Loquendo S.p.A. (103 unità);
- entrata nel perimetro di consolidamento della società 4GH Retail (699 unità) e delle società Tim Fiber SP e Tim Fiber RJ (302 unità);
- turn over netto in riduzione di 915 unità, così dettagliato per singola Business Unit:

(unità)	Entrate	Uscite	Variazione netta
DOMESTIC	614	2.347	(1.733)
BRASILE	4.523	4.400	123
ARGENTINA	1.824	1.107	717
OLIVETTI, MEDIA E ALTRE	191	213	(22)
TURN OVER	7.152	8.067	(915)

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

(unità)	31.12.2011	31.12.2010	Variazione
TOTALE ORGANICO A PAYROLL	47.801	49.636	(1.835)

*

Anche nel 2011, come nel 2010, non ci sono lavoratori con contratto di lavoro somministrato.

Al 31 dicembre 2011 il personale a payroll di Telecom Italia S.p.A. è di 47.801 unità. Rispetto al 31 dicembre 2010 si registra un decremento complessivo di 1.835 unità dovuto a:

- saldo di 7 unità in uscita per passaggi infragruppo (84 unità in ingresso per conferimento, dalla Società Matrix S.p.A., del ramo d'azienda coincidente con la funzione Market & Technology Captive);
- turn over netto in riduzione di 1.828 unità, così dettagliato:

(unità)	Entrate	Uscite	Variazione netta
TURN OVER TELECOM ITALIA S.p.A.	106	1.934	(1.828)

Business Unit Brasile

(unità)	31.12.2011	31.12.2010	Variazione
TOTALE ORGANICO A PAYROLL	10.539	10.114	425

La consistenza del personale della Business Unit Brasile al 31 dicembre 2011 è pari a 10.539 unità.

Rispetto al 31 dicembre 2010 si registra un incremento di 425 unità dovuto a:

- 1 unità in ingresso da altre società del Gruppo;
- entrata nel perimetro di consolidamento delle società Tim Fiber SP e Tim Fiber RJ (302 unità);
- turn over netto in incremento di 122 unità, così dettagliato:

(unità)	Entrate	Uscite	Variazione netta
TURN OVER BUSINESS UNIT BRASILE	4.522	4.400	122

Business Unit Argentina

(unità)	31.12.2011	31.12.2010	Variazione
TOTALE ORGANICO A PAYROLL	16.349	15.632	717

Escludendo i lavoratori con contratto di lavoro somministrato, la consistenza del personale della Business Unit Argentina, al 31 dicembre 2011, è pari a 16.349 unità.

Rispetto al 31 dicembre 2010 si registra un incremento di 717 unità dovuto a:

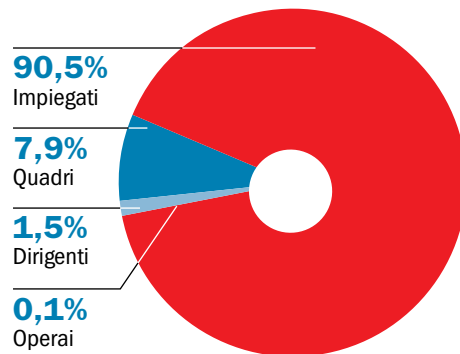
- turn over netto così dettagliato:

(unità)	Entrate	Uscite	Variazione netta
TURN OVER BUSINESS UNIT ARGENTINA	1.824	1.107	717

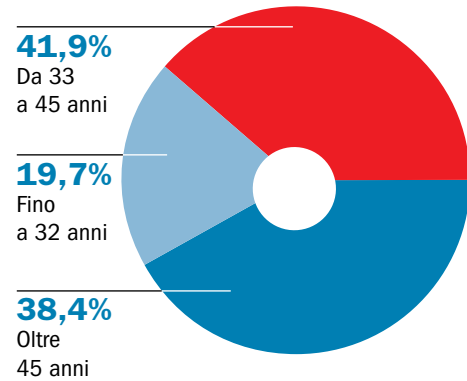
Caratteristiche del personale del Gruppo Telecom Italia

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

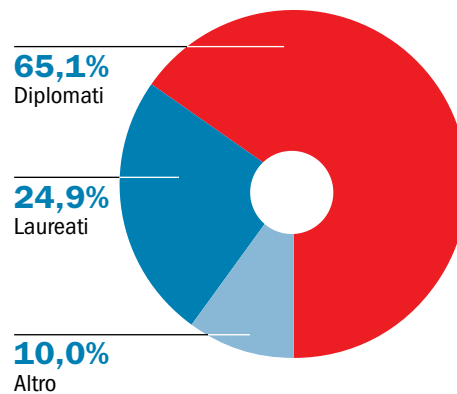
GRUPPO TELECOM ITALIA:
ORGANICI DISTRIBUITI
PER CATEGORIA PROFESSIONALE



GRUPPO TELECOM ITALIA:
ORGANICI DISTRIBUITI
PER CLASSI D'ETÀ

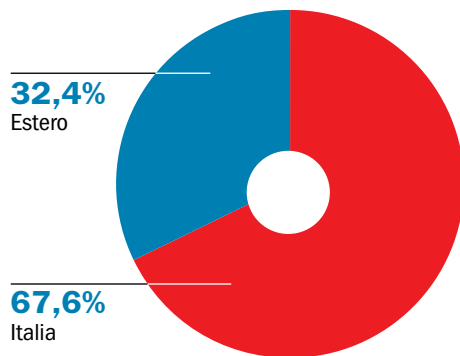


GRUPPO TELECOM ITALIA: ORGANICI DISTRIBUITI PER TITOLO DI STUDIO

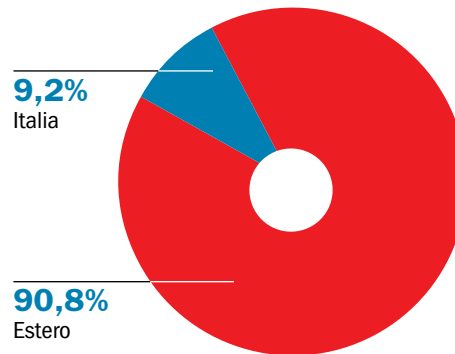


La distribuzione del personale per area geografica e le relative assunzioni effettuate nel Gruppo sono le seguenti:

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



DISTRIBUZIONE DELLE ASSUNZIONI DEL GRUPPO TELECOM ITALIA PER AREE GEOGRAFICHE



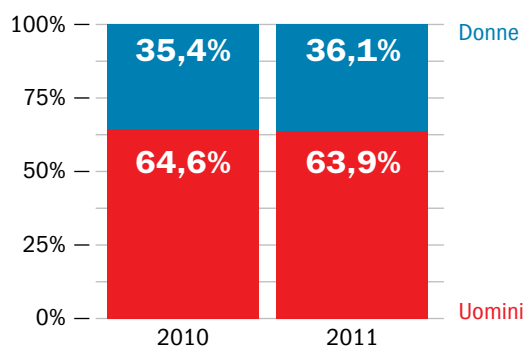
Per ulteriori approfondimenti sulle caratteristiche del personale del Gruppo a livello di Business Unit si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

1.4 EQUITÀ DI GENERE

Nel 2011 la distribuzione degli uomini e delle donne nel Gruppo è la seguente:

(unità)	31.12.2011	31.12.2010	Variazione
UOMINI	53.741	54.363	(622)
DONNE	30.371	29.766	605
TOTALE	84.112	84.129	(17)

DISTRIBUZIONE UOMINI-DONNE GRUPPO TELECOM ITALIA (2010-2011)



Nel corso del 2011 la percentuale delle donne dirigenti nel Gruppo Telecom Italia si attesta intorno al 12% e delle donne quadro al 27% del totale.

Per ulteriori approfondimenti sulla distribuzione uomini-donne a livello di Business Unit si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

1.5 PEOPLE CARING

Il Gruppo Telecom Italia nel corso degli anni ha sviluppato una serie di iniziative e di interventi a favore dei propri dipendenti per migliorare la qualità della vita lavorativa 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 on line (Intranet, community, posta elettronica) sia attraverso incontri e focus group.

I principali temi individuati sono:

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

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

Iniziative in Telecom Italia

- **Parcheggi Rosa:** per tutto il periodo lavorativo, fino all'inizio del congedo di maternità, viene riservato alle dipendenti il posto auto in tutte le sedi con parcheggi aziendali.
- **Asili Nido:** oltre ai nove asili nido aziendali presenti presso le sedi di Roma (3), Torino, Milano, Ancona, Napoli, Catanzaro e Palermo, sono state attivate quattro convenzioni con altrettanti asili esterni a Roma (2), Napoli e Padova (per l'anno 2011-2012 sono state effettuate 368 iscrizioni).
- **Prestiti mamme e papà:** sono stati concessi 263 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: presente in alcune sedi aziendali a Padova e Roma;
 - › lavanderia/calzoleria: servizio attivo in cinque sedi a Milano e Roma;
 - › edicole: presenti in tre sedi romane;
 - › convenzioni: attivate complessivamente 38 offerte on line di prodotti e servizi derivanti da accordi di partnership, conclusi da Telecom Italia, a carattere prevalentemente nazionale (auto e moto, cultura e spettacolo, elettronica, sport, istituti finanziari, salute e benessere, viaggi e vacanze, varie).
- Prestiti aziendali: 64 erogati per l'acquisto/costruzione casa, 98 per lavori di ristrutturazione dell'abitazione e 436 per esigenze varie;
 - Mobility manager: per agevolare i colleghi nel tragitto casa-lavoro è stata realizzata in alcuni tra i maggiori centri urbani (Roma, Milano, Torino) un'area "Intranet Mobility" per rispondere ai quesiti dei colleghi e fornire possibilità di utilizzo condiviso di autovetture (car pooling). Presso 15 sedi aziendali è stato attivato un servizio di navette con circa 315 corse giornaliere e 32 sedi sono state dotate di rastrelliere per le biciclette.
 - Soggiorni:
 - › estivi tradizionali di 15 giorni destinati a bambini di età compresa fra i 6 e i 12 anni con 4.555 partecipanti presso 12 strutture;
 - › estivi tematici di 14 giorni per ragazzi fra gli 11 e i 17 anni, dedicati allo studio della lingua inglese, alle attività sportive (calcio, tennis, vela, equitazione, volley, basket, canoa, ecc.), archeologiche e musico-teatrali, con 1.971 partecipanti presso 14 strutture;
 - › studio in Inghilterra di 14 giorni per ragazzi fra i 15 e i 17 anni presso quattro college con 441 partecipanti.
 - Borse di studio all'estero: sono state erogate borse di studio per ragazzi fra i 15 e i 17 anni per 100 soggiorni dedicati allo studio della lingua inglese e spagnola della durata di quattro settimane (Irlanda, Finlandia, Spagna) e per 20 soggiorni studio di un anno scolastico (Europa, Stati Uniti, Canada, Argentina, Giappone, Brasile, Cina e India).
 - Rimborso tasse universitarie: 205 i rimborsi effettuati per la tassa d'iscrizione al primo anno di università.
 - Christmas Day: per i ragazzi fino ai 10 anni, il 15 dicembre si è svolta la visita negli uffici dei propri genitori; in 73 sedi, oltre alla merenda, sono stati distribuiti piccoli doni.
 - 180 figli di dipendenti hanno avuto l'occasione di accompagnare per mano i campioni di Serie A TIM al loro ingresso in campo, vestiti con le divise da gioco.

REALIZZATE NUMEROSE INIZIATIVE A FAVORE DEI DIPENDENTI E DELLE LORO FAMIGLIE

Iniziative in Brasile

- Benefit per tutti i dipendenti (condizioni agevolate per l'apertura di conti correnti bancari, convenzioni varie, assicurazione sanitaria).
- "Happy day": il dipendente, nel giorno del suo compleanno, ha diritto a un giorno di ferie e, qualora sia in maternità, ad un congedo di maternità interamente retribuito.
- "TIM apre le porte": si tratta dell'iniziativa annuale volta a far conoscere ai figli dei dipendenti l'ambiente di lavoro dei propri genitori.
- "Il domani senza limiti": è un programma che aiuta i figli dei dipendenti a scegliere la propria carriera professionale grazie a seminari tematici e ad incontri con alcuni dipendenti per capire come si svolge l'attività lavorativa.

Iniziative in Argentina

È proseguito lo sviluppo del programma "Equilibrio en Acción" che promuove la conciliazione tra lavoro e vita privata. La definizione delle iniziative da includere nel programma è stata concordata con un team di 95 "ambasciatori" provenienti da diverse aree di business e geografiche del Paese.

Le iniziative previste dal programma sono raggruppate in 7 categorie:

Categorie	Iniziative
Orario e organizzazione lavorativa	<ul style="list-style-type: none"> • Telelavoro, con quote riservate in caso di maternità e paternità • Permesso di paternità di 15 giorni per nascita/adozione • Equiparazione dello schema di ferie e permessi tra lavoratori compresi e non compresi nel contratto collettivo di settore • Una giornata di ferie per la festa della mamma con flessibilità in merito al godimento • Mezza giornata di ferie in occasione del compleanno dei dipendenti
Politiche di comunicazione e informazione interna	<ul style="list-style-type: none"> • Blog degli “ambasciatori” • Inserimento di articoli sull’equilibrio tra vita privata e lavorativa nella rivista interna bimestrale
Sviluppo personale	<ul style="list-style-type: none"> • Rafforzamento del programma di volontariato • Attivazione di una linea telefonica gratuita per l’assistenza ai dipendenti
Benefici economici	<ul style="list-style-type: none"> • Supporto ai dipendenti con figli disabili • Convenzioni con agenzie di viaggi e con le università per percorsi universitari pre e post-lauream
Servizi per la famiglia	<ul style="list-style-type: none"> • Reintegro dei costi dell’asilo nido • Soggiorni per vacanze
Sistemi di misura e controllo	<ul style="list-style-type: none"> • Rilevazione dell’efficacia delle misure adottate nell’ambito delle indagini del clima aziendale
Altre iniziative	<ul style="list-style-type: none"> • Promozione delle attività artistiche e degli hobby per i dipendenti • Venerdì senza riunioni dopo le ore 14.00

Supporto alle iniziative di volontariato dei dipendenti

Iniziative in Telecom Italia

- Volontariato presso Dynamo Camp: è la prima struttura che permette ai bambini e ai ragazzi con patologie gravi o croniche di trascorrere, in assoluta sicurezza, momenti di gioco e divertimento a contatto con la natura. Nel corso del 2011 20 colleghi hanno trascorso due sessioni di volontariato presso la struttura.
- Gruppo donatori Telecom: nel corso dell’anno il Gruppo ha organizzato 66 giornate nelle sedi di Bari, Milano, Napoli, Palermo, Roma, Torino e la giornata della donazione regionale in Puglia.
- Iniziative di beneficenza: sono stati allestiti 144 banchetti in varie sedi aziendali.
- In collaborazione con l’Associazione Libera è stata organizzata dal 2 al 10 luglio 2011 l’iniziativa “Estate liberi”, un campo di volontariato d’impresa e di responsabilità civile a cui hanno partecipato 11 dipendenti di Telecom Italia, ciascuno dei quali è stato accompagnato da un figlio di età superiore ai 12 anni oppure da un genitore. L’azienda ha messo a disposizione degli 11 volontari cinque giorni di permesso retribuito per partecipare all’iniziativa.

Iniziative in Brasile

Con il progetto “Cidadao Sem Fronteiras”, che nel corso del 2011 ha registrato un aumento del numero dei volontari del 38% rispetto al 2010 (in totale 132 volontari, di cui 71 a San Paolo), TIM Brasil 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.

Per informazioni sulle altre iniziative di volontariato realizzate in TIM Brasil si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

Iniziative in Argentina

- Formazione dei volontari: sono state organizzate varie sessioni formative in diverse province del Paese con lo scopo di promuovere il coinvolgimento dei dipendenti. La risposta è stata molto positiva, sia in termini di partecipazione sia in termini di apprezzamento.
- Focus Group: per la presentazione del programma di volontariato si sono svolti incontri interni dei dipendenti con i manager ed esterni con le ONG. Sulla Intranet aziendale è presente un sito della rete di volontari che fornisce informazioni sulle diverse ONG e sulle relative attività e progetti.
- “Convocatoria de Iniciativas Solidarias”: iniziativa di solidarietà che ha previsto la presentazione di 15 progetti da parte dei dipendenti, di cui 12 sono stati selezionati e insigniti di un premio monetario che ne consentirà l’implementazione. È stato nominato un Comitato di Valutazione con rappresentanti interni a cui sono stati affiancati un consulente esterno e un noto esperto del settore sociale.
- Donazioni: nel corso del 2011 sono state organizzate 4 campagne per promuovere la solidarietà dei dipendenti verso cause socialmente rilevanti.

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

In Telecom Italia

Numerose le iniziative d’informazione e sensibilizzazione realizzate sul tema, tra le quali:

- è proseguita l’attività del Comitato Diversity composto da 35 colleghi rappresentanti le diversità di genere, religione, età, orientamento sessuale, disabilità, etnia. Il comitato si riunisce periodicamente per discutere gli impatti del tema in Azienda e per elaborare proposte e progetti di approfondimento;
- nel corso del 2011 sono stati realizzati alcuni progetti relativi alla diversità di genere e di età:
 - › “Nuovamente in pista”: è stato elaborato un modello per gestire il rientro da lunghe assenze, indipendentemente dalle motivazioni (maternità, studio, malattia), per rafforzare il clima organizzativo positivo che aumenti la motivazione nelle risorse. Dal mese di luglio è iniziata la fase sperimentale con interviste strutturate, a 3 e 12 mesi dal rientro al lavoro, sia delle risorse che dei responsabili. La fase pilota terminerà a luglio 2012 con un report finale a cura del Consorzio Elis per la formazione professionale superiore.
 - › “Direzione Donna”: l’iniziativa mira ad aumentare la rappresentanza dei talenti femminili in Telecom Italia e a sostenerne attraverso azioni concrete la partecipazione alle dinamiche d’impresa, oltre che a valorizzare la presenza delle donne in realtà tecniche riservate esclusivamente agli uomini. Direzione Donna si propone di valorizzare la leadership al femminile, le competenze e le specificità individuali, di attuare politiche di conciliazione tra vita privata e lavorativa (work life balance) e di cambiare l’immagine della donna nella comunicazione.
 - › “Working Age”: è il laboratorio Sodalitas a cui Telecom Italia ha partecipato insieme ad altre aziende per affrontare il tema della gestione e della motivazione dei collaboratori di età diverse. Il laboratorio ha approfondito anche il dialogo intergenerazionale valorizzando le best practice già in essere presso le aziende. I risultati e le proposte del Laboratorio sono stati presentati nel mese di novembre a Milano durante un evento promosso da Sodalitas.

**LA DIVERSITÀ NEL CONTESTO LAVORATIVO È
CONSIDERATA UN VALORE PER L’AZIENDA E
UN’OPPORTUNITÀ DI SVILUPPO
PER LE PERSONE**

Servizio di counselling

Per aiutare i colleghi ad affrontare i disagi psicologici di natura lavorativa e personale è attivo da

fine 2010 un servizio di counselling svolto da psicologi professionisti nell'ambito del Centro People Caring. Quattro regioni sono state coinvolte in questa prima fase di sperimentazione: Friuli Venezia Giulia, Liguria, Lazio

e Sicilia. Al Centro si sono rivolte 144 persone e sono stati attivati 54 counselling con piena soddisfazione dei colleghi. Dal 2012 il servizio sarà esteso anche ai dipendenti delle altre regioni italiane.

In Argentina

- Comitato per la Diversità: è costituito da oltre 30 rappresentanti di diverse aree operative e con differenti livelli di responsabilità con l'obiettivo di promuovere l'inclusione in ambito lavorativo e di affermare il concetto di diversità come valore aziendale. Nel corso del 2011 il Comitato ha emanato delle linee guida annuali e ha valutato i progressi del programma triennale di sviluppo adottato l'anno precedente e fondato su 3 pilastri: genere, generazioni e diverse abilità. È stata realizzata una brochure che illustra gli obiettivi del programma, i motivi che rendono la diversità un tema di grande rilevanza per l'Azienda, il piano d'azione e le partnership con le organizzazioni esterne.
- "Equilibrio en Accion": nell'ambito di questo programma è stato condotto un sondaggio con l'ausilio di un consulente esterno che ha relazionato al Comitato per la Diversità per comprendere i cambiamenti storici e il loro impatto sulle generazioni, in termini di rapporto tra lavoro, divertimento, apprendimento e famiglia.
- Sessioni di e-learning: sono state lanciate quattro sessioni formative per 140 manager sui temi della diversità ed è stato avviato un modulo dal titolo "Conversazioni difficili sulle questioni della diversità" per 120 quadri.
- Calendario 2011 e NeoTV: il calendario 2011 è stato progettato sulla base di idee legate al concetto di diversità ed è stato distribuito a tutti i dipendenti; è stata utilizzata la NeoTV (TV interna) per proiettare delle campagne ideate per promuovere dei messaggi chiave sulla diversità e l'inclusione.

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

1.6 SVILUPPO

Iniziative in Telecom Italia

- Valutazione delle performance: nel mese di marzo 2011 si è concluso il processo di valutazione delle prestazioni 2010 del Gruppo in Italia. Il processo ha incluso per la prima volta le società Shared Service Center (SSC) e HR Services (HRS). Il sistema di valutazione permette di:
 - › 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/Qualità del servizio);
 - › indirizzare ulteriormente i comportamenti verso il raggiungimento degli obiettivi azien-

dali 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.

La verifica dell'omogeneità dei criteri di valutazione utilizzati è assicurata da specifici Comitati di Calibrazione composti dal responsabile della funzione di appartenenza dei valutati e da membri della funzione Human Resources. A partire dal mese di aprile, a valle del processo valutativo, sono stati attuati specifici piani di formazione.

- Valutazione del potenziale di quadri e impiegati: nel corso del 2011 sono proseguite le attività di assessment e in particolare è stato esteso il processo di valutazione manageriale alle società del Gruppo. Per quanto riguarda i processi di assessment rivolti a quadri e impiegati sono state realizzate 58 sessioni di assessment center (+18% rispetto al 2010) che hanno coinvolto 348 persone. La realizzazione degli assessment center – regolamentata da specifiche linee guida – è affidata alla società HR Services S.r.l. del Gruppo Telecom Italia certificata ISO 9001.

Iniziativa in Brasile

Il processo di valutazione delle prestazioni, condotto annualmente sulla base delle attività svolte e degli obiettivi stabiliti, consente di raccogliere le informazioni utili per gestire i processi d'incentivazione, formazione e carriera, per garantire la crescita professionale delle persone valutate.

È stato sviluppato un sistema di assessment on line 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.

Per attrarre e trattenere i migliori talenti è stato avviato il programma "Talento senza confini" dedicato ai tirocinanti e agli studenti iscritti agli ultimi 2 anni di università, che permette di accedere a percorsi professionali di carriera accelerati e differenziati.

Iniziativa in Argentina

Nell'ambito del progetto "Bacino di talenti" (Pool de Talentos) è stata completata la fase di valutazione delle unità di telefonia fissa e mobile della Rete, delle aree Wholesale e Corporate, destinata ai secondi riporti e agli specialisti. Tale processo, che ha coinvolto 197 persone ed è stato gestito anche tramite una piattaforma on line, ha consentito di pianificare le attività di sviluppo delle competenze e i programmi di coaching.

Durante il secondo semestre del 2011 è stato completato un processo di valutazione del segmento dei primi riporti nell'unità telefonia mobile, che è stato esteso anche ai secondi riporti assunti l'anno precedente.

1.7 SELEZIONE

Iniziativa in Telecom Italia

Sono attive diverse forme di collaborazione con il mondo scolastico e accademico italiano attraverso 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 (circa 180 quelli attivati nel 2011), la partecipazione ai principali career day a livello nazionale e il sostegno economico a specifici progetti formativi.

Telecom Italia ha siglato con le organizzazioni sindacali 2 importanti accordi per la forma-

zione e l'inserimento in azienda di giovani laureandi e laureati con l'obiettivo di rinnovare le competenze disponibili e sviluppare nuove capacità manageriali, coprendo il divario generazionale.

AVVIATE IMPORTANTI INIZIATIVE PER L'INSERIMENTO IN AZIENDA DI GIOVANI QUALIFICATI

In particolare sono in corso di realizzazione le seguenti iniziative:

- l'avvio di dottorati di ricerca per 95 giovani laureati in Ingegneria ed Economia attraverso la sottoscrizione di convenzioni con numerosi atenei italiani, con l'obiettivo di acquisire persone con competenze eccellenti da dedicare a specifici progetti di ricerca di interesse aziendale;
- la programmazione di 3 nuovi master sull'innovazione tecnologica per il mercato ICT, finalizzati a formare un bacino di risorse con formazione di alto livello su temi di interesse aziendale da cui attingere per future assunzioni. Gli atenei coinvolti sono il Politecnico di Torino, il MIP - Politecnico di Milano e l'Università Federico II di Napoli, per un totale di 65 giovani laureati in ingegneria ed economia;
- l'estensione dei contratti di apprendistato per percorsi di alta formazione, già attivati con il progetto "The day before". Il progetto sperimentale, lanciato da Telecom Italia d'intesa con le organizzazioni sindacali, ha preso avvio in TeleContact Center (TCC) con l'obiettivo di inserire 200 giovani laureandi in ingegneria ed economia: ad oggi sono stati assunti nelle sedi di Napoli, Catanzaro e Caltanissetta 85 laureandi in ingegneria. A luglio l'iniziativa è stata avviata anche in Telecom Italia, in ambito Open Access, per l'inserimento di ulteriori 200 laureandi in ingegneria.
- Sono inoltre proseguite le collaborazioni con il mondo accademico, già consolidate con successo negli anni passati, tra cui il progetto "Network Scuola-Impresa" realizzato in collaborazione con il Centro Elis e il progetto "Leader del Futuro" - borse di sviluppo e merito - realizzato in collaborazione con The European House-Ambrosetti e la Federazione Nazionale Cavalieri del Lavoro.

Iniziativa in Brasile

I principali programmi di selezione portati avanti nel 2011 sono stati:

- "Jovem Aprendiz": avviato nel 2008 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 ha registrato 270 partecipanti nel 2011.
- "Talentos sem Fronteiras": lanciato nel 2009 ha l'obiettivo di ricercare sul mercato giovani neolaureati per costruire una squadra di talenti da formare e sviluppare al fine di costituire il management aziendale del futuro. Alla fine del 2011 sono stati assunti 16 giovani talenti inseriti in aree strategiche del business.
- "Estágio 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 2011 sono stati assunti 166 stagisti.

Iniziativa in Argentina

In Telecom Argentina e Telecom Personal nel 2011 sono stati diversificati e ottimizzati gli strumenti di ricerca di profili esterni con l'ausilio di consulenti di ricerca e head hunter. Nel corso dell'anno sono stati utilizzati i social network e la collaborazione con le università per entrare in contatto con i profili richiesti. Durante il secondo semestre del 2011 è stato avviato un programma pilota d'implementazione di un software integrato per la ricerca e la selezione dei candidati in maniera rapida ed efficace.

1.8 FORMAZIONE

Nel 2011 nel Gruppo sono state realizzate circa 2,2 milioni di ore formazione per costi complessivi pari a oltre 30 milioni di euro. Il 96,8% del personale, pari a 81.452 dipendenti, ha partecipato ad almeno un intervento formativo.

TOTALE PER TIPOLOGIA DI FORMAZIONE (GRUPPO TELECOM ITALIA)

TIPOLOGIA DI FORMAZIONE	TOTALE PER TIPOLOGIA DI FORMAZIONE				
	ORE		Partecipazioni ^(*) (n.)	Partecipanti (n.)	Coverage (%)
Ore totali (n.)	Ore procapite (n.)				
FORMAZIONE SPECIALISTICA	1.848.683	22,0	323.878	44.255	52,6%
DIRIGENTI	3.220	2,5	289	191	15,1%
QUADRI	46.932	7,1	4.389	1.977	29,9%
IMPIEGATI	1.798.531	23,7	319.200	42.087	55,2%
FORMAZIONE MANAGERIALE	116.596	1,4	11.645	5.878	7,0%
DIRIGENTI	25.426	20,1	3.475	762	60,3%
QUADRI	35.324	5,4	3.350	1.749	26,5%
IMPIEGATI	55.846	0,7	4.820	3.367	4,4%
FORMAZIONE ISTITUZIONALE	125.102	1,5	52.906	26.673	31,7%
DIRIGENTI	1.497	1,2	277	163	12,9%
QUADRI	6.426	1,0	9.676	1.851	28,0%
IMPIEGATI	117.179	1,5	42.953	24.659	32,3%
FORMAZIONE D'INSERIMENTO	38.518	0,5	2.823	1.162	1,4%
DIRIGENTI	-	-	-	-	-
QUADRI	313	0,0	20	14	0,2%
IMPIEGATI	38.205	0,5	2.803	1.148	1,5%
FORMAZIONE LINGUISTICA	77.222	0,9	4.982	3.484	4,1%
DIRIGENTI	15.846	12,5	649	326	25,8%
QUADRI	22.199	3,4	1.463	1.159	17,6%
IMPIEGATI	39.177	0,5	2.870	1.999	2,6%
TOTALE	2.206.121	26,2	396.234	81.452	96,8%
DIRIGENTI	45.989	36,4	4.690	1.442	114,1%
QUADRI	111.194	16,8	18.898	6.750	102,2%
IMPIEGATI	2.048.938	26,9	372.646	73.260	96,1%

*

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

I care about myself

Il progetto, avviato a fine 2010, offre ai dipendenti l'opportunità di iscriversi gratuitamente ad uno dei corsi di laurea delle facoltà di giurisprudenza, economia, ingegneria, scienze della

comunicazione, psicologia e lettere dell'Università Telematica Internazionale Uninettuno, con l'obiettivo di favorire lo sviluppo del patrimonio di conoscenze e competenze extra-professionali. Anche i costi d'iscrizione per gli anni successivi al primo sono a carico dell'Azienda per chi avrà superato almeno il 50% dei credi-

ti previsti dall'ordine degli studi. L'iniziativa, condivisa con le principali organizzazioni sindacali di settore - SLC-CGIL, FISTel-CISL e UILCOM-UIL, ha ottenuto un notevole successo. Nel 2011 hanno aderito 2.800 dipendenti che hanno la possibilità di interagire nella Intranet aziendale tramite un blog dedicato al progetto.

In Telecom Italia

Anche nell'anno 2011 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;
- iniziative editoriali on line, sulla Intranet e sulla web TV aziendale;
- 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 (come la tutela dell'ambiente, la sostenibilità, l'etica e il rispetto del D.Lgs. 231 e della privacy).

A fine 2010 è stata avviata la 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, orienta le scelte della scuola che si fa promotrice di incontri di formazione e workshop in cui i professionisti del settore hanno 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 ha promosso un incontro sul tema "Investimento sociale e impresa sostenibile" che ha visto la partecipazione di manager d'azienda e di rappresentanti del mondo accademico e istituzionale.

In Brasile

Tra le principali attività di formazione vi sono:

- il lancio di due nuovi corsi sulla sostenibilità e sulle tecniche di vendita per il personale dell'area consumer;
- un programma di certificazione avanzata destinato al personale di vendita dell'area business, che ha coinvolto 212 dipendenti per una durata totale di 60 ore. Le attività di formazione hanno riguardato anche le nuove offerte commerciali.

In Argentina

Tra le principali iniziative di formazione si ricordano:

- un programma di formazione per i neo-assunti realizzato ormai da 6 anni con l'obiettivo di facilitare l'integrazione e l'orientamento dei neo-assunti in Azienda che mira a trasmettere le informazioni operative necessarie e i valori aziendali di riferimento;

- un programma di certificazione tecnica della conoscenza progettato per contribuire alla professionalizzazione del personale tecnico attraverso la certificazione delle proprie conoscenze. L'iniziativa fa parte del progetto di certificazione professionale del Ministero Nazionale del Lavoro e della Previdenza Sociale e ha il sostegno accademico dell'ITBA (Institute of Technology di Buenos Aires). Nel corso del 2011 circa 187 dipendenti hanno ottenuto un diploma che attesta il livello di esperienza e di conoscenze raggiunto;
- un ciclo di 16 workshop dal titolo "Il dialogo nell'oscurità" che hanno coinvolto oltre 400 dipendenti. Si tratta di un'esperienza nella quale i partecipanti sono esposti a nuove e diverse situazioni mentre perdono temporaneamente la facoltà della vista. Questo progetto, nato da un'idea sviluppata in Germania e implementata in più di 110 città in tutto il mondo, consente ai partecipanti di migliorare la propria intelligenza emotiva e le proprie abilità sociali. Il modulo "incontri invisibili", a cui hanno preso parte oltre 100 dipendenti, è stato tenuto dalla ONG La Usina. Anche in questa attività si è fatto ricorso al concetto di cecità come strumento per guidare gli individui attraverso gli occhi di un'altra persona e costruire un momento di dialogo tra soggetti diversi, utile per riconoscere gli altri e se stessi nella rete di relazioni sociali.

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

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

In tal senso Intranet e il portale rappresentano 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, rendendo disponibili canali strutturati per la raccolta di contributi e proposte. Tra questi il progetto Archimede che in ambito Open Access premia ogni anno le migliori idee innovative e realizzabili al fine di ottimizzare i processi e i servizi offerti, raccogliendo proposte dalle persone direttamente coinvolte nei processi operativi. Il progetto, giunto alla sua quarta edizione, è stato esteso anche al personale dei negozi sociali da cui sono pervenute oltre 600 idee su tre aree di intervento: innovazione, miglioramento dell'efficacia commerciale e dell'efficienza operativa, miglioramento dell'offerta.

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 se-

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).

1.10 COMUNICAZIONE INTERNA

In Telecom Italia

Le principali attività realizzate hanno riguardato:

- iniziative editoriali off line, con la realizzazione delle previste edizioni della rivista diretta ai dipendenti e prodotti multimediali su temi della compliance e della regolamentazione;
- iniziative editoriali on line, sulla Intranet e sulla web TV aziendale.

Le persone di Telecom Italia sono state coinvolte in eventi interni con presenza dal vivo o in collegamento remoto.

UTILIZZO DELLE CONVENTION MULTIMEDIALI PER FAVORIRE IL DIALOGO IN AZIENDA MINIMIZZANDO GLI SPOSTAMENTI SUL TERRITORIO E QUINDI LE EMISSIONI DI CO₂

Per gli eventi a più alta partecipazione è stata consolidata la modalità della convention multimediale che ha consentito 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.

Tra i principali eventi realizzati con questa modalità ci sono le 2 edizioni di "Parli@mone" in cui il Vertice di Telecom Italia ha dialogato con i dipendenti collegati in video-streaming su temi organizzativi e strategici. A tutte le domande pervenute è stata data risposta direttamente nel corso dell'evento o successivamente.

In Brasile

Per favorire l'integrazione interna e promuovere la corporate identity e i valori aziendali sono stati lanciati per il secondo anno consecutivo i giochi olimpici, un campionato interno che prevede 6 specialità sportive e al quale hanno partecipato più di 2.000 dipendenti ripartiti in 230 squadre.

Sono state inoltre promosse attività di comunicazione interna dedicate alla salute, alla sicurezza, all'ambiente e alle attività di volontariato.

In Argentina

È attiva NeoTV, un canale di contenuti multimediali che trasmette programmi in streaming in tutte le sedi aziendali su temi che includono la salute, la presentazione dei team di lavoro e le evoluzioni del business aziendale. È stato sviluppato Tecotwitt, uno strumento simile a Twitter che permette a tutti i dipendenti di partecipare a discussioni sui temi d'interesse.

1.11 TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA

Nel corso del 2011 sono state avviate o sono proseguite nel Gruppo Telecom Italia alcune iniziative specifiche in materia di salute e sicurezza sul lavoro, tra cui riveste particolare

importanza la valutazione dello stress da lavoro. Tale iniziativa è stata realizzata attraverso un percorso metodologico che ha previsto una rilevazione basata su indicatori legati sia al contesto sia al contenuto del lavoro (per es. assenze per malattie, ferie non godute, procedimenti disciplinari, indici infortunistici, autonomia decisionale, rapporti interpersonali, interfaccia casa/lavoro, ambienti di lavoro, carichi e ritmi di lavoro), rilevati attraverso apposite check list. La valutazione, che ha riguardato tutti i lavoratori a prescindere dall'ambito organizzativo in cui operano, è stata svolta suddividendo gli stessi in 12 gruppi omogenei, individuati prendendo a riferimento vari criteri, tra cui la tipologia delle mansioni svolte, le modalità di espletamento delle stesse e l'ambito organizzativo di appartenenza.

Le check list di contesto e contenuto sono state applicate attraverso specifiche sessioni di lavoro alle quali hanno partecipato rappresentanti dei lavoratori, della funzione Risorse Umane e del Servizio di Prevenzione e Protezione. Gli esiti della valutazione effettuata, che non ha evidenziando diffuse situazioni di stress da lavoro ma una stima di rischio medio in tre gruppi omogenei, sono stati condivisi con i rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza e con le altre parti interessate, con le quali è stata concordata anche la modalità per l'individuazione delle azioni di miglioramento.

Per la descrizione delle altre iniziative di salute e sicurezza realizzate in Italia, Brasile e Argentina si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

Infortunati

Il tema della sicurezza sul lavoro continua a essere oggetto di costante attenzione da parte del Gruppo e si concretizza principalmente nella verifica dell'applicazione delle misure di controllo del rischio e nell'impegno formativo volto a diffondere la logica del rispetto e della tutela nei confronti di sé stessi e degli altri. Analoga attenzione è posta all'addestramento per le attività di esercizio e manutenzione degli impianti di Tlc che comportano la salita in quota (su pali, scale e tralicci) per l'acquisizione della giusta consapevolezza riguardo ai corretti comportamenti da tenere durante l'attività lavorativa. Ulteriore sforzo formativo/addestrativo è indirizzato ai corsi di guida sicura (attivi dal 2007) che nel 2011 hanno visto il coinvolgimento di oltre 600 risorse che utilizzano in maniera continuativa l'autovettura aziendale.

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

	2011	2010
NUMERO INFORTUNI (ESCLUSI IN ITINERE)	657	873
INDICE DI GRAVITÀ(*)	0,29	0,20
INDICE DI FREQUENZA(*)	8,99	10,91
DURATA MEDIA IN ORE	114,14	136,44
INDICE DI IMPRODUTTIVITÀ(*)	1,25	1,80
INFORTUNI X 100 LAVORATORI	1,35	1,70

*

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

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

Il fenomeno infortunistico relativo all'anno 2011 presenta una generale diminuzione dei dati statistici, ad eccezione dell'indice di gravità, aumentato a seguito di un infortunio mortale sul lavoro causato da un incidente automobilistico (nessun infortunio mortale nel 2010).

1.12 RELAZIONI INDUSTRIALI

In Telecom Italia

Il 2011 è stato caratterizzato da molteplici sessioni informative e di confronto con le organizzazioni sindacali dedicate alla presentazione degli interventi di riorganizzazione che hanno interessato le varie funzioni aziendali (Customer, Technology, Staff) e alla disamina degli eventuali riflessi sul personale.

Le rappresentanze sindacali sono state coinvolte nel percorso di certificazione etica d'impresa della funzione aziendale Open Access (Certificazione SA 8000). Ottenuta nel mese di maggio 2011, la certificazione è relativa alla performance etica aziendale e rappresenta uno strumento per segnalare ai consumatori che i prodotti dell'impresa sono stati ottenuti rispettando le condizioni di lavoro e i diritti umani nello svolgimento di tutte le attività produttive.

In relazione al contratto di solidarietà applicato a circa 29.200 lavoratori di Telecom Italia S.p.A. per il biennio 8 novembre 2010 – 7 novembre 2012, in coerenza con quanto previsto dall'accordo del 25 ottobre 2010, Azienda e organizzazioni sindacali hanno effettuato specifici incontri di verifica finalizzati ad approfondire le numerose iniziative poste in essere da Telecom Italia S.p.A. per favorire la riconversione del personale in esubero. La leva formativa rappresenta uno degli elementi cardine per favorire la realizzazione dei processi di riqualificazione del personale e in quest'ottica sono stati condivisi con le organizzazioni sindacali specifici progetti.

È STATO CONCORDATO CON LE ORGANIZZAZIONI SINDACALI L'IMPEGNO A FAVORIRE IL CONSEGUIMENTO DEL DIPLOMA DI PERITO IN ELETTRONICA E TELECOMUNICAZIONI DA PARTE DI 60 COLLEGHE

Sempre nell'ambito dei progetti formativi avviati nel 2011 Telecom Italia ha dedicato alle donne in Azienda un'iniziativa per consentire di investire sul proprio futuro, grazie alla crescita personale. Il progetto, condiviso con le organizzazioni sindacali con accordo del 7 settembre 2011, ha offerto la possibilità a 60 colleghe di Roma, Milano e Torino, di poter conseguire, a spese dell'Azienda, il diploma di perito in elettronica e telecomunicazioni. L'adesione è volontaria e l'Azienda, oltre a sostenere l'impegno economico per

la frequenza dei corsi e lo studio, ha previsto misure idonee al mantenimento di un equilibrio sostenibile tra vita privata e lavoro.

Nell'ambito delle iniziative avviate da Telecom Italia, quale impresa sostenibile che concorre allo sviluppo economico e sociale del Paese, si inserisce con particolare rilievo il Progetto di Alto Apprendistato. L'iniziativa, condivisa anche con le organizzazioni sindacali SLC-CGIL, FISTel-CISL, UILCom-UIL con accordo siglato il 4 marzo 2011, è finalizzata a favorire l'incontro tra il mondo accademico e quello del lavoro nelle aree del Sud del Paese (cfr. anche il progetto "The Day Before" al § Selezione).

Per rafforzare il proprio impegno ed estendere la copertura territoriale di tali iniziative Telecom Italia S.p.A. ha condiviso con le organizzazioni sindacali, con accordo sottoscritto il 27 luglio 2011, ulteriori progetti per la realizzazione di iniziative innovative e concrete.

Il 19 maggio 2011 Telecom Italia S.p.A. e le segreterie nazionali SLC-CGIL, FISTel-CISL e UILCom-UIL hanno sottoscritto un accordo in tema di detassazione agevolata, in coerenza con la disciplina normativa introdotta sul tema. L'intesa consente al personale titolare di reddito di lavoro dipendente, non superiore a una determinata soglia,

di beneficiare dei vantaggi fiscali previsti per il periodo d'imposta 2011.

Nel rispetto della vigente disciplina legislativa in materia di trasferimenti di azienda Telecom Italia S.p.A. ha coinvolto le rappresentanze sindacali interessate nelle due procedure, che si sono concluse con esami congiunti positivi, realizzate nel corso dell'anno:

- la prima, esperita nel mese di maggio, è relativa al trasferimento, mediante scissione parziale, da parte di Matrix S.p.A del proprio ramo di attività denominato "Market & Technology Captive" a Telecom Italia S.p.A.

Azienda e sindacato hanno sottoscritto uno specifico accordo di armonizzazione dei trattamenti normativi che saranno applicati a tutte le risorse confluite dal 1° ottobre 2011 in Telecom Italia S.p.A.;

- la seconda, conclusa nel mese di settembre, interessa tutti i lavoratori della società Telecom Italia Audit & Compliance Services S.c. a r.l. che, a seguito della fusione per incorporazione, non prima del 1° gennaio 2012 saranno trasferiti in continuità a Telecom Italia S.p.A.

In coerenza con le intese condivise fra le parti sociali nell'ambito dell'accordo quadro del 4 agosto 2010 per la gestione delle eccedenze di Telecom Italia S.p.A., lo scorso 27 luglio è stata definita tra l'Azienda e le organizzazioni sindacali la proroga per un ulteriore biennio del Contratto di solidarietà di tipo "difensivo" che sarà applicato fino al 31 agosto 2013 nei confronti delle risorse operanti nella struttura aziendale Directory Assistance (12.54, assurance dati elenchi, centralini, centro di lavoro servizi internazionali, supporti territoriali). Per i lavoratori in questione è prevista una parziale integrazione da parte dell'INPS della retribuzione non percepita per effetto della riduzione dell'orario di lavoro.

Nel mese di aprile le principali organizzazioni sindacali di settore (SLC-CGIL, FISTel-CISL e UILCom-UIL) hanno condiviso un'intesa sulle iniziative avviate rispettivamente da Pathnet S.p.A. e da Telecom Italia Sparkle S.p.A. per offrire l'opportunità ai propri dipendenti di iscriversi, per il biennio 2010-2011, ad uno dei corsi di laurea attivati presso le facoltà di giurisprudenza, economia, ingegneria, scienze della comunicazione, psicologia e lettere dell'Università Telematica Internazionale Uninettuno ([cfr. anche il progetto "I care about myself" al § Formazione](#)).

In Telecom Italia Media

Nel corso dell'anno il confronto con la rappresentanza sindacale dei giornalisti, tutt'ora in corso, ha riguardato prevalentemente l'approfondimento di aspetti normativi specifici contenuti nel contratto nazionale di lavoro giornalistico e gli accordi di secondo livello.

In data 21 dicembre 2011 è stato sottoscritto un accordo con le RSU di Telecom Italia Media, SLC-CGIL, UILCom-UIL e FISTel-CISL nazionali e territoriali che prevede il rinnovo di un accordo sindacale per l'elevazione del limite complessivo previsto dalla legge quale durata massima del rapporto a tempo determinato secondo l'articolo 5, comma 4-bis del decreto legislativo del 6 settembre 2001, n. 368, come modificato dalla legge 133/2008. Tale limite è stato elevato da 36 a 63 mesi complessivi. L'accordo ha inoltre disciplinato, per alcuni aspetti, la materia delle assunzioni a termine, a tempo indeterminato e alcuni temi relativi alla disciplina del rapporto di lavoro.

In relazione ai rapporti con la rappresentanza sindacale non giornalistica si segnala che in data 20 maggio 2011 le società Telecom Italia Media S.p.A. e Telecom Italia Media Broadcasting S.r.l. hanno sottoscritto congiuntamente alle rappresentanze sindacali nazionali, territoriali e le RSU aziendali un accordo relativo alle modalità di elezione e di funzionamento delle rappresentanze sindacali unitarie e dei rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza. Nella stessa data è stato siglato anche un accordo tra la società Telecom Italia Media Broadcasting S.r.l. e le rappresentanze sindacali nazionali e territoriali che, tenuto

conto dei risultati aziendali in forte miglioramento, valorizza il contributo offerto dai lavoratori a sostegno della crescita complessiva dell'Azienda, avvenuta nell'ultimo anno in modo significativo.

Si segnala infine che il 16 febbraio 2011 è stato sottoscritto il rinnovo del contratto collettivo nazionale di lavoro per i dipendenti di imprese radio televisive private.

In Brasile

All'inizio del 2011 l'Azienda ha siglato il contratto collettivo nazionale (valido sino a novembre 2011) con 26 sindacati. I termini della proposta finale sono stati accettati da 21 sindacati (che rappresentano circa il 97% dei dipendenti) e si sta concludendo la fase finale di adeguamento per il 3% mancante.

Nel mese di settembre l'Azienda ha avviato una nuova fase di negoziati con i sindacati che si sono conclusi con successo con 19 sindacati in rappresentanza di circa il 90% dei dipendenti per la sigla di un nuovo contratto di lavoro (valido sino a novembre 2012). La proposta finale include gli accordi di distribuzione degli utili per il biennio 2011-2012. Il percorso negoziale è proseguito con i sindacati con cui non è stato raggiunto l'accordo.

In Argentina

Dal 2010 le organizzazioni sindacali del settore della telefonia sono riunite nell'Unione sindacale per le Telecomunicazioni, MUS (Mesa de Unidad Sindical de las Telecomunicaciones), che rappresenta il principale spazio di dialogo per le varie questioni oggetto di negoziazione. Nel 2011 sono stati condotti dei negoziati congiunti e sono stati pattuiti degli aumenti salariali con validità sino al 2012.

È PROSEGUITA NEL 2011 IN ARGENTINA L'APPLICAZIONE DELL'ACCORDO DI TELELAVORO A 600 DIPENDENTI DISTRIBUITI IN 11 PROVINCE

Nel corso del 2011 è proseguita l'applicazione del telelavoro nell'ambito del programma pilota di attuazione e promozione del telelavoro nelle imprese private PROPET (Programa Piloto de Seguimiento y Promoción del Teletrabajo en Empresas Privadas) del Ministero Nazionale del Lavoro MTEYSS (Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social), inteso come ulteriore strumento per migliorare l'equilibrio tra lavoro e vita privata. Il programma è stato applicato nel corso del 2011 a 600 dipendenti appartenenti a varie aree aziendali e distribuiti in 11 province.

1.13 POLITICA DI REMUNERAZIONE

Nel 2011 le politiche retributive perseguono l'obiettivo di raffreddare gli effetti incrementali determinati dalla crescita nel tempo della componente fissa del costo del lavoro. Gli interventi sono stati focalizzati sugli elementi variabili della retribuzione, con l'impiego esclusivo di strumenti "una tantum" secondo logiche di maggiore selettività rispetto al passato. Gli interventi sulla retribuzione fissa sono stati congelati, fatti salvi eccezionali provvedimenti nei confronti di persone operanti in funzioni rilevanti di core business e caratterizzate dall'effettiva presenza di rischi di tipo competitivo. Il sistema MBO 2011, unico strumento di incentivazione formalizzata di breve termine, destinato alla popolazione manageriale e a quella professionale di particolare pregio, conferma, in continuità con il biennio precedente, l'importanza attribuita sia ai target macro-economici aziendali sia agli obiettivi di funzione. Nel 2011 si mantiene l'investimento nella valorizzazione delle componenti non monetarie del pacchetto retributivo (benefit aziendali). Telecom Italia si è dotata di un sistema d'incentivazione di lungo termine che accomuna il Vertice esecutivo, il top management e una parte selezionata della dirigenza rispetto al conseguimento di obiettivi

di performance triennali predefiniti, al fine di rafforzare il legame tra la remunerazione del management e la performance aziendale, garantendo la sostenibilità dei risultati aziendali nel lungo periodo.

Stakeholder di riferimento	Obiettivi oggetto di incentivazione
Clienti	<ul style="list-style-type: none"> • Customer satisfaction • Qualità del servizio erogato • Qualità del servizio percepita dai clienti consumer e business • Qualità del servizio percepita dagli altri operatori nazionali di telefonia fissa e mobile
Risorse Umane	<ul style="list-style-type: none"> • Salute e sicurezza dei dipendenti • Programmi di formazione e crescita professionale • Attività di welfare (People Caring) e benessere per i dipendenti
Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Consumi di materiali, energia
Azionisti e Istituzioni	<ul style="list-style-type: none"> • Qualità e tempestività dell'informativa societaria
Comunità	<ul style="list-style-type: none"> • Organizzazione di manifestazioni ed eventi corporate • Qualità di iniziative/progetti corporate

1.14 PIANO DI AZIONARIATO DIFFUSO 2010-2014

Telecom Italia ha varato nel 2010 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.

Nella prima fase di sottoscrizione, che si è svolta dal 28 giugno al 9 luglio del 2010, tutti i dipendenti hanno avuto la possibilità di sottoscrivere azioni ordinarie, con uno sconto del 10% rispetto al prezzo di mercato fino al controvalore massimo di 3 mila euro.

Il 2 agosto 2011 si è conclusa la seconda fase del piano, ovvero l'assegnazione di una azione gratuita ogni tre azioni sottoscritte a pagamento a coloro che hanno rispettato le condizioni previste dal piano, mantenendo la proprietà delle azioni sottoscritte per un anno e del rapporto di lavoro dipendente con una società del Gruppo.

Il piano rispetta le condizioni per l'accesso al regime fiscale agevolato, di cui all'art. 51 del testo unico delle imposte sui redditi. 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.





L'importanza di un'informazione corretta verso tutti

2. AZIONISTI

2.1 STRATEGIA

Le società del Gruppo sono consapevoli dell'importanza che un'informazione corretta sulle proprie attività riveste per il mercato, 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.

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

2.2 STAKEHOLDER E LORO ASPETTATIVE

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

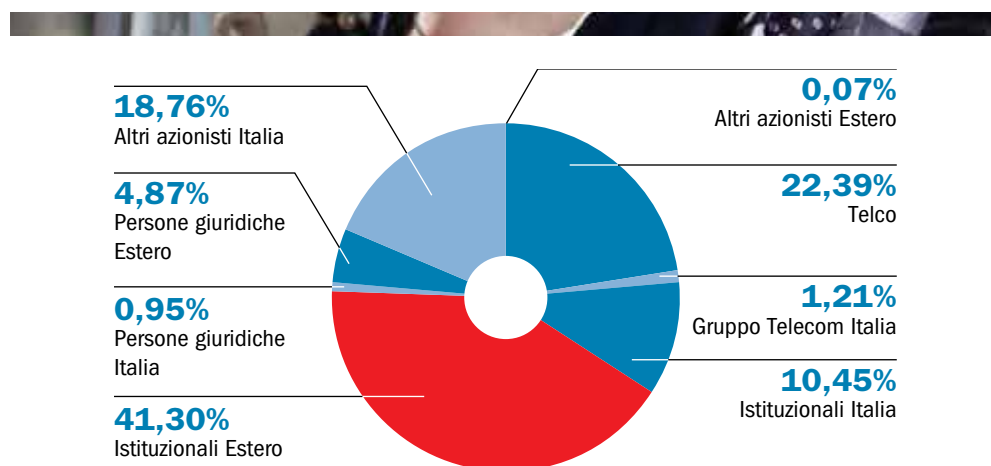
Le loro aspettative comuni riguardano:

- 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:

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

Si riporta di seguito la composizione del capitale azionario al 31 dicembre 2011⁽²⁰⁾.



2.3 COMUNICAZIONE FINANZIARIA

Nel corso del 2011 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 350 investitori a cui si aggiungono i contatti diretti e le conversazioni telefoniche che il team Investor Relations 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 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 que-

²⁰

Fonte: Libro dei Soci al 31 dicembre 2011 integrato da comunicazioni ricevute e da altre informazioni a disposizione.

sta 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 500 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” (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 allo stesso 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 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 on line, il sito Internet telecomitalia.com viene costantemente aggiornato. Telecom Italia ha conseguito quest’anno il primo posto assoluto nelle classifiche “KWD Webranking 2011” italiana ed europea redatte da KWD, divisione digitale di Hallvarsson & Halvarsson, società svedese che valuta e premia le società quotate più attente alla comunicazione corporate e finanziaria sul web.

2.4 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)⁽²¹⁾. 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 & International Development ed è composto:

- dall’Amministratore Delegato Domestic o Director Presidente TIM Brasil o Direttore Generale Esecutivo Telecom Argentina o Vice Presidente e Amministratore Delegato Telecom Italia Media, in relazione alle tematiche trattate;
- dai responsabili delle funzioni Legal Affairs, Human Resources and Organization, Supply Chain & Real Estate, Security;
- dal Group Compliance Officer;
- dal responsabile della funzione Risk Management di Administration, Finance and Control & International Development.

Il responsabile della funzione Risk Management svolge la funzione di supporto al coordinamento del Comitato. I responsabili di altre funzioni sono coinvolti in relazione alle specifiche tematiche trattate.

²¹

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

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 basato sull'approccio ERM, finalizzato a garantire la continuità operativa del business aziendale. Tale approccio prevede:

- la valutazione del profilo di rischio da parte del management, sia in relazione ai processi aziendali sia in relazione agli obiettivi strategici;
- la mappatura dei rischi con focus specifico su quelli ritenuti più significativi;
- la costituzione di gruppi di lavoro interfunzionali definiti dal Comitato di Risk Management per l'implementazione di piani di azioni (action plan) di mitigazione dedicati e di Key Risk Indicators di controllo.

Il processo è aggiornato su base annuale (o con maggiore frequenza), a discrezione del Comitato di Risk Management. Nel corso del 2011:

- sono state concluse le fasi previste dal ciclo ERM 2010 con l'aggiornamento del grado di maturità del processo di gestione dei rischi, la definizione degli action plan dei rischi principali e il monitoraggio di quest'ultimi mediante un cruscotto (risk dashboard) trimestrale;
- è stato avviato il ciclo ERM 2011;
- è stato definito il corporate risk profile 2011 (profilo di rischio) del Gruppo (esclusa Telecom Argentina) 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 2012;
- il Comitato di Gruppo di Risk Management ha approvato nel mese di settembre la versione aggiornata delle "Linee Guida di Risk Management nel Gruppo Telecom Italia" e la procedura organizzativa "Enterprise Risk Management nel Gruppo Telecom Italia", documenti finalizzati a fornire alle aziende del Gruppo uno strumento di riferimento nell'attività quotidiana di governo dei rischi nonché a regolamentare il processo ERM.

2.5 CORPORATE GOVERNANCE

Premessa

Il sistema di corporate governance di Telecom Italia, articolato secondo il modello tradizionale, è in linea con i principi contenuti nel Codice di Autodisciplina redatto dal Comitato per la corporate governance di Borsa Italiana (consultabile al link borsaitaliana.it), al quale la Società aderisce. Sono peraltro in corso analisi e approfondimenti, a cura di un gruppo di lavoro misto, con l'intervento del Vice Presidente del Consiglio di Amministrazione e di esponenti del Comitato per il controllo interno e per la corporate governance, oltre che del management, in vista dell'adeguamento degli assetti interni di governo alle modifiche introdotte nel suddetto Codice nel dicembre 2011.

Di seguito si riporta un estratto della Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari dell'esercizio 2011 di Telecom Italia S.p.A. (di seguito "Relazione"). Il testo integrale è pubblicato nella sezione Governance del sito telecomitalia.com.

Informazioni sugli assetti proprietari

Si rinvia al testo integrale della Relazione per le informazioni relative a:

- a) Struttura del capitale sociale
- b) Restrizioni al trasferimento di titoli
- c) Partecipazioni rilevanti nel capitale

- d) Titoli che conferiscono diritti speciali di controllo
- e) Partecipazione azionaria dei dipendenti: meccanismo di esercizio dei diritti di voto
- f) Restrizioni al diritto di voto
- g) Accordi tra azionisti
- h) Clausole di change of control
- i) Deleghe ad aumentare il capitale sociale e autorizzazioni all'acquisto di azioni proprie
- j) 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 ad 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.

Come indicato in Premessa, Telecom Italia aderisce al Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana 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 del Gruppo Telecom Argentina, controllate tramite Sofora Telecomunicaciones 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

Ai sensi dell'art. 9 dello Statuto sociale (di cui è proposta la modifica all'Assemblea del 15 maggio 2012 per adeguamento alle disposizioni di legge in materia di equilibrio tra i generi), 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 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. 18083 del 25 gennaio 2012 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

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

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.

Il Consiglio di Amministrazione nella riunione del 1° dicembre 2011 ha adottato una procedura per la pianificazione della successione degli Amministratori Esecutivi per la quale si rinvia al testo integrale della Relazione.

Composizione

L'Assemblea del 12 aprile 2011 ha determinato in 15 il numero dei componenti il Consiglio di Amministrazione e in tre esercizi (fino all'Assemblea convocata per l'approvazione del Bilancio al 31 dicembre 2013) la durata del mandato. È stato altresì autorizzato il proseguimento da parte dei Consiglieri delle attività indicate nei rispettivi curricula vitae, con svincolo dal divieto di concorrenza ai sensi dell'art. 2390 c.c.

Per informazioni in merito alle liste da cui sono stati tratti gli Amministratori e alla composizione del Consiglio di Amministrazione si rinvia al testo integrale della Relazione, su cui sono riportate anche le condizioni di incompatibilità con altri incarichi previste dal Codice di Autodisciplina di Telecom Italia. I curricula vitae dei componenti l'organo amministrativo sono disponibili sulla sezione Governance del sito Internet telecomitalia.com.

Ruolo del Consiglio di Amministrazione

Nel corso del 2011 si sono tenute tredici riunioni del Consiglio di Amministrazione; agli Amministratori è stata trasmessa, con la tempestività compatibile con le circostanze del caso (di regola: il venerdì precedente il giorno di tenuta della riunione), documentazione volta a consentire una partecipazione informata ai lavori. Quando richiesto dagli argomenti trattati, sono stati invitati a partecipare alle riunioni esponenti del management aziendale o consulenti esterni, che hanno assicurato il necessario supporto tecnico-professionale. La durata media delle adunanze è stata di circa 3 ore. La percentuale di presenze è stata del 92,20% (98,17% per gli Amministratori indipendenti). Le riunioni programmate per l'anno 2012 sono dieci, di cui tre già svolte.

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. In particolare, il Consiglio avoca a sé, fra l'altro:

- l'esame e l'approvazione dei piani strategici, industriali e finanziari nonché del budget;
- l'esame e l'approvazione delle operazioni strategiche;
- la verifica dell'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile, con particolare riferimento al sistema di controllo interno;
- la redazione e l'adozione delle regole di corporate governance della Società e la definizione delle linee guida della corporate governance del Gruppo;
- la definizione dei limiti, della modalità di esercizio e della periodicità con la quale gli organi delegati devono riferire circa l'attività svolta;
- la designazione alle cariche di Presidente e di Amministratore Delegato delle controllate

di rilievo strategico;

- la vigilanza sul generale andamento della gestione, confrontando periodicamente i risultati conseguiti con quelli programmati.

Rientrano nell'ambito delle operazioni strategiche soggette a preventiva approvazione consiliare:

- gli accordi con competitors del Gruppo che per l'oggetto, gli impegni, i condizionamenti, i limiti che ne possono derivare incidano durevolmente sulla libertà delle scelte strategiche imprenditoriali;
- gli atti e le operazioni che comportano ingresso in (oppure uscita da) mercati geografici e/o merceologici;
- gli investimenti e i disinvestimenti industriali, di valore superiore a 250 milioni di euro;
- gli atti di acquisto e disposizione di aziende o rami di azienda che abbiano rilevanza strategica nel quadro della complessiva attività imprenditoriale o comunque valore superiore a 250 milioni di euro;
- gli atti di acquisto e disposizione di partecipazioni di controllo e di collegamento di valore superiore a 250 milioni di euro, e comunque (anche se di valore inferiore) in società esercenti attività ricompresa nel core business del Gruppo, nonché la stipula di accordi sull'esercizio dei diritti inerenti a tali partecipazioni;
- l'assunzione di finanziamenti per importi superiori a 500 milioni di euro, nonché l'erogazione di finanziamenti e il rilascio di garanzie nell'interesse di società non controllate per importi superiori a 250 milioni di euro;
- le operazioni di cui sopra, da realizzarsi da società controllate non quotate del Gruppo, fatte salve le controllate di società quotate controllate;
- il listing e il delisting in mercati regolamentati europei o extraeuropei di strumenti finanziari emessi dalla Società o da società del Gruppo;
- le istruzioni da impartire alle società controllate quotate (e loro controllate), nell'esercizio dell'attività di direzione e coordinamento della Capogruppo, per il compimento di operazioni con le caratteristiche di cui sopra.

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 di budget, in sede di esame delle relazioni finanziarie.

Il Consiglio di Amministrazione ha valutato 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.

Il Consiglio di Amministrazione, esaminate le proposte del Comitato per le nomine e la remunerazione e sentito il Collegio Sindacale, ha determinato la remunerazione del Presidente Esecutivo e dell'Amministratore Delegato nonché la suddivisione del compenso globale, deliberato dall'Assemblea, spettante ai membri del Consiglio: cfr. la Relazione sulla remunerazione approvata in data 29 marzo 2012 pubblicata sul canale Governance del sito Internet telecomitalia.com.

Anche per il 2011 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. Come già nel 2009 e nel 2010 il supporto nella preparazione e nell'esecuzione dell'assessment è stato fornito da SpencerStuart.

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; (iii) confronto con le best practices adottate da altre società.

Dall'autovalutazione è emerso un quadro complessivamente positivo. Si tratta di un Consiglio costruttivo e positivo, caratterizzato da un lavoro di gruppo efficace e produttivo, i cui componenti partecipano assiduamente alle riunioni. È apprezzata la modalità di conduzione dei lavori, che assicura un'efficace gestione del processo di formazione delle decisioni, in termini di informazioni messe a disposizione, istruttoria svolta dai Comitati e qualità del dibattito. È stato giudicato positivamente 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.

**ANCHE NEL 2011 È STATA EFFETTUATA
L'AUTOVALUTAZIONE DELLA DIMENSIONE
DELLA COMPOSIZIONE E DEL
FUNZIONAMENTO DEL CONSIGLIO E
DEI SUOI COMITATI**

Il livello di conoscenza dei fattori chiave del business e delle evoluzioni tecnologiche costituisce, a opinione degli interessati, un'area suscettibile di miglioramento. Il Consiglio ritiene opportuno ampliare ulteriormente il dibattito e la condivisione delle strategie, delle tematiche organizzative e d'investimento e dell'analisi dei rischi aziendali. A tale riguardo è stata manifestata soddisfazione per l'organizzazione di incontri informali, anche off-site, con il management, che hanno rappresentato occasioni di networking e approfondimento di temi di interesse.

In generale il Consiglio manifesta l'opinione che l'assessment contribuisca al miglioramento del suo funzionamento. In particolare sono state apprezzate la realizzazione delle iniziative indicate nell'action plan definito in esito al precedente esercizio di autovalutazione e l'utilizzo delle risultanze della board review 2011 per l'attivazione di ulteriori processi di miglioramento.

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 13 aprile 2011, a valle del rinnovo deliberato dall'Assemblea del 12 aprile 2011, il Consiglio di Amministrazione ha nominato Presidente Esecutivo Franco Bernabè, Vice Presidente Aldo Minucci e Amministratore Delegato Marco Patuano.

Al Presidente sono stati attribuiti, oltre alla rappresentanza legale della Società, come per Statuto, e a tutti i poteri, da esercitarsi con firma singola, necessari per compiere gli atti pertinenti all'attività sociale nelle sue diverse esplicazioni,

- il governo complessivo del Gruppo, ivi incluso il coordinamento dell'attività dell'Amministratore Delegato, e la definizione delle linee di indirizzo strategico dell'Impresa;
- la responsabilità delle operazioni straordinarie e di finanza straordinaria da proporre al Consiglio di Amministrazione.

Al Vice Presidente sono stati conferiti la rappresentanza della Società, come per Statuto, in caso di assenza o impedimento del Presidente e la delega in materia di funzionalità del sistema di controllo interno, intesa come rappresentanza per suo tramite del plenum del Consiglio di Amministrazione nei confronti delle funzioni di controllo.

All'Amministratore Delegato è stato attribuito, oltre alla rappresentanza legale della Socie-

tà e a tutti i poteri, da esercitarsi con firma singola, necessari per compiere gli atti pertinenti all'attività sociale nelle sue diverse esplicazioni, il governo complessivo delle operazioni nazionali.

Dal 2008 è presente un Comitato Esecutivo, 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. Nella riunione del 13 aprile 2011, il Consiglio ha affidato al Comitato Esecutivo il compito di esprimere un parere preventivo sulle operazioni che, per loro natura, rilievo strategico, entità o impegni che possono comportare, abbiano incidenza notevole sull'attività della Società e del Gruppo. Il Comitato riferisce al Consiglio sulle attività effettuate nelle forme più opportune e, comunque, di volta in volta nella prima riunione utile.

Nel corso del 2011 il Comitato ha tenuto cinque riunioni, con durata media di circa 1,3 ore. La percentuale di presenze è stata del 97,14% (100% per gli Amministratori indipendenti). Nel 2012 sono state programmate tre riunioni, di cui una già tenuta.

Altri Consiglieri esecutivi

Si considerano Amministratori esecutivi il Presidente e l'Amministratore Delegato.

All'atto dell'assunzione della carica il Vice Presidente, delegato in materia di funzionalità del sistema di controllo interno, ha precisato che detta delega va intesa in termini di mera rappresentanza per suo tramite del plenum del Consiglio di Amministrazione, con conseguente esclusione dell'assunzione di un ruolo esecutivo.

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 Lucia Calvosa, Elio Cosimo Catania, Massimo Egidi, Jean Paul Fitoussi, Mauro Sentinelli e Luigi Zingales.

Il Consiglio di Amministrazione, nella riunione del 29 marzo 2012, ha effettuato la verifica sui requisiti di indipendenza dei suoi componenti, constatando il rispetto dei requisiti di composizione dell'organo amministrativo (presenza di almeno due Consiglieri indipendenti alla stregua 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 il Consigliere Luigi Zingales.

Egli 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 2011 dette riunioni sono state sette.

IL LEAD INDEPENDENT DIRECTOR È IL PUNTO DI RIFERIMENTO DEGLI AMMINISTRATORI INDIPENDENTI E NE COORDINA LE ISTANZE E I CONTRIBUTI

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

Telecom Italia dispone di apposite procedure di classificazione e gestione delle informazioni sotto il profilo della riservatezza.

È stata inoltre adottata una procedura per la gestione interna e la comunicazione all'esterno di documenti e informazioni riguardanti la Società, con specifico riferimento alle informazioni privilegiate, consultabile sulla sezione Governance del sito telecomitalia.com.

La procedura disciplina la gestione delle informazioni privilegiate relative a Telecom Italia, alle sue controllate non quotate e agli strumenti finanziari quotati del Gruppo e di essa sono destinatari tutti i componenti degli organi sociali così come i dipendenti e i collaboratori esterni che si trovino ad avere accesso a informazioni suscettibili di evolvere in informazioni privilegiate (c.d. informazioni market sensitive). Essa vale, altresì, come istruzione a tutte le società controllate, al fine di ottenere dalle stesse, senza indugio, le informazioni necessarie per il tempestivo e corretto adempimento degli obblighi di comunicazione al pubblico.

La procedura in questione disciplina, infine, l'istituto del registro delle persone aventi accesso alle informazioni privilegiate (artt. 152-bis e seguenti del Regolamento Emittenti).

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⁽²²⁾

Il Comitato è composto da quattro amministratori non esecutivi, in maggioranza indipendenti (di cui almeno uno tratto da una lista di minoranza, ex Codice di Autodisciplina della Società), tutti a vario titolo in possesso di adeguate conoscenza ed esperienza in materia contabile e finanziaria. Per la sua attuale composizione si rinvia al testo integrale della Relazione. A partire dalla ricostituzione del Comitato, a valle del rinnovo del Consiglio di Amministrazione deliberato dall'Assemblea del 12 aprile 2011, alle riunioni partecipa il Presidente del Collegio Sindacale (o, in caso di sua impossibilità di intervenire, altro Sindaco da questi designato).

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 e
- sulla proposta di candidature al Consiglio in caso di sostituzione, nel corso del mandato, di un Consigliere indipendente.

22

Come specificato in Premessa, è in corso l'adeguamento delle regole interne aziendali alle modifiche del Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana introdotte in data 5 dicembre 2011.

Il Consiglio, nella riunione del 13 aprile 2011, ha affidato al Comitato per le nomine e la remunerazione la responsabilità in materia di processo di successione e rimpiazzo del management e di selezione/designazione del componente esterno dell'Organismo di Vigilanza, oltre che il compito di formulare proposte in ordine ai criteri di riparto del compenso complessivo stabilito dall'Assemblea per l'intero Consiglio di Amministrazione. Per informazioni in merito alle ulteriori attività condotte dal Comitato nel 2011 si rinvia al testo integrale della Relazione.

Remunerazione degli amministratori, dei direttori generali e dei dirigenti con responsabilità strategiche

Le informazioni della presente sezione e quelle richieste dall'articolo 123-bis, comma primo, lettera i), riguardanti gli accordi tra la Società e gli amministratori che prevedono indennità in caso di dimissioni o licenziamento senza giusta causa o nel caso in cui il loro rapporto di lavoro cessi a seguito di un'offerta pubblica di acquisto, sono rese disponibili nella Relazione sulla remunerazione pubblicata ai sensi dell'art. 123-ter del TUF e disponibile nel canale Governance del sito telecomitalia.com.

Comitato per il controllo interno e per la corporate governance⁽²³⁾

Al Comitato per il controllo interno e per la corporate governance, presente nella struttura di governance della Società dal 2000, spettano funzioni consultive e propositive.

Esso:

- assiste il Consiglio e, su richiesta, gli Amministratori Delegati nell'espletamento dei compiti relativi al sistema di controllo interno della Società;
- valuta il piano di lavoro preparato dal preposto al controllo interno, che al Comitato invia proprie relazioni periodiche (su base trimestrale, con aggiornamento di volta in volta rispetto alle risultanze più significative delle attività svolte);
- valuta, unitamente ai responsabili amministrativi della Società, al dirigente preposto alla redazione dei contabili societari, sentito il revisore legale, il corretto utilizzo dei principi contabili e la loro omogenea applicazione all'interno del Gruppo ai fini della redazione del Bilancio consolidato;
- valuta il piano di lavoro predisposto per la revisione e i risultati esposti nella relazione e nella eventuale lettera di suggerimenti del revisore legale;
- riferisce al Consiglio sulla sua attività di volta in volta, nella prima riunione utile, e comunque sull'adeguatezza del sistema di controllo interno in occasione dell'approvazione del Bilancio e della Relazione semestrale.

Il Comitato, inoltre,

- vigila sull'efficacia del processo di revisione legale, sul rispetto della procedura per l'effettuazione di operazioni con parti correlate, sull'osservanza e sul periodico aggiornamento delle regole di corporate governance;
- esprime parere su nomina, revoca e conferimento di attribuzioni del preposto al controllo interno e del dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari;
- definisce le modalità e i tempi di effettuazione della "board performance evaluation";
- svolge gli ulteriori compiti a esso di volta in volta attribuiti dal Consiglio di Amministrazione.

In particolare il Consiglio nella riunione post-assembleare del 13 aprile 2011 ha affidato al Comitato per il controllo interno e per la corporate governance la funzione di alta supervisione in materia di corporate social responsibility.

COMPETE AL COMITATO PER IL CONTROLLO INTERNO E LA CORPORATE GOVERNANCE L'ALTA SUPERVISIONE IN MATERIA DI CORPORATE RESPONSIBILITY

23

Come specificato in Premessa, è in corso l'adeguamento delle regole interne aziendali alle modifiche del Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana introdotte in data 5 dicembre 2011.

Per quanto concerne la composizione del Comitato e le attività svolte nel 2011 si rinvia al testo integrale della Relazione.

Sistema di controllo interno

Il sistema di controllo interno è l'insieme delle regole, delle procedure e delle strutture organizzative volte ad assicurare l'efficienza della gestione societaria ed imprenditoriale, la sua conoscibilità e verificabilità, l'affidabilità delle informazioni e dei dati contabili e gestionali, il rispetto delle leggi e dei regolamenti applicabili 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 e sta perfezionando un sistema integrato ispirato all'Enterprise Risk Management (ERM) attraverso il quale vengono realizzati l'identificazione, la valutazione, la gestione dei rischi.

Per la descrizione delle modalità di funzionamento di tale sistema e delle relative responsabilità si rinvia al paragrafo "Risk Management" e al testo integrale della Relazione.

Amministratore incaricato del sistema di controllo interno

Il Consiglio di Amministrazione nella riunione del 13 aprile 2011 ha conferito la delega in materia di funzionalità del sistema di controllo interno al Vice Presidente, il quale - secondo la stessa logica ispiratrice delle modifiche apportate al Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana nel dicembre 2011 - la esercita in termini di rappresentanza per suo tramite del plenum del Consiglio di Amministrazione.

L'istituzione e il mantenimento del sistema di controllo interno sono affidati agli Amministratori Esecutivi, ciascuno rispetto all'area a esso delegata, e al Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili della Società per l'ambito di competenza, così da assicurare l'adeguatezza complessiva del sistema e la sua concreta funzionalità, in una prospettiva di tipo risk based, che viene considerata anche nella definizione dell'agenda dei lavori consiliari.

Preposto al controllo interno

Ai sensi del Codice di Autodisciplina di cui la Società si è dotata (il cui aggiornamento alla luce delle modifiche del Codice di Borsa Italiana introdotte nel mese di dicembre 2011 è in corso), nell'esercizio della sua responsabilità 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 dotato di un adeguato livello di indipendenza e di mezzi idonei allo svolgimento della funzione. Al preposto compete di supportare gli organi di amministrazione e controllo nella verifica dell'adeguatezza, dell'operatività e del funzionamento del sistema di controllo e conseguentemente di proporre misure correttive, in caso di sue anomalie, carenze o disfunzioni.

In particolare, il preposto al controllo interno:

- riferisce del suo operato all'Amministratore all'uopo delegato, al Comitato per il controllo interno e per la corporate governance e al Collegio Sindacale. In particolare, riferisce circa le modalità con cui viene condotta la gestione dei rischi, nonché sul rispetto dei piani definiti per il loro contenimento ed esprime la sua valutazione sull'idoneità del si-

- sistema di controllo interno a conseguire un accettabile profilo di rischio complessivo;
- svolge attività di verifica, anche su richiesta del dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili della Società;
- ha un ruolo di garanzia del rispetto dei principi e dei valori espressi nel Codice Etico e di Condotta, gestendo le segnalazioni da dipendenti, collaboratori, consulenti, prestatori di lavoro, nonché terzi in rapporti d'affari con il Gruppo con riferimento a violazioni di norme di legge o regolamento, del Codice stesso e di procedure interne nonché per irregolarità o negligenze (anche contabili) e promuovendo le conseguenti iniziative più opportune, ivi inclusa la proposta di irrogazione di misure sanzionatorie.

Ulteriori informazioni sui contenuti, sulle modalità di svolgimento e sui risultati delle attività del preposto al controllo interno sono contenute nel testo integrale della Relazione a cui si fa rinvio anche per la descrizione dell'iter di desocietarizzazione di Telecom Italia Audit & Compliance Services S.c. a r.l. condotto nel 2011, che si è concluso con la fusione per incorporazione di tale società in Telecom Italia.

Modello organizzativo ex D.Lgs. 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: (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, facendosi 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 2011 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 dei reati ambientali.

Gli interventi modificativi sono elaborati da un Comitato manageriale denominato Steering Committee 231 e istruiti dall'Organismo di Vigilanza. Quest'ultimo (supportato nella pro-

IL MODELLO ORGANIZZATIVO 231 È FINALIZZATO A PREVENIRE LA COMMISSIONE DI REATI CHE POSSONO COMPORTARE UNA RESPONSABILITÀ DELLA SOCIETÀ

pria attività da appositi uffici) vigila sul funzionamento e sull'osservanza del Modello Organizzativo e ne riferisce al Consiglio, al Comitato per il controllo interno e per la corporate governance e al Collegio Sindacale.

La composizione dell'Organismo di Vigilanza è riportata nel testo integrale della Relazione a cui si fa rinvio anche per quanto riguarda la trattazione dei seguenti temi:

- modalità per il conferimento incarichi alla società di revisione;
- disciplina del dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari;
- sistema di gestione dei rischi e di controllo interno in relazione al processo di informativa finanziaria;
- interessi degli Amministratori e operazioni con parti correlate.

Nomina dei sindaci

Ai sensi dell'art. 17 dello Statuto (di cui è proposta la modifica all'Assemblea del 15 maggio 2012 per adeguamento alle disposizioni di legge in materia di equilibrio tra i generi), 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 presentate 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. 18083 del 25 gennaio 2012 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 le informazioni relative alla composizione del Collegio Sindacale, all'attività svolta nell'esercizio 2011 e ai compensi percepiti si rinvia al testo integrale della Relazione.

Assemblee

Ai sensi di legge è 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 anche 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, se nominato (la decisione è rimessa al Consiglio di Amministrazione, in sede di convocazione). È inoltre facoltà del Consiglio di Amministrazione consentire il voto in via elettronica, specificandone le modalità nell'avviso di convocazione.

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 e strumenti per la comunicazione e lo svolgimento dell'attività.

Il Consiglio di Amministrazione si adopera per assicurare agli azionisti un'adeguata informativa circa gli elementi necessari per l'assunzione, con cognizione di causa, delle decisioni di competenza assembleare.

Nel corso dell'esercizio non si sono verificate variazioni significative nella capitalizzazione di mercato delle azioni Telecom Italia e nella composizione della compagine sociale.

Per permettere il regolare svolgimento dei lavori assembleari la Società si è dotata fin dal 2000 di un Regolamento Assembleare, reperibile sulla sezione Governance del sito telecomitalia.com. L'Assemblea degli azionisti del 12 aprile 2011 ne ha deliberato l'aggiornamento con modifiche di coordinamento e di natura terminologica, ma soprattutto volte: (i) a disciplinare mediante rinvio all'avviso di convocazione il diritto dei soci a porre domande prima dell'assemblea e (ii) ad attribuire alla discrezionalità del Presidente la definizione della durata degli interventi nel corso della discussione ("di norma non superiore a dieci minuti") e in sede di replica ("di norma non superiore a cinque minuti").



Appendice





24

I consuntivi dell'anno 2011 saranno pubblicati a luglio 2012 sui siti Internet indicati alla nota 25.

25

L'elenco completo degli indicatori di qualità dei servizi mobili, nonché dei relativi obiettivi per il 2011, è disponibile sul sito 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 il 2011, è disponibile sul sito telecomitalia.it.

*

Status target:

● raggiunto

● non raggiunto

1. RISULTATI 2010 E 2011

Si riportano di seguito i risultati conseguiti a fronte degli obiettivi pubblicati nel precedente Bilancio di sostenibilità per l'anno 2011 e per il solo stakeholder Clienti per l'anno 2010⁽²⁴⁾.

1.1 TELECOM ITALIA - CLIENTI⁽²⁵⁾

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Target 2010	Consuntivo 2010	Status target 2010 ^(*)	Target 2011
Clienti - Mobile	Tempo di attivazione del servizio voce (servizio pre-pagato) - Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo contrattualmente previsto	%	97	99,8	●	97
Clienti - Mobile	Tempo di attivazione del servizio voce (servizio post-pagato) - Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo contrattualmente previsto	%	97	100	●	97
Clienti - Mobile	Servizi di assistenza ai clienti - Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti	Secondi	40	20	●	35
Clienti - Mobile	Reclami sugli addebiti - Rapporto tra il numero di reclami su addebiti in fattura ricevuti nel periodo di rilevazione e il numero delle fatture emesse nello stesso periodo (servizio post-pagato)	%	1,6	0,3	●	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)	%	1,3	0,2	●	1,2
Clienti - Internet	Tempo di attivazione dei servizi di accesso a Internet banda larga - Percentuale degli ordini validi completati entro la data concordata con il cliente (linee telefoniche attive)	%	92	99,9	●	94
Clienti - Internet	Tempo di attivazione dei servizi di accesso a Internet banda larga - Tempo medio di fornitura (linee telefoniche attive)	Giorni	10	5	●	9
Clienti - Internet	Malfunzionamenti servizi di accesso a Internet a banda larga - Tempo medio di riparazione	Ore	32	17	●	30
Clienti - Internet	Servizi di assistenza ai clienti - Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti	Secondi	78	64	●	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	%	1,4	0,4	●	1,2
Clienti - IPTV	Tempo di attivazione del servizio IPTV - Percentuale degli ordini validi completati entro la data concordata con il cliente	%	78	77,6	●	78
Clienti - IPTV	Tempi di risposta assistenza clienti - Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti	Secondi	80	58	●	70
Clienti - IPTV	Fatture contestate - Rapporto tra il numero dei reclami su addebiti in fattura relativi al servizio IPTV (ricevuti nel periodo di rilevazione) e il numero di fatture contenenti addebiti relativi allo stesso servizio (emesse nello stesso periodo di rilevazione)	%	1,4	0,5	●	1,2
Clienti - IPTV	Disponibilità del servizio IPTV - Indisponibilità media del servizio	Ore/Anno	40	8	●	36

1.2 TELECOM ITALIA – ALTRI STAKEHOLDER

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Target 2011	Consumi-vo 2011	Status target 2011
Risorse Umane – Formazione	Formazione in tema di salute, sicurezza e ambiente ⁽¹⁾	Ore di formazione	75.000	76.460	●
Risorse Umane – Formazione	Formazione – Ore di formazione procapite ⁽²⁾	Ore di formazione procapite	28	23,6	●
Risorse Umane – Formazione	Formazione – Coverage (percentuale di dipendenti che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sul totale della popolazione)	%	81,5	82,20	●
Risorse Umane – Infortuni	Infortuni verificati per 100 lavoratori	Numero	<1,97	1,35	●
Ambiente – Energia	Indicatore di eco-efficienza ⁽³⁾	Bit/Joule	1.900	2.204	●
Ambiente – Energia	Totale energia elettrica acquistata e prodotta	GWh	2.064	1.933	●
Ambiente – Energia	Autoproduzione di energia da fonti rinnovabili	KWh	300.000	231.000	●
Ambiente – Energia	Autoproduzione di energia da fonti miste	MWh	75.000	83.736	●
Ambiente – Energia	Numero di impianti a fuel cell realizzati in sostituzione di batterie al piombo	Numero	45	52	●
Ambiente – Energia	Numero di impianti di illuminazione a tubi fluorescenti sostituiti con impianti a LED	Numero	70.000	70.500	●
Ambiente – Energia	Gateway ad alta efficienza energetica con logo Telecom Italia Green	Numero	500.000	769.000	●
Ambiente – Emissioni atmosferiche	Riduzione della quantità di gas ozono lesivi utilizzata negli impianti di condizionamento e gruppi frigo	Kg	8.000	7.048	●
Ambiente – Emissioni atmosferiche	Riduzione delle emissioni di CO ₂ derivante dalla sostituzione di auto Euro3 con auto Euro4	Tonnellate	510	42	●
Ambiente – Carta	Carta utilizzata inviata al riciclo	Tonnellate	20.000	21.070	●
Ambiente – Emissioni elettromagnetiche	Qualifica SAR ⁽⁴⁾	%	100	100	●
Digital Inclusion	Copertura ADSL ⁽⁵⁾	%	98,00	97,65	●
Digital Inclusion	Copertura IPTV ⁽⁵⁾	%	67,30	64,99	●
Digital Inclusion	Copertura UMTS e HSDPA ⁽⁶⁾	%	84,50	83,80	●

¹
Formazione erogata direttamente dalla funzione SPPA (Servizi di Prevenzione, Protezione e Ambiente) nell'ambito della direzione Human Resources and Organization.

²
Il dato comprende la formazione in aula, on line e on the job.

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

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

⁵
La percentuale si riferisce alle linee telefoniche fisse.

⁶
La percentuale si riferisce alla popolazione residente. I valori di copertura possono subire variazioni con riferimento agli aggiornamenti ISTAT e di urbanizzazione.

1.3 TIM BRASIL

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Target 2011	Consumi-vo 2011	Status target 2011
Risorse Umane	Azioni di volontariato - Programma Cidadão sem Fronteiras (Cittadini senza Frontiere) – Percentuale dei dipendenti che beneficiano di almeno un giorno di permesso retribuito per partecipare ad attività di volontariato	%	1	1	●
Risorse Umane	Formazione (numero di ore totali: in aula, on line e on the job) erogata a dipendenti, terziarizzati e stagisti	Ore di formazione	715.000	636.202	●
Risorse Umane	Formazione sulla sostenibilità (percentuale di dipendenti, terziarizzati e stagisti che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sui temi della sostenibilità sul totale della popolazione)	%	20	34	●
Ambiente	Rapporto tra rifiuti riciclati e totale dei rifiuti generati negli uffici	%	55	55	●
Ambiente	Riduzione del consumo di energia elettrica negli uffici	KWh	300.000	(1)	●
Ambiente	Raccolta di vecchi cellulari, batterie e altri accessori per destinarli al riciclo	Tonnellate	12	16	●
Fornitori	Numero di fornitori valutati con criteri di sostenibilità	Numero	140	140	●

¹

Obiettivo non perseguito nel 2011.

2. OBIETTIVI 2012

Si riportano di seguito gli obiettivi per l'anno 2012.

2.1 TELECOM ITALIA - CLIENTI

Area di riferimento	Indicatore ⁽¹⁾	Unità di misura	Target 2012
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	35
Clienti - Mobile	Reclami sugli addebiti - Rapporto tra il numero di reclami su addebiti in fattura ricevuti nel periodo di rilevazione e il numero delle fatture emesse nello stesso periodo (servizio post-pagato)	%	1,3
Clienti - Mobile	Reclami sugli addebiti - Rapporto tra il numero di reclami riguardanti addebiti su carte pre-pagate ricevuti nel periodo di rilevazione e il numero medio di SIM/USIM attive nello stesso periodo (servizio pre-pagato)	%	1,2
Clienti - Internet	Tempo di attivazione dei servizi di accesso a Internet banda larga - Percentuale degli ordini validi completati entro la data concordata con il cliente (linee telefoniche attive)	%	94
Clienti - Internet	Tempo di attivazione dei servizi di accesso a Internet banda larga - Tempo medio di fornitura (linee telefoniche attive)	Giorni	9
Clienti - Internet	Malfunzionamenti servizi di accesso a Internet a banda larga - Tempo medio di riparazione	Ore	27
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
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

1

L'elenco completo degli indicatori di qualità dei servizi mobili, nonché dei relativi obiettivi per il 2012, è disponibile sul sito tim.it.

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

2.2 TELECOM ITALIA – ALTRI STAKEHOLDER

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Consumativo 2011	Target 2012	
Risorse Umane – Formazione	Formazione in tema di Salute, Sicurezza e Ambiente ⁽¹⁾	Ore di formazione	76.460	80.000	¹ Formazione erogata direttamente da SPPA (Servizi di Prevenzione, Protezione e Ambiente).
Risorse Umane – Formazione	Formazione – Ore di formazione procapite ⁽²⁾	Ore di formazione procapite	23,6	24	² Il dato comprende la formazione in aula, on line e on the job.
Risorse umane – Formazione	Formazione – società coverage (percentuale di persone che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sul totale popolazione)	%	82,20	82,50	³ Per ulteriori informazioni sull'indicatore di eco-efficienza si rinvia al § Ambiente/Energia.
Risorse Umane – Infortuni	Infortuni verificati per 100 lavoratori	Numero	1,35	<1,41	⁴ I moderni sistemi d'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.
Ambiente – Energia	Indicatore di eco-efficienza ⁽³⁾	Bit/Joule	2.204	2.450	⁵ Si tratta della percentuale di cellulari assoggettati a qualifica SAR (Specific Absorption Rate). La percentuale è calcolata sui modelli di terminali cellulari di tipo più diffuso e tecnologicamente innovativi.
Ambiente – Energia	Autoproduzione di energia da fonti miste (cogenerazione)	MWh	83.736	84.000	⁶ La percentuale si riferisce alle linee telefoniche fisse.
Ambiente – Energia	Impianti a fuel cell realizzati in sostituzione di batterie al piombo	Numero	52	45	⁷ La percentuale si riferisce alla popolazione residente.
Ambiente – Energia	Impianti di illuminazione a tubi fluorescenti sostituiti con impianti a LED ⁽⁴⁾	Numero	70.500	150.000	
Ambiente – Emissioni atmosferiche	Riduzione della quantità di gas ozono lesivi (R22) utilizzati negli impianti di condizionamento	Kg	7.048	5.000	
Ambiente – Emissioni elettromagnetiche	Qualifica SAR ⁽⁵⁾	%	100	100	
Ambiente – Emissioni elettromagnetiche	Qualifica SAR di dispositivi (chiavette, USB e tablet) tecnologicamente innovativi commercializzati con marchio TIM	Numero	-	10	
Ambiente – Carta	Carta utilizzata inviata al riciclo	Tonnellate	21.070	21.050	
Digital Inclusion	Copertura ADSL ⁽⁶⁾	%	97,65	98,00	
Digital Inclusion	Copertura UMTS e HSDPA ⁽⁷⁾	%	83,80	86,00	
Digital Inclusion	Copertura LTE ⁽⁷⁾	%	-	9,00	

2.3 TELECOM ITALIA – OBIETTIVI PLURIENNALI - AMBIENTE

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Target 2012	Target 2013	Target 2014
Ambiente – Energia	Totale energia elettrica acquistata e prodotta	GWh	1.875	1.814	1.750
Ambiente – Emissioni atmosferiche	Riduzione delle emissioni di CO ₂ da acquisto e produzione di energia elettrica rispetto al 2011	Tonnellate	20.000	42.000	66.000

2.4 TIM BRASIL

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Consumativo 2011	Target 2012
Risorse Umane	Formazione (numero di ore totali: in aula, on line e on the job) erogata a dipendenti propri, terziarizzati e stagisti	Ore di formazione	636.202	600.000
Risorse Umane	Formazione sulla sostenibilità (percentuale di dipendenti propri, terziarizzati e stagisti che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sui temi della sostenibilità sul totale della popolazione)	%	34	30
Ambiente	Raccolta di vecchi cellulari, batterie e altri accessori per destinarli al riciclo	Tonnellate	16	13
Ambiente	Rapporto tra rifiuti riciclati e totale dei rifiuti generati negli uffici	%	55	58
Ambiente	Energia – Incremento del consumo di energia per il funzionamento della rete trasmissiva a fronte dell'aumento atteso dei volumi di traffico	%	-	3,5
Fornitori	Numero di fornitori valutati con criteri di sostenibilità	Numero	140	180

2.5 TELECOM ARGENTINA

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Consumativo 2011	Target 2012
Risorse Umane	Formazione sulla sostenibilità: manager coinvolti in almeno un evento formativo	Numero	117	500
Risorse Umane	Dipendenti che partecipano al programma aziendale di volontariato	Numero	480	650
Risorse Umane	Dipendenti con contratti di telelavoro	Numero	600	810
Fornitori	Fornitori valutati con criteri di sostenibilità	Numero	-	200
Ambiente	Quantità di batterie dei telefoni cellulari inviati al riciclo	Kg	590	2.000



Relazione della società di revisione (PricewaterhouseCoopers)





RELAZIONE INDIPENDENTE SULLA REVISIONE LIMITATA DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2011

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 2011 (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", 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 - **Bologna** Zola Predosa 40069 Via Tevere 18 Tel. 0516186211 - **Firenze** 50121 Viale Gramsci 15 Tel. 0552482811 Fax 0552482899 - **Napoli** 80121 Piazza dei Martiri 58 Tel. 08136181 - **Padova** 35138 Via Vicenza 4 Tel. 049873431 Fax 0498734399 - **Palermo** 90141 Via Marchese Ugo 60 Tel. 0916256313 Fax 0917829221 - **Roma** 00154 Largo Fochetti 28 Tel. 06570831 Fax 06570832536 - **Torino** 10122 Corso Palestro 10 Tel. 0115773211 Fax 0115773299 - **Treviso** 31100 Viale Felissent 90 Tel. 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 2011;
- 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 Media SpA, TIM Participações SA, Telecom Argentina 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 Media SpA, TIM Participações SA, Telecom Argentina 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:
 - ✓ 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 nostra relazione emessa in data 28 marzo 2011.

- 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 2011 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità agli *AA1000 AccountAbility Principles Standard (2008)*, come descritto nel paragrafo "Reporting" del Bilancio e che le performance di sostenibilità contenute nell'Allegato 1 non siano affidabili.

Torino, 16 aprile 2012

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	32
Risorse Umane	Formazione Telecom Italia SpA	103
Risorse Umane	Formazione Brasile	133
Risorse Umane	Infortuni Telecom Italia SpA	107
Risorse Umane	People caring	96
Risorse Umane	Turn over Telecom Italia SpA, Brasile, Argentina	92
Ambiente	Energia per riscaldamento	56
Ambiente	Energia per Autotrazione	58
Ambiente	Numero veicoli e percorrenza	59
Ambiente	Energia elettrica acquistata e prodotta	60
Ambiente	Emissioni atmosferiche	62
Ambiente	Rifiuti	67
Stakeholder Involvement	Stakeholder Involvement	28
Comunità	Misurazione del contributo alla Comunità	78
Comunità	Iniziative coerenti con il core business	79
Comunità	Iniziative finalizzate allo sviluppo generale della Comunità	80
Clienti	Customer Satisfaction Index	39
Clienti	Soddisfazione clientela per il customer care	40
Clienti	Digital Divide geografico copertura ADSL/banda larga	41
Clienti	Procedure di conciliazione	45
Clienti	Certificazioni qualità, ambiente, salute e sicurezza, sicurezza informazioni	40
Fornitori	Verifiche di sostenibilità	51
Azionisti	Comunicazione finanziaria	114
Azionisti	Risk Management	115
Azionisti	Corporate Governance	116

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

DESIGN

CB'a

Finito di stampare nel mese di maggio 2012



2012

Pubblicazione compensata
tramite forestazione in Italia.



Mixed Sources

Product group from well-managed
forests, controlled sources and
recycled wood or fiber
www.fsc.org Cert no. SQS-COC-100548
© 1996 Forest Stewardship Council



ELEMENTAL
CHLORINE
FREE
CICLARELLI



HEAVY METAL
ABSENCE
CI 94/62

