

BILANCIO *di* SOSTENIBILITÀ

2014



BILANCIO
di SOSTENIBILITÀ

2014

LETTERA DEL PRESIDENTE

Albert Einstein amava ripetere che il valore di un uomo dovrebbe essere misurato in base a quanto è capace di dare e non in base a quanto è in grado di ricevere. Per come la vedo io, questo vale anche per le aziende.

Le imprese che ambiscono a trasformare il mondo migliorano le realtà nelle quali operano. Sono socialmente responsabili, non solo perché è giusto, ma anche perché esserlo crea valore economico. Telecom Italia è tra queste. Per noi sostenibilità è creazione di valore sia economico che sociale, è creazione di valore condiviso; non può esistere uno sviluppo economico di lungo periodo che non garantisca al contempo l'aumento del benessere sociale e la tutela delle risorse naturali.

In un mondo globalizzato il motto "nessun uomo è un'isola" è sempre meno un'immagine poetica e sempre più

un'esperienza concreta, palpabile e quotidiana, questo anche grazie a noi. La realtà è sempre più interconnessa e noi contribuiamo a progettare, costruire e gestire queste connessioni. Telecom Italia mette in contatto la gente, trasporta le nostre emozioni, e la fibra è solo il mezzo su cui facciamo correre parole, pensieri, musica, immagini che nel bene o nel male arrivano al cuore delle persone e ne arricchiscono la vita. La nostra missione, in fondo, è avvicinare le persone.

Mettiamo al servizio dei Paesi in cui operiamo il nostro patrimonio infrastrutturale e tecnologico, per supportare lo sviluppo di una cultura sempre più digitale che consenta di accedere a servizi che migliorano la qualità della vita di tutti noi. I nostri obiettivi di copertura a banda larga e ultra-larga permetteranno di sviluppare benessere e opportunità economiche per il Paese e per le generazioni attuali e future.

È grazie alle nostre persone che è possibile tradurre in azioni concrete le nostre ambizioni. Per loro abbiamo iniziato a mettere in pratica la nuova People Strategy, che si concentra sulla motivazione, sulle competenze e sull'organizzazione che sottende le loro attività lavorative.

Abbiamo la visione, il coraggio e le competenze per essere protagonisti di questo cambiamento e sentiamo tutta la responsabilità nel disegnare un futuro più intelligente, inclusivo e sostenibile.

“Per noi l’agire etico si traduce in un forte senso di responsabilità nei confronti degli stakeholder: questo è ciò che abbiamo chiaramente espresso nel nostro Codice Etico, con la convinta adesione ai principi del Global Compact dell’ONU e agli altri principali standard per la tutela dei diritti umani e del lavoro, per la salvaguardia dell’ambiente e per la lotta alla corruzione. Il nostro costante supporto al Global Compact è confermato dai progressi riportati nel bilancio.”



Giuseppe Recchi

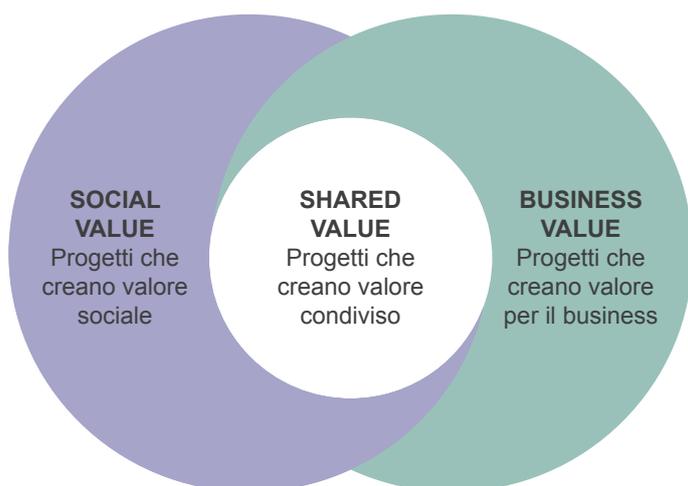
#ilfuturoèditutti

#ILFUTUROÈDITUTTI

#ilfuturoèditutti esprime la visione di Corporate Social Responsibility di Telecom Italia, mettendo a sistema tutte le iniziative e i progetti di sostenibilità dell'Azienda.

Telecom Italia, già pioniera nell'ambito della sostenibilità d'impresa nel panorama italiano, ha definito una nuova strategia basata sulla creazione di valore economico e sociale, portando la Corporate Social Responsibility verso il concetto di Corporate Shared Value (CSV – valore condiviso d'impresa) con l'obiettivo di collegare i risultati economico-finanziari con il progresso sociale creato attraverso la risposta ai bisogni espressi dalle realtà in cui opera. Si tratta di un processo innovativo per indirizzare le scelte strategiche aziendali e misurarne le performance finanziarie e non finanziarie al fine di rispondere alle richieste legittime degli stakeholder.

Corporate Shared Value: BUSINESS VALUE & SOCIAL VALUE



Il ruolo di Telecom Italia è di permettere a tutti di cogliere le opportunità offerte dal mondo dell'ICT, mantenendo l'equilibrio tra tre dimensioni:

sostenibilità ambientale: implementazione di progetti e iniziative volte alla riduzione del proprio impatto ambientale e di quello dei propri clienti, oltre alla promozione di stili di vita più "sostenibili";

sostenibilità sociale: diffusione della cultura digitale e dell'innovazione quale abilitatore di opportunità di sviluppo delle persone e dei paesi in cui opera;

sostenibilità economica: creazione, nel lungo termine, di valore per l'azionista e per gli stakeholder in generale.

Il Gruppo è consapevole delle responsabilità che derivano dal proprio ruolo di leader nel settore delle

comunicazioni elettroniche e quindi di abilitatore alla crescita del benessere dei diversi contesti in cui opera. Telecom Italia rafforza il proprio impegno anche tramite la partecipazione attiva al raggiungimento degli obiettivi di digitalizzazione del Paese definiti dall'Agenda Digitale Italiana, sviluppata dal Governo a recepimento delle direttive poste dall'UE all'interno dell'Agenda Digitale Europea.

Di seguito i macro ambiti di intervento indicati dall'Agenda Digitale e le principali azioni messe in campo dal Gruppo:

- **Potenziamento della Rete** → investimenti in infrastrutture IT (banda larga e ultralarga).
- **Efficientamento della Pubblica Amministrazione e utilizzo in sicurezza dei servizi pubblici sulla rete** → dagli investimenti in prodotti e soluzioni per sanità, giustizia e scuola digitali alle soluzioni per l'identità digitale e per la gestione dei big data.
- **Continuità di funzionamento dei sistemi e rispetto della privacy** → investimenti in sicurezza delle reti e dell'informazione e progetti di sensibilizzazione sul corretto utilizzo del web.
- **Sviluppo delle competenze digitali di cittadini e imprese** → progetti per diffondere la cultura digitale e ridurre il digital divide.
- **Attrattività dei territori e buona gestione dell'urbanizzazione** → smart solution che consentono una gestione intelligente e sostenibile degli spazi urbani favorendo una riduzione degli impatti ambientali e servizi più efficienti.
- **Crescita del mercato e potenziamento delle imprese** → soluzioni per la digitalizzazione delle aziende, dai servizi cloud, al mobile payment.

Il Gruppo ha individuato tre aree strategiche di intervento che contribuiscono a creare valore per l'Azienda e per le realtà in cui opera in risposta ai bisogni sociali e agli obiettivi dell'Agenda Digitale Italiana:

- Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale
- Cultura digitale
- Tutela dell'ambiente

Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale. In quest'area, l'Azienda si pone come "abilitatore" nella creazione di un ecosistema digitale che connetta imprese, Pubblica Amministrazione e comunità locali, in modo da creare sinergie positive per lo sviluppo. Il contributo che il nostro Gruppo offre allo sviluppo delle realtà in cui opera, non si ferma ai progetti infrastrutturali e spazia dalle soluzioni digitali per i servizi della Pubblica Amministrazione ai servizi cloud per le imprese, dalle piattaforme digitali per la Sanità, alle applicazioni rivolte a persone con disabilità e alle tecnologie per il contenimento dei consumi energetici delle città e delle imprese. In tale ambito sono state sviluppate altre iniziative di innovazione sociale, tra cui i progetti per l'inclusione digitale femminile sia all'interno che all'esterno dell'Azienda e la piattaforma di crowdfunding che accoglie richieste di donazioni e altri aiuti finanziari senza fini di lucro per chi intenda realizzare progetti finalizzati alla tutela dell'ambiente e del sociale. Inoltre, Telecom Italia è socio fondatore

dell'associazione italiana Digital Champions. I Digital Champions sono gli ambasciatori dell'innovazione nominati da ciascun stato membro della UE allo scopo di promuovere i benefici di una società digitale inclusiva e far diventare "digitali" i propri cittadini, lavorando anche con comunità, imprese, governi e mondo accademico. L'Azienda sostiene inoltre il processo di innovazione digitale delle PMI per la valorizzazione del Made in Italy e sviluppa campagne educative sociali per il corretto uso dei terminali.

Cultura digitale. Nell'era digitale per ottenere crescita e sviluppo sociale è necessario che tutti i cittadini siano in grado di ottenere le giuste competenze per sfruttare appieno i benefici offerti dalla rete e dalle nuove tecnologie. Nella consapevolezza che un sistema scolastico efficace e adeguati livelli di istruzione e formazione giocano un ruolo fondamentale nella crescita e nello sviluppo socio-economico del Paese, Telecom Italia è impegnata nella realizzazione di progetti a supporto dell'educazione e della scuola digitale, anche attraverso la fornitura di infrastrutture e strumenti. È così partito il multi-progetto di educazione al digitale EducaTI, finalizzato a sostenere il percorso di innovazione della scuola italiana. Un impegno concreto, che si realizza grazie ad interventi formativi sulle nuove tecnologie per docenti e studenti, all'introduzione della programmazione nelle scuole, alla sensibilizzazione all'uso responsabile della Rete e al contrasto di fenomeni quali il cyberbullismo. L'integrazione con le altre iniziative del Gruppo, quali l'introduzione di nuovi modelli e la sperimentazione di piattaforme per la didattica digitale avanzata ed inclusiva, oltre ad iniziative di digitalizzazione di ambiti culturali classici, completano l'impegno di Telecom Italia per promuovere l'educazione al digitale.

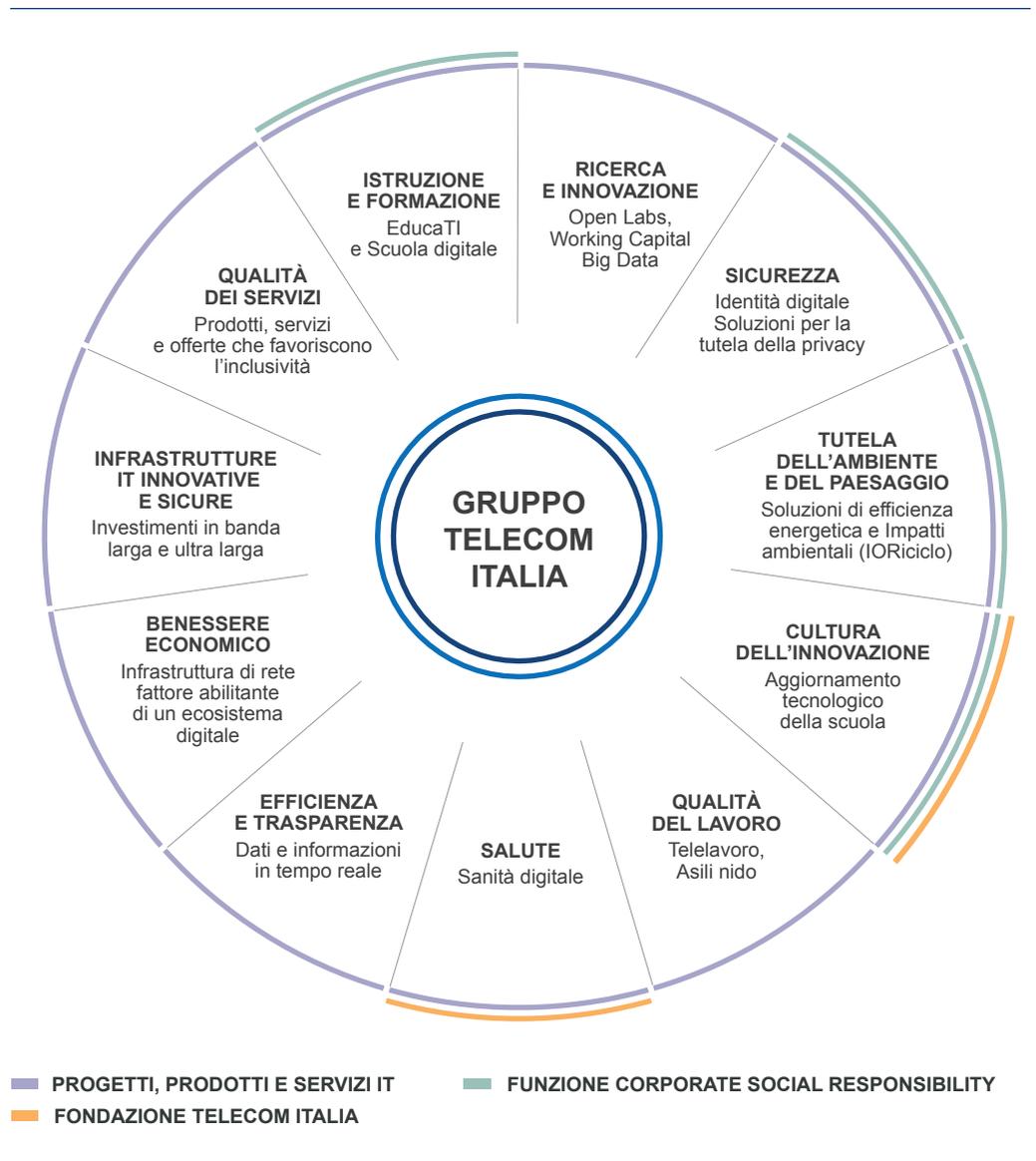
Tutela dell'ambiente. Telecom Italia ha avviato, da un lato, progetti per l'efficientamento delle proprie operation e dall'altro iniziative rivolte alla riduzione degli impatti ambientali dei propri clienti. Già nel 2014, e per tutto il 2015, Telecom Italia consuma energia elettrica prodotta da fonte rinnovabile, certificata dalle garanzie d'origine, abbattendo drasticamente le proprie emissioni di anidride carbonica.

È continuata la commercializzazione di prodotti e servizi per l'efficienza energetica e le iniziative di sensibilizzazione e coinvolgimento dei clienti quali progetto IORiciclo, un programma che favorisce il passaggio a dispositivi che consentono l'utilizzo dei servizi fruibili sulle reti di nuova generazione ed indirizza ad un corretto riutilizzo o smaltimento i dispositivi usati di vecchia generazione. Le soluzioni ICT che consentono la gestione intelligente delle città e degli spazi aperti produttivi, grazie all'IoT, e la limitazione dell'impronta ambientale dei propri clienti, sono esempi di come sia possibile generare valore sociale ed economico per la collettività e contribuire alla sostenibilità ambientale.

Tutto questo avviene grazie alle 66.000 persone che ogni giorno contribuiscono alla realizzazione della strategia del Gruppo. Per rispondere alle loro esigenze, Telecom Italia, oltre a contribuire costantemente al miglioramento della qualità della vita delle persone, ha iniziato a mettere in pratica

la nuova People Strategy, dando avvio a un profondo ripensamento delle attività e dei processi che coinvolgono il personale, dalla gestione alla formazione, dalla remunerazione all'organizzazione che ha coinvolto numerosi manager provenienti da ogni parte dell'Azienda. Si sono così formati nove gruppi di lavoro che hanno l'obiettivo di calibrare e modulare le tecniche e i processi motivazionali, formativi e organizzativi, per far sì che l'Azienda sia in grado di affrontare le sfide tecnologiche, di mercato e finanziarie cui è sempre più spesso sottoposta.

Nel corso di quest'anno è stata svolta una ricognizione delle progettualità di CSV in grado di rispondere alle richieste dell'Agenda Digitale e ai principali Social Need del Paese, come riportato nel grafico successivo e approfondito nel capitolo finale.



A completamento dell'impegno del Gruppo, **Fondazione Telecom Italia** ha rinnovato nel corso dell'anno la propria missione in coerenza con le attività dell'Azienda, ovvero promuovere la cultura del cambiamento e dell'innovazione digitale agendo su tre linee guida per lo sviluppo di progetti nell'ambito di:

- educazione
- cultura dell'innovazione
- social empowerment

Il percorso di rinnovo e rilancio della Fondazione passa attraverso l'avvio di un pool di progetti coerenti con una forte valorizzazione della cultura dell'innovazione. Secondo un recente studio sulle fondazioni¹ in Italia, infatti, affinché il valore di una fondazione sia capitalizzato dal gruppo cui appartiene, occorre una forte coerenza e sinergia tra le due entità. Le fondazioni sono ritenute una componente importante della Corporate Social Responsibility: le attività devono essere sinergiche per risultare efficaci.



Marcella Logli

Direttore Corporate Social Responsibility Telecom Italia

Direttore Generale Fondazione Telecom Italia

¹ Ipsos "Corporate Social Responsibility secondo gli italiani: conoscenze e opinioni", febbraio 2015.

INDEX

PARTE I



IL GRUPPO TELECOM ITALIA

| | |
|---|----|
| Profilo del Gruppo Telecom Italia | 11 |
| Telecom Italia: un gruppo di rilevanza strategica | 12 |



SOSTENIBILITÀ E GOVERNANCE

| | |
|---|----|
| Cenni sulla Corporate Governance di Telecom Italia | 16 |
| Governance e gestione della sostenibilità in Telecom Italia | 27 |
| Reporting | 28 |
| Analisi di materialità | 34 |



ESSERE SOSTENIBILI: RISCHI E OPPORTUNITÀ

| | |
|----------------------|----|
| Rischi e opportunità | 50 |
| Diritti Umani | 57 |

PARTE II



CLIENTI

| | |
|--|----|
| Strategia | 71 |
| Stakeholder rilevanti | 72 |
| Qualità del servizio e Ascolto del cliente | 73 |
| Customer satisfaction | 73 |
| Certificazioni | 75 |
| Digital inclusion | 78 |
| Servizi innovativi | 79 |
| Ricerca e innovazione nella e-security | 81 |
| Protezione dei minori | 87 |
| Responsabilità di prodotto | 88 |
| Procedure di conciliazione | 92 |
| Tutela della privacy e protezione dei dati personali | 95 |



FORNITORI

| | |
|------------------------------|-----|
| Strategia | 101 |
| Stakeholder rilevanti | 102 |
| Generalità | 102 |
| Iniziative di sostenibilità | 102 |
| Verifiche di sostenibilità | 104 |
| Iniziative di coinvolgimento | 106 |
| Impegni | 108 |



ISTITUZIONI

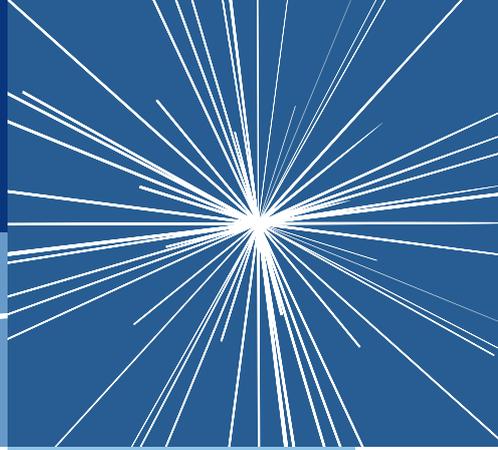
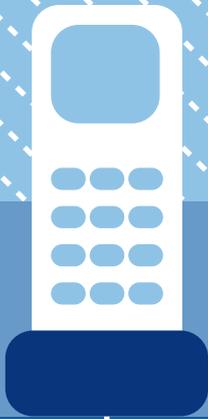
| | |
|--|-----|
| Strategia | 109 |
| Stakeholder rilevanti | 111 |
| Istituzioni nazionali centrali | 112 |
| Istituzioni nazionali locali | 112 |
| Istituzioni comunitarie e internazionali | 115 |
| I rapporti con le istituzioni in Brasile | 117 |



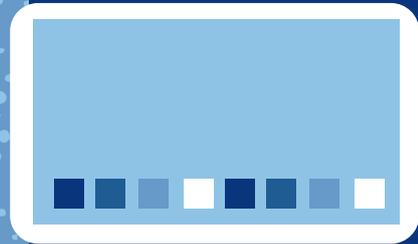
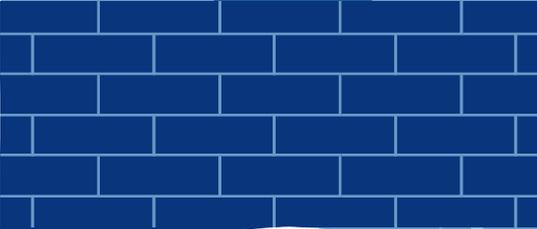
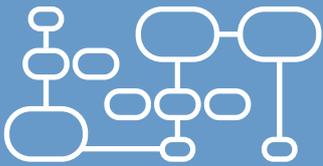
CONCORRENTI

| | |
|----------------------------------|-----|
| Strategia | 119 |
| Stakeholder rilevanti | 121 |
| La relazione con gli stakeholder | 122 |
| Posizionamento competitivo | 122 |

| | | |
|---|---|-----|
| | Servizi agli OLO | 124 |
| | Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) | 125 |
| | Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) | 126 |
| | Impegni relativi alla rete di accesso | 127 |
| | Relazioni con le autorità per la regolamentazione e la concorrenza in Brasile | 128 |
|  | AMBIENTE | 131 |
| | Strategia | 132 |
| | Stakeholder rilevanti | 133 |
| | Performance ambientale | 133 |
| | Cambiamento climatico | 145 |
| | Telecom Italia Green | 151 |
|  | COMUNITÀ | 155 |
| | Strategia | 156 |
| | Stakeholder rilevanti | 157 |
| | Rapporti con le comunità locali | 158 |
| | Misurazione del contributo alla comunità | 159 |
| | Risposte agli stakeholder | 160 |
| | Ricerca e sviluppo | 169 |
|  | LE PERSONE DI TELECOM ITALIA | 181 |
| | Strategia | 182 |
| | Stakeholder rilevanti | 183 |
| | Le persone di Telecom Italia: i numeri di sintesi | 184 |
| | Equità di genere | 186 |
| | People caring | 187 |
| | Sviluppo e nuove competenze | 191 |
| | Collaborazioni con le università | 195 |
| | Formazione e knowledge management | 196 |
| | Comunicazione interna | 198 |
| | Tutela della salute e della sicurezza | 200 |
| | Relazioni industriali | 204 |
| | Politica di remunerazione | 206 |
| | Segnalazioni pervenute tramite la procedura per il controllo interno | 208 |
| | Appendice – Tabelle di dettaglio | 208 |
|  | AZIONISTI | 219 |
| | Strategia | 220 |
| | Stakeholder rilevanti | 220 |
| | Comunicazione finanziaria | 221 |
| | CORPORATE SHARED VALUE IN TELECOM ITALIA | 225 |
| | APPENDICE | 235 |
| | Risultati 2013 e 2014 | 235 |
| | Obiettivi 2015 e pluriennali | 238 |
| | GRI Content Index | 243 |
| | PARERE | 253 |
| | Relazione indipendente sulla revisione limitata del Bilancio di Sostenibilità 2014 | 253 |



```
00010010100010011001
01100010110101001010
11101010011101010011
```



IL GRUPPO TELECOM ITALIA

PROFILO DEL GRUPPO TELECOM ITALIA

[G4-3] Il Gruppo Telecom Italia offre servizi di comunicazioni fisse e mobili e soluzioni ICT¹. In Italia, il Gruppo gestisce la più grande infrastruttura di rete fissa, per voce e dati, diffusa in modo capillare su tutto il territorio, e fornisce una delle piattaforme di rete mobile più estesa e avanzata del Paese. [G4-6] La leadership domestica è accompagnata da una significativa presenza internazionale in Sud America, in particolare in Brasile. Per [G4-17a] il dettaglio dei Paesi in cui Telecom Italia è attiva si rimanda alla Nota 46 del Bilancio Consolidato del Gruppo nella quale sono anche elencate le imprese del Gruppo suddivise per modalità di consolidamento. [G4-13], [G4-22] Nel corso del 2014 non si sono registrate variazioni significative nelle operazioni e nel perimetro di consolidamento; per un dettaglio delle variazioni intervenute si rimanda alle Note 1 e 3 del Bilancio Consolidato del Gruppo. Nell'arco dell'ultimo triennio tra le principali variazioni si segnalano l'iscrizione del Gruppo Sofora – Telecom Argentina tra le discontinued operations, e la cessione delle attività in capo a La7 S.r.l. e della partecipazione nel Gruppo MTV.

[G4-8], [G4-9] Tutte le attività del Gruppo sono riconducibili alle seguenti Business Unit:

- la Business Unit “**Domestic**” opera prevalentemente in Italia, nell’ambito dei servizi di fonia e dati su rete fissa e mobile per i clienti finali (retail) e altri operatori (wholesale) oltre che nel settore dei prodotti e servizi per l’information technology in ambito domestico. In campo internazionale comprende le attività relative allo sviluppo delle reti in fibra ottica (international wholesale) in Europa, nel Mediterraneo e in Sud America;
- la Business Unit “**Brasile**” (Gruppo TIM Brasil) offre servizi di telecomunicazioni mobili. Inoltre, con le acquisizioni di alcuni operatori fissi, offre servizi di trasmissione dati su fibra ottica e servizi di banda larga residenziali;
- “**Media**” opera come operatore di rete domestico italiano attraverso Persidera S.p.A.;
- le “**Altre attività**” comprendono le imprese finanziarie e le altre società minori non strettamente legate al core business del Gruppo.

I PRINCIPALI BRAND DEL GRUPPO

[G4-4], [G4-8] I principali brand commercializzano servizi e prodotti in ambito fonia/dati e nell’information technology, per clienti residenziali, business, Pubblica Amministrazione, operatori nazionali e internazionali. Inoltre, il Gruppo fornisce capacità trasmissiva e soluzioni tecnologiche per gli operatori del settore televisivo.

In particolare, in Italia il brand **Telecom Italia** garantisce le offerte di servizi e prodotti di telecomunicazioni fisse per i clienti residenziali e soluzioni integrate per clienti business e la Pubblica Amministrazione, oltre a servizi per operatori di telecomunicazioni.

TIM è il brand commerciale di Telecom Italia per i servizi di telefonia mobile e di internet in mobilità,

¹ [G4-3] Per informazioni di carattere generale sulla forma del Gruppo, si veda il Bilancio Consolidato del Gruppo Telecom Italia, Nota 1.



per le offerte di intrattenimento e per le offerte convergenti fisso-mobile in Italia. Il brand TIM è anche presente in **Brasile** dove commercializza servizi mobili e di internet in mobilità oltre che servizi fissi. Tramite il brand **Telecom Italia Sparkle**, il Gruppo offre soluzioni voce, dati e internet internazionali agli operatori di telecomunicazioni fissi e mobili, agli ISP/ASP, content e media player e alle aziende multinazionali.

Il brand **Olivetti** commercializza prodotti e servizi legati all'information technology per clientela residenziale e business. Infine **Persidera** offre capacità trasmissiva in tecnica digitale terrestre e soluzioni tecnologiche ad elevato standard qualitativo ai principali editori televisivi operanti nel mercato domestico.

I PRINCIPALI AZIONISTI DI TELECOM ITALIA S.P.A.

[G4-7] Telecom Italia è una società per azioni organizzata secondo l'ordinamento giuridico della Repubblica Italiana², [G4-5] dove ha sede la Capogruppo. [G4-7] Le partecipazioni rilevanti, al 31 dicembre 2014, risultano essere quelle di Telco S.p.A. con il 22,30% e Findim Group S.A. con il 4,97% del capitale ordinario, [G4-13] pressoché stabili nel triennio precedente³. La struttura del Patrimonio Netto e il numero di azioni in circolazione sono riportati nella Nota 15 del Bilancio Consolidato del Gruppo. Per maggiori informazioni su segnalazioni effettuate alla Consob riguardo a possessi azionari rilevanti si rimanda alla Relazione sulla Gestione del Gruppo Telecom Italia.

I PRINCIPALI DATI DI PERFORMANCE ECONOMICA E VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO

Il Gruppo Telecom Italia si pone l'obiettivo di raggiungere l'equilibrio tra le tre dimensioni della sostenibilità:

- sostenibilità ambientale: mantenere la funzionalità dei sistemi ecologici, garantendo l'equilibrio tra l'utilizzo di risorse naturali e le attività aziendali;
- sostenibilità sociale: promuovere il principio di equità sia fra generazioni diverse, sia all'interno della stessa generazione;
- sostenibilità economica: mantenere il capitale e incrementarlo.

[G4-9] La rendicontazione di quanto il Gruppo fa per raggiungere quest'obiettivo avviene attraverso il Bilancio di Sostenibilità, che si sofferma soprattutto sulla sostenibilità ambientale e sociale e su quegli aspetti che hanno contemporaneamente valenza sociale e economica (ad esempio, la cura del cliente o la gestione dell'innovazione) e la Relazione Finanziaria Annuale, che discute in dettaglio della performance economica del Gruppo. Per dare una visione completa della sostenibilità del Gruppo, di seguito sono riportati alcuni dati di sintesi della performance economica desumibili dalla Relazione Annuale.

² [G4-7] Si veda anche il Bilancio Consolidato del Gruppo Telecom Italia, Nota 1.

³ [G4-7] Per dettagli, si veda anche la Relazione sulla gestione del Gruppo Telecom Italia, Informazioni per gli investitori e [G4-13] capitolo Azionisti del presente rapporto.

Gruppo Telecom Italia - Principali dati economico-finanziari consolidati

| | Ricavi | | | EBITDA | | | Investimenti industriali | | | Personale a fine periodo (unità) | | |
|---------------------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|---------------|--------------------------|--------------|--------------|----------------------------------|---------------|---------------|
| (milioni di euro) | 2014 | 2013 | 2012 | 2014 | 2013 | 2012 | 2014 | 2013 | 2012 | 2014 | 2013 | 2012 |
| Domestic | 15.303 | 16.388 | 18.109 | 6.998 | 7.746 | 8.676 | 2.783 | 3.031 | 3.075 | 53.076 | 53.377 | 54.002 |
| Brasile | 6.244 | 6.945 | 7.477 | 1.774 | 1.812 | 1.996 | 2.195 | 1.349 | 1.500 | 12.841 | 12.140 | 11.622 |
| Media | 71 | 124 | 222 | 25 | (2) | (45) | 6 | 20 | 57 | 89 | 84 | 735 |
| Altre attività | - | - | 62 | (12) | (15) | (37) | - | - | 7 | 19 | 22 | 22 |
| Rettifiche ed elisioni | (45) | (50) | (111) | 1 | 3 | (8) | - | - | - | - | - | - |
| Totale consolidato | 21.573 | 23.407 | 25.759 | 8.786 | 9.540 | 10.525 | 4.984 | 4.400 | 4.639 | 66.025 | 65.623 | 66.381 |

[G4-9] La distribuzione dei ricavi per prodotti e servizi è riportata nella Nota 26 del Bilancio Consolidato del Gruppo Telecom Italia.

Gruppo Telecom Italia - Altri dati economico-finanziari consolidati

| (milioni di euro) | 31.12.2014 | 31.12.2013 | 31.12.2012 |
|--|------------|------------|------------|
| Totale Patrimonio Netto | 21.699 | 20.186 | 23.012 |
| - attribuibile ai Soci della Controllante | 18.145 | 17.061 | 19.378 |
| - attribuibile alle partecipazioni di minoranza | 3.554 | 3.125 | 3.634 |
| Utile (perdita) dell'esercizio attribuibile ai Soci della Controllante | 1.349 | (674) | (1.627) |
| Utile (perdita) dell'esercizio attribuibile alle Partecipazioni di minoranza | 610 | 436 | 350 |
| Indebitamento finanziario netto contabile | 28.021 | 27.942 | 29.053 |

[G4-9] L'andamento della capitalizzazione e del debito del Gruppo è riportato nella Relazione sulla Gestione del Gruppo Telecom Italia.

[G4-9] La seguente tabella mostra uno dei principali dati gestionali del Gruppo, l'andamento delle linee d'accesso ai servizi di telefonia fissa e mobile.

Gruppo Telecom Italia - Principali dati operativi delle Business Unit

| (migliaia) - dati a fine periodo | 31.12.2014 | 31.12.2013 | 31.12.2012 |
|----------------------------------|------------|------------|------------|
| Accessi fisici a fine periodo | 19.704 | 20.378 | 21.153 |
| Accessi BroadBand BU Domestic | 8.750 | 8.740 | 8.967 |
| MOBILE DOMESTICO | | | |
| Consistenza linee | 30.350 | 31.221 | 32.159 |
| BRASILE | | | |
| Consistenza linee | 75.721 | 73.431 | 70.362 |



[G4-EC1] Di seguito si riporta il valore economico prodotto e distribuito agli stakeholder⁴. Dal 2008 è stata adottata la modalità di presentazione raccomandata dal Global Reporting Initiative (GRI), con opportuni adattamenti.

Gruppo Telecom Italia – Valore economico prodotto e distribuito

| (milioni di euro) | 2014 | 2013 | 2012 |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Valore economico prodotto direttamente | | | |
| a) Totale ricavi e proventi operativi | 21.974 | 23.731 | 26.044 |
| b) Interessi attivi e dividendi incassati | 228 | 149 | 167 |
| c) Plusvalenze (minusvalenze) da realizzo di attività non correnti | 29 | (82) | 52 |
| d) Valore economico prodotto direttamente (a+b+c) | 22.231 | 23.798 | 26.263 |
| Valore economico distribuito | | | |
| e) Costi operativi | 9.951 | 10.976 | 12.067 |
| f) Costi del personale | 3.119 | 3.087 | 3.333 |
| g) Azionisti e finanziatori | 2.259 | 2.508 | 3.047 |
| h) Imposte e tasse | 852 | 961 | 988 |
| i) Valore economico distribuito (e+f+g+h) | 16.181 | 17.532 | 19.435 |
| Valore economico non distribuito (d-i) | 6.050 | 6.266 | 6.828 |
| Salari e stipendi | 2.202 | 2.183 | 2.386 |
| Oneri sociali | 801 | 788 | 847 |
| Altri oneri | 116 | 116 | 100 |
| Costi del personale | 3.119 | 3.087 | 3.333 |
| Acquisti di materie e servizi | 9.430 | 10.377 | 11.289 |
| Altri costi operativi(*) | 1.057 | 1.190 | 1.355 |
| Variazione delle rimanenze | 52 | (48) | 4 |
| Attività realizzate internamente | (588) | (543) | (581) |
| Costi operativi | 9.951 | 10.976 | 12.067 |
| Dividendi distribuiti | 319 | 595 | 993 |
| Interessi passivi | 1.940 | 1.913 | 2.054 |
| Azionisti e finanziatori | 2.259 | 2.508 | 3.047 |
| Imposte dirette | 734 | 833 | 869 |
| Imposte indirette e tasse | 118 | 128 | 119 |
| Imposte e tasse | 852 | 961 | 988 |
| - di cui relative alla BU Domestic | 724 | 826 | 824 |
| - di cui relative alla BU Brasile | 122 | 126 | 177 |
| - di cui relative ad attività estere/altro | 6 | 9 | (13) |

(*) Comprende principalmente svalutazioni e oneri connessi alla gestione dei crediti non finanziari per 375 milioni di euro (380 milioni di euro nel 2013), accantonamenti per rischi per 84 milioni di euro (100 milioni di euro nel 2013) e contributi e canoni per l'esercizio di attività di TLC per 449 milioni di euro (482 milioni di euro nel 2013), al netto di "Imposte indirette e tasse" per 118 milioni di euro (128 milioni di euro nel 2013) incluse nella voce "Imposte e tasse".

⁴ Non è evidenziato il valore economico distribuito allo stakeholder Comunità per il quale si rinvia al relativo capitolo.

TELECOM ITALIA: UN GRUPPO DI RILEVANZA STRATEGICA

[G4-EC7a], [G4-EC7b], [G4-EC8a], [G4-EC8b], [G4-DMA Indirect Economic Impacts]

LA RILEVANZA DEL GRUPPO IN ITALIA

Telecom Italia contribuisce a produrre circa lo 0,7% del valore aggiunto del PIL italiano⁵. Le attività del Gruppo generano lavoro diretto per circa 50mila persone in Italia. Questo significa che ogni 225 dipendenti del settore privato uno appartiene al Gruppo Telecom Italia. Il fenomeno assume dimensioni certamente maggiori se si considerano i dipendenti indiretti, ossia quelli che operano su progetti connessi alle attività di Telecom Italia. Complessivamente si stima che circa 100 mila unità, corrispondenti all'incirca all'1% dei dipendenti dell'intero settore privato⁶, rappresentano il lavoro diretto ed indiretto attribuibile al Gruppo in Italia.

Telecom Italia gestisce la più grande infrastruttura di rete fissa, per voce e dati, diffusa in modo capillare su tutto il territorio italiano e fornisce una delle piattaforme di rete mobile più estesa e avanzata del Paese. È quindi per dimensione, capillarità e patrimonio infrastrutturale e tecnologico, un'impresa "di sistema", integrata con il territorio e con il tessuto sociale ed economico-produttivo, con un ruolo pervasivo per l'intera economia del Paese e per la competitività delle sue aziende, per l'efficienza della Pubblica Amministrazione e, più in generale, per il benessere degli stessi cittadini.

LE RETI A BANDA ULTRALARGA: UN PATRIMONIO PER IL PAESE

[G4-EC7a] Consapevole di questo ruolo strategico, Telecom Italia opera costantemente per gestire e innovare il patrimonio infrastrutturale e tecnologico che mette al servizio del Paese: ogni anno Telecom Italia investe circa 3 miliardi di euro in Italia e si colloca al primo posto nel ranking nazionale per volume d'investimenti⁷.

Il nuovo Piano Industriale del Gruppo conferma l'impegno in investimenti per infrastrutture e tecnologie avanzate e lo indirizza in particolare sulle reti di nuova generazione (-> vedi box NGAN).

⁵ Stime interne su dati di bilancio. Un'elaborazione del valore aggiunto prodotto da Telecom Italia può essere anche rintracciata nel rapporto R&S Mediobanca "Le principali società italiane 2013" <http://www.mbres.it/it/publications/leading-italian-companies>.

⁶ Per la stima dei dipendenti indiretti ci si è basati sui risultati dello studio Social Study 2013 – The Economic Impact of BT in the United Kingdom prodotto da Regeneris per il gruppo BT nel 2014.

⁷ Elaborazione su dati Mediobanca.



NGAN

Nel corso del 2014 si è assistito a un'importante accelerazione degli investimenti effettuati da Telecom Italia nella Rete di accesso di nuova generazione (NGAN, Next Generation Access Network). Ciò è stato possibile anche grazie all'innovazione tecnologica che ha cambiato in modo sostanziale lo scenario di riferimento. Oggi sono considerate a pieno titolo reti di nuova generazione anche le soluzioni che portano la fibra fino all'armadio ripartilinea per poi proseguire in rame fino all'abitazione, il cosiddetto FTTCab (Fiber to the Cabinet). Le principali innovazioni che possono essere introdotte nella rete in rame sono: il vectoring, una tecnica che permette di eliminare il rumore di fondo di diafonia che

generalmente disturba la trasmissione dei segnali sul rame; il bonding, che consente di inviare il segnale utilizzando più coppie di rame aggregate e infine il G.Fast, una soluzione che annulla le interferenze tra le linee raggruppate in un medesimo cavo e su distanze brevi permette di raggiungere velocità molto elevate (tipicamente tra i 200 ed i 500 Mbit/sec). Le soluzioni FTTCab, potenziando le infrastrutture di rete già esistenti nel tratto terminale dell'accesso, comportano un impegno economico minore rispetto alle soluzioni FTTH (Fiber to the Home) poiché evitano all'operatore di rete di posare la fibra ottica fino all'abitazione del cliente. Ciò permette dunque di realizzare più rapidamente e con un minor costo le reti di accesso di nuova generazione.

Le reti mobili allo stesso tempo hanno quasi completato la copertura del territorio con il nuovo standard 4G/LTE, che rappresenta un'evoluzione significativa in risposta alla crescente domanda di dati ad alta velocità. Questa nuova tecnologia di rete mobile si caratterizza per una maggiore rapidità di trasmissione rispetto al passato e tempi di risposta più ridotti, permettendo un'elevata interattività in mobilità. Le velocità di download e upload, già oggi comparabili con quelle delle reti a banda larga su rete fissa, potranno aumentare ulteriormente al crescere delle prestazioni dei terminali e della disponibilità di frequenze adeguate.

Dunque, dopo aver realizzato, nel secolo passato, le infrastrutture telefoniche nazionali fisse e mobili e, nel primo decennio del nuovo secolo, la rete a banda larga del Paese, la sfida con cui il Gruppo si sta misurando, a partire dall'anno appena concluso, è rappresentata dalla realizzazione delle reti a banda ultra-larga, uno sforzo importante che impegna quotidianamente tecnici ed ingegneri di rete.

[G4-DMA Indirect Economic Impacts] L'ambizioso piano di investimenti che Telecom Italia sta se-

guendo coincide con una fase in cui il Governo Italiano è impegnato nella definizione ed attuazione del piano strategico nazionale per la banda ultralarga, volto a raggiungere gli sfidanti obiettivi dell'Agenda Digitale europea, sul versante sia di una diffusa offerta di infrastrutture sia di un incremento della domanda di servizi digitali. Il piano investimenti di Telecom Italia assume quindi un peso rilevante nell'ottica della trasformazione digitale della società, confermando il ruolo storico nel nostro Gruppo come motore di modernizzazione del Paese e favorendo il conseguimento degli obiettivi posti dall'Agenda Digitale Europea⁸.

LA RILEVANZA DEL GRUPPO IN BRASILE

[G4-EC7a] L'attenzione all'innovazione e agli investimenti in nuove infrastrutture e tecnologie caratterizza l'azione di Telecom Italia anche in Brasile, Paese nel quale il Gruppo opera dal 1997 attraverso la controllata TIM Brasil e che, per il Gruppo, è il secondo mercato di riferimento. La presenza di Telecom Italia in Brasile si è andata rafforzando negli ultimi anni grazie ad acquisizioni strategiche: le infrastrutture di rete fissa di Intelig e AEM Atimus hanno permesso di rafforzare le dorsali e i collegamenti di giunzione delle stazioni radio base della rete mobile attraverso l'utilizzo di cavi in fibra ottica che, in un'ottica di sviluppo delle reti LTE, risultano ancora più importanti e strategici.

Telecom Italia ha investito in Brasile, solo negli ultimi 5 anni, oltre 5 miliardi di euro, con un focus prevalentemente indirizzato alla realizzazione delle infrastrutture di nuova generazione. Nel corso del 2014 TIM Brasil ha anche partecipato con successo all'asta delle frequenze indetta in Brasile per il servizio 4G/LTE: un ulteriore passo in avanti per estendere la diffusione del servizio di mobile broadband e ultrabroadband e contribuire alla modernizzazione del Paese.

GLI EFFETTI ECONOMICI DELLE RETI A BANDA LARGA E ULTRA-LARGA SULLA CRESCITA E L'OCCUPAZIONE

[G4-DMA Indirect Economic Impacts], [G4-EC7b]

La diffusione di reti a banda larga e ultra-larga rappresenta un volano per la crescita economica dei Paesi. Sono molti gli studi che attestano l'impatto positivo della banda larga sul PIL. Le stime più accreditate, come evidenziato nella tabella ripresa da un rapporto dell'International Telecommunication Union (ITU)⁹, indicano che un incremento di 10 punti percentuali di copertura di banda larga genera una crescita economica che oscilla tra lo 0,25% e 1,38% del PIL.

⁸ Un resoconto delle iniziative di coinvolgimento delle istituzioni nazionali e locali per la valutazione delle aree di intervento infrastrutturale è contenuto nel capitolo Istituzioni.

⁹ Impact of broadband on the economy: Research to Date and Policy Issues. ITU - 2012.



| Country | Authors - Institution | Data | Effect |
|-------------------------------|--|---|---|
| OECD | Czernich et al. (2009) University of Munich | 25 OECD countries between 1996 and 2007 | A 10% increase in broadband penetration raises per-capita GDP growth by 0.9-1.5 percentage points |
| | Koutroumpis (2009) Imperial College | 2002 - 2007 for 22 OECD countries | An increase in broadband penetration of 10% yields 0.25% increase in GDP growth |
| High Income Economies | Qiang et al. (2009) World Bank | 1980 - 2002 for 22 OECD countries | 10% increase in broadband penetration yielded an additional 1.21 percentage points of GDP growth |
| Low & Middle income economies | Qiang et al. (2009) World Bank | 1980 - 2002 for the remaining 120 countries (low and middle income) | 10% increase in broadband penetration yielded an additional 1.38 in GDP growth |

Per quanto riguarda la misura dell'impatto specifico delle reti a banda ultra-larga sulle economie, uno dei primi studi realizzati sul tema è quello realizzato da Analysys Mason e Tech4i2 nel 2013 per la Commissione Europea¹⁰ secondo cui un investimento in reti a banda ultralarga può generare benefici di circa tre volte superiori al capitale investito, come si evince dalla tabella sotto riportata. Secondo lo studio, l'investimento in reti di nuova generazione produce un beneficio importante anche in termini occupazionali dal momento che ogni miliardo di euro investito è in grado di generare circa 20mila posti di lavoro.

| Scenario | Total NGA investment (EUR billion) | Input-output benefits (EUR billion) | Jobs created (million) | Consumer surplus benefits (EUR billion) |
|---------------------|------------------------------------|-------------------------------------|------------------------|---|
| Do nothing | 76.4 | 181.2 | 1.35 | 26.5 |
| Modest intervention | 102.5 | 270.4 | 1.98 | 28.6 |
| Major intervention | 211.2 | 569.4 | 3.94 | 31.9 |

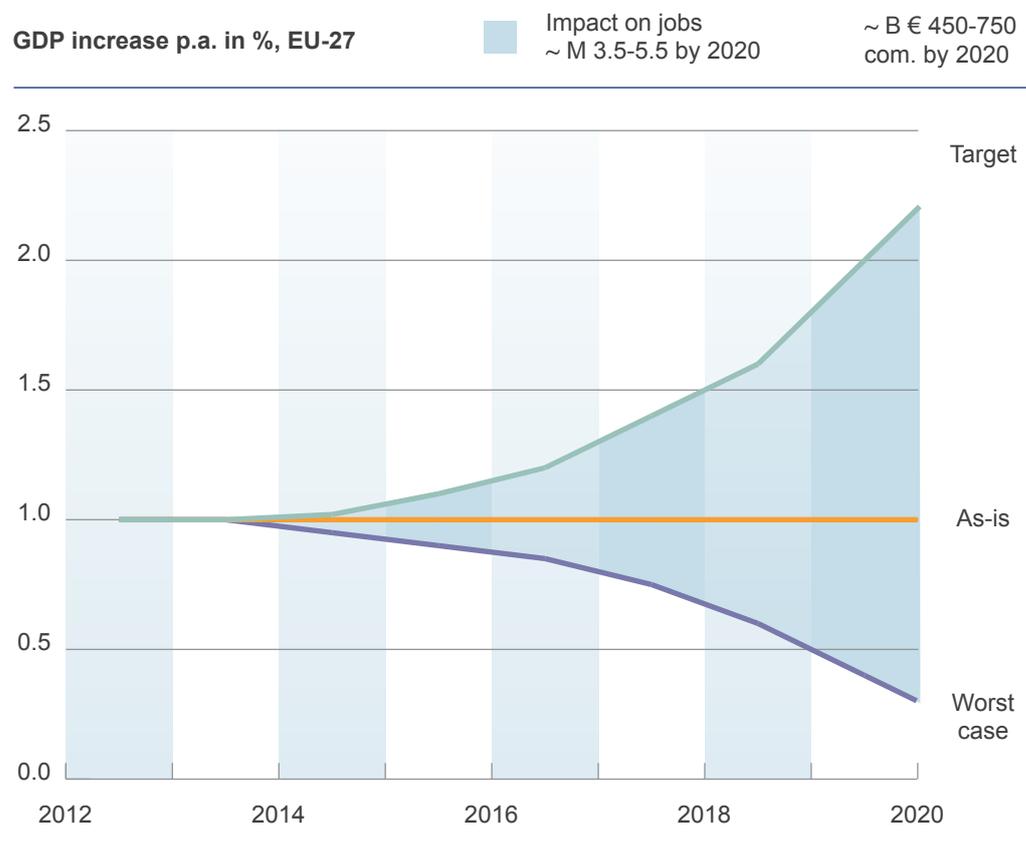
Un risultato simile si trova anche nello studio realizzato da The Boston Consulting Group (BCG) per ETNO (European Telecommunications Network Operators' Association) nel 2013¹¹. BCG stima in circa 110-170 miliardi di euro il gap di investimenti necessari per raggiungere gli obiettivi

¹⁰ Study on the socio-economic impact of bandwidth (SMART 2010/0033), Analysys Mason e Tech4i2 – marzo 2013. L'intero studio è scaricabile al link <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/study-socio-economic-impact-bandwidth-smart-20100033>.

Una sintesi dei principali risultati del lavoro è disponibile nel sito di Analysys Mason al link: <http://www.analysismason.com/About-Us/News/Press-releases1/broadband-benefit-for-EU-Mar2013/>.

¹¹ Reforming Europe's Telecoms Regulation to Enable the Digital Single Market, The Boston Consulting Group - 2013.

infrastrutturali previsti dal progetto Agenda Digitale Europea. In caso si riescano a realizzare gli incrementi di investimento necessari, afferma ancora BCG, si potrebbe ottenere una crescita di 750 miliardi di euro in termini di PIL e di 5,5 milioni di posti di lavoro, ossia 4,4 miliardi di euro di PIL e circa 30 mila posti di lavoro per ogni miliardo di euro investito.



Entrambi gli studi mostrano dunque che le reti a banda ultralarga hanno un effetto positivo sulle economie. Migliori risultati si ottengono certamente quando i piani di investimento degli operatori privati si accompagnano alla presenza di iniziative pubbliche finalizzate ad estenderne il livello di copertura e dunque ad ampliare i benefici per tutti i cittadini.

ESTENSIONE DEGLI INVESTIMENTI DI RETE ALLE “AREE BIANCHE”

[G4-EC8b]

Il concreto impegno di Telecom Italia si è manifestato anche nella partecipazione, sempre come unico operatore, ai bandi di gara pubblici **Eurosud** indetti dal Ministero per lo Sviluppo Economico (MISE), essenziali per assicurare la banda ultralarga nelle aree a “fallimento di mercato” (cosiddette “aree bianche”, in cui è concreto il rischio di una mancata remunerazione dell’investimen-



to) e raggiungere, così, l'obiettivo della copertura a 30 Mbit/s del 100% della popolazione entro il 2020. Nel corso del 2014 Telecom Italia si è aggiudicata i bandi di gara per i finanziamenti pubblici previsti per portare la banda ultralarga nelle aree bianche delle regioni Puglia e Basilicata.

Infine, parallelamente alle iniziative di realizzazione delle reti a banda ultralarga, grazie anche alla presenza di finanziamenti pubblici relativi al **Piano Nazionale Banda Larga**, prosegue l'estensione della rete a banda larga tradizionale alle poche aree che ne sono ancora sprovviste. Nel corso del 2014 Telecom Italia ha partecipato e si è aggiudicata i due bandi indetti per le regioni Calabria e Veneto, che si aggiungono alle due gare – relative alle regioni Lazio e Campania – che Telecom Italia aveva conseguito nel corso del 2013.

Sono, queste, iniziative di inclusione digitale, in cui anche le comunità che si trovano in situazioni geograficamente svantaggiate sono messe in condizione di poter sfruttare le potenzialità della rete per partecipare allo sviluppo economico e sociale offerto dalle nuove tecnologie.

DUE STRUMENTI PER AUMENTARE LA TRASPARENZA NELLO SVILUPPO DELLE INFRASTRUTTURE DI RETE E INCENTIVARE LO SVILUPPO DI PROGETTI DIGITALI: TELECOM ITALIA NETBOOK E ITALIA CONNESSA

[G4-DMA Indirect Economic Impacts]

Allo scopo di rendere ancora più trasparente lo sviluppo effettivo delle infrastrutture di rete a banda larga e ultralarga, Telecom Italia pubblica dal 2012 il **Telecom Italia Netbook**, che monitora in modo capillare e meticoloso lo “stato di avanzamento lavori”. Il Telecom Italia Netbook è una pubblicazione che mostra al Paese e ai principali stakeholder con estrema trasparenza, chiarezza e precisione lo stato della rete, illustrando attraverso dati e mappe la dimensione e l'articolazione delle infrastrutture di Telecom Italia, l'evoluzione che si registra a livello di centrali (che non solo vengono sempre più raggiunte dalla fibra ottica, ma accolgono anche apparati di nuova generazione per la gestione del traffico a banda larga), il livello di copertura della rete a banda larga ed ultralarga in ogni singola provincia italiana.

[G4-DMA Indirect Economic Impacts] Inoltre, per stimolare e promuovere la cultura dell'innovazione e accelerare i processi di digitalizzazione anche tra comuni di medie dimensioni, è stata realizzata nel 2014 la terza edizione di **Italia Connessa** una pubblicazione che contiene un check-up digitale delle regioni, cui si collega un'iniziativa rivolta alle Amministrazioni locali che propongono il piano di sviluppo digitale più concreto e convincente. Grazie a tale iniziativa, Telecom Italia si impegna a premiare l'istituzione locale che favorisce lo sviluppo di servizi digitali rivolti ai cittadini e imprese realizzando in anticipo rispetto ai propri piani le infrastrutture a banda ultralarga.

L'IMPEGNO DI TELECOM ITALIA PER RIDURRE AL MINIMO GLI IMPATTI NEGATIVI NELLA REALIZZAZIONE DELLE RETI

[G4-EC7b] La realizzazione delle infrastrutture di rete fissa e mobile può essere accompagnata da disagi per le comunità locali (i lavori per la posa della fibra possono creare traffico e rumori).

Telecom Italia attenua tali aspetti negativi ricorrendo a tecniche innovative di scavo e posa, come ad esempio lo scavo di minitrincee al posto delle normali canalizzazioni e l'utilizzo di materiali innovativi. In questo modo si ottiene una complessiva riduzione dei tempi dei lavori e dei disagi stradali, oltre a una notevole diminuzione degli impatti ambientali (meno emissioni in aria e rifiuti da smaltire) e sociali (riduzione degli infortuni sul lavoro).

LE INFRASTRUTTURE DI RETE COME PIATTAFORMA ABILITANTE PER LO SVILUPPO DELL'ECONOMIA DIGITALE E L'AUMENTO DELLA COMPETITIVITÀ DEL PAESE

[G4-EC8a]

L'ultimo rapporto OCSE su **Scienza, Tecnologia e Industria**¹² riassume molto chiaramente gli aspetti che determinano il diverso livello di competitività di un paese e delinea le "ricette" che le economie dovrebbero mettere in atto per uscire dalla crisi:

- aumento della produttività del lavoro, che spiega i differenziali di crescita della ricchezza degli ultimi anni tra i paesi maggiormente aperti alle nuove tecnologie e le altre economie;
- promozione dell'innovazione, anche attraverso l'offerta di sistemi formativi orientati soprattutto a stimolare il talento, diffondere nella popolazione le nuove competenze richieste dai sistemi produttivi, estendere la fascia di popolazione permeabile alle nuove tecnologie;
- aumento dell'efficacia dei sistemi locali e nazionali di ricerca e sviluppo, connettendoli alle reti di ricerca internazionali ed ai principali bacini di conoscenze, aumentando le occasioni di incontro tra la ricerca e le imprese;
- individuazione di nuove opportunità di crescita nelle soluzioni che si indirizzano alla salvaguardia dell'ambiente, all'invecchiamento della popolazione, al miglioramento della qualità della vita in ambito urbano.

Le infrastrutture a banda larga e ultralarga in quanto General Purpose Technologies (GPTs) ossia tecnologie abilitanti per l'attivazione di nuovi servizi e soluzioni e la diffusione di cultura digitale, rappresentano uno dei principali driver per rendere possibili gli sviluppi auspicati dall'OCSE. Infatti, già nel 2009 uno studio di Waverman indicava nella banda larga un veicolo per rendere più efficiente – e quindi maggiormente competitivo – un sistema economico attraverso l'aumento della produttività derivata dal maggiore uso delle tecnologie ICT¹³. Tale impatto è ovviamente amplificato quanto più il sistema economico è maggiormente aperto all'utilizzo delle nuove tecnologie.

¹² Science, Technology and Industry Outlook, OECD - 2014.

¹³ Economic Impact of Broadband: An Empirical Study, L. Waverman – 2009. Waverman stimava un aumento della produttività di 0,13% ogni punto percentuale di aumento della copertura della rete a banda larga.



ALCUNE INIZIATIVE DI TELECOM ITALIA PER DIFFONDERE CULTURA DIGITALE

Accanto al progetto d'infrastrutturazione, Telecom Italia si è fatta promotrice di diverse iniziative tese ad aumentare l'alfabetizzazione digitale, la dotazione tecnologica della popolazione italiana e l'utilizzo di servizi che sfruttano le potenzialità della rete internet.

A tale proposito Telecom Italia ha utilizzato diverse strategie (dai convegni alle sperimentazioni sul campo al finanziamento di start-up) al fine di esplorare e far conoscere le possibilità applicative offerte dal digitale in molte aree di interesse sociale ed economico: la scuola, i servizi offerti dalla Pubblica Amministrazione ai cittadini, le applicazioni rivolte a persone con disabilità, le soluzioni innovative indirizzate alle imprese, ai distretti industriali, alle città.

Possono costituire un esempio in questo senso iniziative patrocinate per diffondere la conoscenza di soluzioni ideate per aumentare l'efficienza dei processi della Pubblica Amministrazione, come il Forum PA 2014, di cui Telecom Italia è stata main partner, ed in cui sono state presentate soluzioni ICT dedicate alle Amministrazioni locali erogate in modalità cloud computing grazie alla Nuvola Italiana: dalla fatturazione elettronica alla firma grafometrica, dai servizi di identità digitale alla certificazione amministrativa e sanitaria. I servizi di e-Government possono contribuire a rendere più efficiente la Pubblica Amministrazione, sia rendendo più semplici e rapidi i servizi offerti al cittadino, sia riducendo i costi della burocrazia. **[G4-EC8b]** Non a caso la Commissione Europea ha identificato nel favorire il decollo dei servizi di e-Government uno dei principali obiettivi da raggiungere nell'implementazione dell'Agenda Digitale. La diffusione dei servizi di e-Government ha potenziali enormi in termini di risparmi: in Danimarca è stato avviato nel 2012 un progetto di archivio digitale che permette al cittadino di introdurre i propri dati una sola volta per tutte le pratiche amministrative e si è stimato che entro il 2020 i risparmi possano ammontare a 100 milioni di euro l'anno. Il modello danese di archivio digitale è particolarmente evoluto rispetto ad altri e consente diverse applicazioni anche di carattere commerciale. Se il medesimo approccio fosse applicato ovunque in Europa si potrebbero avere risparmi nell'ordine dei 5 miliardi l'anno entro il 2017¹⁴.

Anche l'avvio di progetti di sperimentazione sul territorio può rappresentare un modo per far crescere la cultura digitale. Un esempio sono le sperimentazioni ed i progetti pilota su soluzioni di smart cities che possono mostrare in modo concreto alle comunità locali che applicazioni e nuove tecnologie possono indurre una migliore gestione del tempo, minori sprechi, un comportamento più responsabile verso l'ambiente e la propria comunità, maggiore sicurezza, più trasparenza. In altri termini, un miglioramento nella qualità della vita. **[G4-EC8b]** A livello europeo si contano molteplici iniziative di sperimentazione, come le 370 censite nell'ambito dell'iniziativa della Commissione Europea denominata "The European Innovation Partnership on Smart Cities and Communities"¹⁵ che vede la partecipazione anche di Telecom Italia con un progetto di mobilità urbana sostenibile nelle aree di Torino, Milano, Pisa e Roma che intende promuovere un modello di logistica urbana

14 Study on eGovernment and the Reduction of Administrative Burden, Ernst & Young e Danish Technological Institute – 2014. Studio realizzato per la Commissione Europea - DG Communications Networks, Content & Technology. <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/final-report-study-egovernment-and-reduction-administrative-burden-smart-20120061>.

15 <http://eu-smartcities.eu/>.

che riduca le emissioni di CO₂ e renda il sistema del trasporto pubblico più efficiente¹⁶. Un'iniziativa ancora più completa è la sperimentazione **Città 3.0** avviata da Telecom Italia al fine di sviluppare servizi innovativi per smart cities, che prevede la realizzazione di piattaforme sperimentali per il monitoraggio energetico e la sostenibilità ambientale. Nella sperimentazione rientrano anche le soluzioni basate sulla SIM Card, per la gestione di servizi d'identità digitale, fino a quelli offerti con il mobile wallet, il sistema che permette di utilizzare lo smartphone sia come borsellino elettronico sia come strumento di uso quotidiano per servizi quali trasporti e parcheggi.

[G4-EC8b] Le competenze digitali hanno un ruolo cruciale nella nostra società e rappresentano uno dei principali fattori di vantaggio competitivo delle economie degli ultimi due decenni, come evidenziato in molti lavori realizzati dall'OCSE o promossi dalla Commissione Europea.

[G4-DMA Indirect Economic Impacts] Anche su questo tema l'Agenda Digitale chiede ai Paesi membri di intervenire per ampliare la conoscenza degli strumenti digitali e aumentare il numero di persone in possesso di skills digitali evoluti anche attraverso la diffusione di tecnologie ICT nelle scuole, che diventano attori chiave per costruire le nuove competenze. In questa prospettiva, le scuole devono compiere un cambiamento radicale sia del modo di progettare e proporre l'offerta formativa, sia del modo di rapportare alunni, insegnanti e famiglie. Proprio per l'importanza data al tema, la Commissione Europea monitora costantemente la velocità dell'introduzione delle tecnologie digitali nelle scuole e nei processi didattici. L'ultimo rapporto di confronto elaborato dalla Commissione Europea evidenzia che la presenza di computer connessi ad internet è un fattore critico a tutti i livelli dell'offerta scolastica in Italia. Un ritardo significativo in termini di dotazione tecnologica delle scuole italiane si riscontra anche negli altri livelli scolastici¹⁷. Un'iniziativa pensata per promuovere l'utilizzo di strumenti digitali fin dai primi anni scolastici è l'offerta commerciale **TIMCollege** che, oltre a fornire un tablet e il servizio di connettività, mette a disposizione degli studenti l'accesso a contenuti digitali e un coupon dal valore di 150 euro per l'acquisto di testi scolastici in formato digitale sulla piattaforma scuolabook.it.

Allo scopo di aumentare l'efficienza delle imprese – in particolare quelle di medie e piccole dimensioni – sono stati lanciati diversi servizi commerciali basati sul cloud Nuvola Italiana di Telecom Italia che permettono di virtualizzare server e computer, ma anche di gestire e geolocalizzare i propri veicoli aziendali, come **Nuvola IT Localizza** che permette un risparmio sui costi, un minore inquinamento ambientale, ma anche l'aumento dei livelli di sicurezza in caso di incidente o furto¹⁸.

L'INFRASTRUTTURA PER L'INCLUSIONE SOCIALE IN BRASILE

[G4-EC7a], [G4-EC7b] In America Latina la telefonia mobile, sin dalla sua introduzione, ha svolto un ruolo chiave nel processo di integrazione delle fasce più disagiate, divenendo fattore di coesione e di

¹⁶ <http://eu-smartcities.eu/commitment/7475>.

¹⁷ Survey of Schools: ICT in Education, European Schoolnet e Università di Liegi (2013). Il rapporto e i contenuti della survey sono disponibili al link <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/survey-schools-ict-education>.

¹⁸ **[G4-DMA Indirect Economic Impacts], [G4-EC7c]** Tutte le iniziative di cui si è parlato in questa sezione sono di carattere commerciale o sperimentale. Per le iniziative in kind o pro bono si veda il capitolo Comunità.



partecipazione alla vita sociale e democratica. Basti pensare che in Brasile, a giugno 2013, le linee fisse installate erano poco più di 44 milioni, mentre le linee mobili erano oltre 275 milioni di unità¹⁹. TIM Brasil gestisce oltre 75 milioni di linee mobili e, in questo contesto, ha sempre giocato un ruolo importante. Quanto fatto in passato estendendo la copertura della rete GSM a tutto il paese, prosegue su alcuni importanti assi di sviluppo, quali il miglioramento della qualità della rete per le maggiori città, lo sviluppo del Mobile BroadBand e del Fiber-To-The-Site (FTTS) sviluppato in alcune città, progetti pilota di small-cell e Wi-Fi e lo sviluppo del progetto di trasmissione LT Amazonas fiber nella regione amazzonica.

[G4-EC8] TIM Brasil si distingue per progetti di inclusione sociale come quelli che portano accesso a internet in comunità metropolitane problematiche come Rocinha e Leme a Rio de Janeiro, o come la Transamazonica Digital, che porta fibra ottica in alcune municipalità delle regioni di Amazonas, Parà e Amapà.

La disponibilità di infrastrutture, tuttavia, è solo uno degli ingredienti e deve procedere di pari passo a una complessiva crescita digitale della popolazione, un'alfabetizzazione che faccia sviluppare la domanda e stimoli gli investimenti. In questo contesto si colloca il "Piano nazionale di banda larga" del Brasile (PNBL - Programa Nacional de Banda Larga), cui il Gruppo Telecom Italia ha partecipato fin dall'inizio, un programma federale che ha guidato il Paese verso l'obiettivo di incoraggiare e diffondere l'uso e la distribuzione di beni e servizi ICT, di espandere la copertura delle reti alle aree più remote del Paese nonché di rendere più accessibili i servizi a tutte le fasce della popolazione, contribuendo a ridurre le disuguaglianze economiche e sociali.

Il PNBL è stato lanciato nel 2010 con l'obiettivo di portare l'accesso ad internet a banda larga fissa e mobile alle famiglie delle regioni più disagiate del paese, coprendo al contempo tutte le sedi di servizi pubblici, incluse le scuole. A tale scopo il PNBL prevede incentivi per gli operatori che si impegnano a commercializzare il servizio a banda larga ad un prezzo definito, nonché misure di esenzione fiscale per incrementare la diffusione di smartphone, tablet ed altri strumenti per la connessione a banda larga su rete mobile. La significativa crescita delle linee a banda larga fisse e mobili che si è registrata in tutti le regioni del Paese soprattutto nel biennio 2013-2014, sembra indicare che la strategia messa in campo abbia ricevuto una risposta molto positiva da parte del mercato²⁰. TIM Brasil ha svolto la sua parte in questo contesto con grande convinzione, avviando anche iniziative di partnership con Telebras, l'operatore a cui è stato affidato il compito di estendere il backbone nazionale, per la posa della fibra ottica in alcune regioni del paese e per ampliare la portata e l'efficienza delle reti mobili 3G e 4G.

¹⁹ I dati più recenti sono disponibili al sito dell'Agenzia Nazionale di Telecomunicazioni brasiliana Anatel al link <http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortallInternet.do>.

Le informazioni relative all'anno 2013 possono essere consultate nella Relazione Annuale 2013 disponibili al link <http://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documento.asp?numeroPublicacao=312603&pub=original&filtro=1&documentoPath=312603.pdf>.

²⁰ Maggiori informazioni sul PNBL possono essere trovate al sito <http://www.mc.gov.br/programa-nacional-de-banda-larga-pnbl>.



SOSTENIBILITÀ E GOVERNANCE

CENNI SULLA CORPORATE GOVERNANCE DI TELECOM ITALIA

Sono di seguito brevemente illustrati alcuni aspetti della Corporate Governance del Gruppo particolarmente rilevanti (materiali) per la rendicontazione di sostenibilità secondo le linee guida GRI-G4. Per una descrizione più approfondita ed esaustiva si rimanda alla *Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari dell'esercizio 2014* (d'ora in avanti "RGS"), alla *Relazione sulla Remunerazione* (d'ora in avanti "RR"), allo Statuto e alle procedure di Governance del Gruppo, disponibili sul sito www.telecomitalia.com.

[G4-34], [G4-35], [G4-40] Il Consiglio di Amministrazione del Gruppo Telecom Italia è nominato dall'Assemblea degli Azionisti 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 disciplina regolamentare emanata dalla Consob). **[G4-38], [G4-40]** L'unico stakeholder rappresentato in Consiglio è quindi l'azionariato. 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.

[G4-40] Lo Statuto del Gruppo richiede che gli esponenti del genere meno rappresentato siano almeno un terzo del totale dei consiglieri, con arrotondamento, in caso di numero frazionario, all'unità superiore. L'indipendenza di un numero minimo di consiglieri è richiesta dalla legge (TUF) sulla base della composizione complessiva del Consiglio; la stessa legge e il Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana definiscono anche i criteri di indipendenza degli amministratori.

[G4-40] Nell'esprimere il proprio parere di orientamento ai soci, in vista dell'Assemblea di rinnovo dell'organo amministrativo, avvenuto con l'assemblea del 16 Aprile 2014, il Consiglio di Amministrazione uscente si era espresso, tra l'altro, su alcuni desiderata relativi al nuovo Consiglio, tra cui:

- le competenze di cui si riteneva opportuna la presenza erano la conoscenza del settore telecomunicazioni e/o Information Technology (anche sotto il profilo della regolazione), o comunque di business contigui, l'indirizzo strategico, la finanza, la comunicazione e l'organizzazione, la gestione dei rischi e il controllo interno. In termini di background professionale, si reputava da prediligere l'estrazione manageriale (in primis: CEO o CFO di aziende di dimensioni importanti), ma era giudicato utile anche il contributo di accademici esperti di finanza e fiscalità, rischi, diritto o del settore tecnico di operatività del Gruppo;
- era auspicata un'apertura internazionale, mediante l'inserimento in lista di candidati non italiani, ovvero di soggetti che avessero maturato un'esperienza professionale all'estero;
- delle varie componenti andava assicurato un mix equilibrato, in quanto la compresenza di competenze ed esperienze diversificate assicura la complementarietà dei profili professionali e favorisce la dialettica e l'efficiente funzionamento del Consiglio, nella consapevolezza che le competenze specialistiche possono essere contribute dalle strutture interne ovvero, in caso di necessità, da



consulenti esterni, e che le complessità delle dinamiche da gestire suggeriscono piuttosto una preventiva esperienza dei candidati all'interno di organi consiliari di società quotate.

(cfr. *Proposte Deliberative - Assemblea degli Azionisti del 16 Aprile 2014*, disponibile sul sito www.telecomitalia.it)

[G4-38] Il Consiglio di Amministrazione in carica a partire dal 16 Aprile 2014 è composto da 13 membri, di cui 9 indipendenti. Dei componenti del Consiglio, 5 sono donne, e il genere femminile è l'unico sottogruppo sociale rappresentato. La Tabella 2 "Struttura del Consiglio di Amministrazione e dei Comitati e altri incarichi ricoperti" contenuta in RGS indica, per ciascun amministratore, la durata dell'incarico, i comitati di appartenenza, il numero e la natura di altri incarichi, la lista di appartenenza (se di Maggioranza o di Minoranza), l'eventuale indipendenza, l'esecutività/non esecutività. I curricula di ciascun amministratore sono disponibili sul sito www.telecomitalia.com. Le competenze in campo economico spaziano dall'insegnamento universitario, agli studi universitari e post universitari, a esperienze all'apice di grandi aziende. Quattro amministratori dichiarano inoltre di aver seguito progetti su temi attinenti alla Corporate Social Responsibility. **[G4-47]** Nel 2014 si sono tenute 14 riunioni del Consiglio di Amministrazione.

[G4-43] I Consiglieri partecipano a specifici incontri con il management o con consulenti esterni, finalizzati a fornire un'adeguata conoscenza del settore di attività in cui opera la Società, delle dinamiche aziendali e della loro evoluzione. Si organizzano colazioni di lavoro, workshop sulle nuove tecnologie, incontri formativo-informativi in vista delle riunioni strategiche. L'aggiornamento rispetto al quadro normativo di riferimento è oggetto di specifiche note informative. Sono inoltre previsti per il 2015 incontri formativi sulla sostenibilità.

[G4-34], [G4-40] Attualmente i comitati costituiti all'interno del Consiglio sono il *Comitato per il Controllo e i Rischi* e il *Comitato per le Nomine e la Remunerazione*. Il processo di selezione e nomina dei membri del comitato, così come i requisiti di indipendenza e di competenza, sono descritti nel *Regolamento Comitato Nomine e Remunerazione* e nel *Regolamento Comitato Controllo e Rischi*, disponibili sul sito www.telecomitalia.com

[G4-44a] L'autovalutazione della dimensione, della composizione e del funzionamento del Consiglio e dei suoi Comitati è stata avviata nel mese di dicembre 2014 con il supporto del consulente esterno indipendente *BoardroomReview*. **[G4-44b]** Le modalità e i risultati dell'assessment sono illustrati in RGS. Nell'autovalutazione del 2014 non sono state affrontate tematiche di sostenibilità.

[G4-35], [G4-36], [G4-39], [G4-42] L'Assemblea del 16 aprile 2014 ha nominato Presidente Giuseppe Recchi e nella successiva riunione del Consiglio di Amministrazione del 18 aprile Marco Patuano è stato nominato Amministratore Delegato.

Tra le deleghe e i poteri attribuiti al Presidente (dettagliati in RGS), si menzionano:

- l'identificazione delle linee guida dello sviluppo del Gruppo, d'intesa con l'Amministratore Delegato, con poteri di individuazione e analisi di operazioni straordinarie;
- la supervisione dell'elaborazione dei piani strategici, industriali e finanziari, della loro realizzazione e del loro sviluppo nonché la verifica dell'attuazione delle delibere consiliari;
- la supervisione della definizione degli assetti organizzativi e il potere di organizzazione e dimensionamento del personale e delle risorse necessarie per l'esercizio delle proprie funzioni, avvalendosi direttamente della funzione People Value che riporta all'Amministratore Delegato;
- la supervisione dell'andamento economico e finanziario della Società e del Gruppo;
- la supervisione del processo di esame e definizione delle linee del sistema di controllo interno;
- la rappresentanza della Società e del Gruppo nei rapporti esterni con tutte le autorità, le istituzioni italiane e internazionali e gli investitori (fermo restando che la funzione People Value riporta all'Amministratore Delegato);
- la responsabilità organizzativa delle seguenti funzioni a suo diretto riporto:
 - Affari Legali e Societari (ferma la facoltà dell'Amministratore Delegato di avvalersi della funzione Affari Legali per il necessario supporto nella gestione operativa);
 - Press Office & Opinion Makers Relations (ferma la facoltà dell'Amministratore Delegato di avvalersi dell'Ufficio Stampa per il necessario supporto nella gestione operativa coordinandosi con il Presidente);
 - Public & Regulatory Affairs (coordinandosi, per quanto concerne i rapporti con AGCOM e AGCM e le corrispondenti autorità estere, con l'Amministratore Delegato, cui la Funzione risponde limitatamente ai rapporti con tali autorità);
- la responsabilità organizzativa della funzione Corporate Social Responsibility (CSR) ([G4-48] inclusa la responsabilità della redazione del bilancio di sostenibilità) e il governo della Fondazione Telecom Italia.

[G4-35], [G4-36], [G4-42] Tra le deleghe e i poteri attribuiti all'Amministratore Delegato (dettagliati in RGS), si menzionano:

- la responsabilità delle attività di amministrazione (ivi inclusa la redazione del Bilancio d'Esercizio) di finanza ordinaria e straordinaria, fiscalità, controllo di gestione e investor relations;
- la responsabilità di definire, proporre al Consiglio di Amministrazione e quindi attuare e sviluppare i piani strategici, industriali e finanziari;
- la responsabilità di definire gli assetti organizzativi, le politiche del personale e le relazioni con le organizzazioni sindacali;
- tutte le responsabilità organizzative per garantire la gestione e lo sviluppo del business in Italia e in Sud America;
- la responsabilità organizzativa delle componenti della funzione Public & Regulatory Affairs che curano i rapporti con l'AGCOM e AGCM e le corrispondenti autorità estere, coordinandosi con il Presidente;
- la responsabilità delle politiche di brand e comunicazione commerciale;



- la responsabilità della disclosure al mercato, con riferimento alla società;
- la responsabilità di “datore di lavoro” ai fini della responsabilità per la sicurezza e la salute dei lavoratori sui luoghi di lavoro, con riferimento alla società;
- responsabilità e poteri in materia di trattamento e protezione dei dati personali, con riferimento alla società.

[G4-35], [G4-36] Il sistema di deleghe dei poteri da parte degli Amministratori Esecutivi (Presidente e CEO) alle funzioni a loro riporto è oggetto di una apposita procedura aziendale che stabilisce le modalità attraverso cui tale sistema deve essere implementato (Conferimento e Revoca Procure). Le deleghe sono di norma conferite ai riporti diretti degli Amministratori Esecutivi e, in particolare, per le questioni di carattere economico-finanziario, sono delegati i riporti del CEO che si occupano di tali materie, mentre per la CSR è delegato il riporto del Presidente a capo della funzione CSR. I riporti diretti possono a loro volta delegare determinati poteri a specifiche funzioni; [G4-37] in particolare, sono conferite in questo modo le deleghe per la consultazione degli stakeholder (clienti, fornitori, Pubblica Amministrazione, dipendenti ecc., descritti nel paragrafo Stakeholder Engagement del presente capitolo).

[G4-41] La procedura aziendale per l’effettuazione delle operazioni con parti correlate¹, redatta in ottemperanza al Regolamento Consob n. 17221 del 12 marzo 2010, è regolarmente aggiornata (l’ultima revisione è del 18 dicembre 2014) ed è illustrata in RGS, cfr. *Interessi degli Amministratori e operazioni con parti correlate*. La disclosure delle eventuali operazioni con parti correlate nel periodo di riferimento è inserita nella Relazione Finanziaria Annuale, nel capitolo *Operazioni con parti correlate*.

[G4-45], [G4-46], [G4-14] Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi è costituito dall’insieme delle regole, delle procedure e delle strutture organizzative volte a consentire - attraverso un adeguato processo di identificazione, misurazione, gestione e monitoraggio dei principali rischi - una conduzione dell’impresa sana, corretta e coerente con gli obiettivi prefissati. Il Consiglio di Amministrazione, in quanto responsabile del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, definisce le linee di indirizzo del sistema, verificandone l’adeguatezza, l’efficacia e il corretto funzionamento, così che i principali rischi aziendali (tra l’altro, quelli operativi, di compliance, economici, di natura finanziaria) siano correttamente identificati e gestiti nel tempo.

L’istituzione e il mantenimento del sistema di controllo interno sono affidati agli Amministratori Esecutivi, ciascuno rispetto all’area delegata, e al Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili della Società per l’ambito di competenza, così da assicurare l’adeguatezza complessiva del

¹ Per “parte correlata” e “parti correlate” di Telecom Italia si intendono i soggetti definiti come tali dal Regolamento Consob. A prescindere dalla loro qualificabilità come parti correlate ai sensi dei principi contabili, la Procedura si applica anche ai partecipanti a patti parasociali rilevanti ai sensi dell’art. 122 del Testo Unico della Finanza che disciplinano la candidatura alla carica di Consigliere di Amministrazione della Società, là dove dalla lista presentata dai partecipanti ai patti parasociali sia risultata tratta la maggioranza dei Consiglieri nominati.

sistema e la sua concreta funzionalità, in una prospettiva di tipo risk based, che viene considerata anche nella definizione dell'agenda dei lavori consiliari. Il coordinamento tra i soggetti coinvolti nel sistema di controllo interno e di gestione dei Rischi è illustrato in RGS.

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.

[G4-45], [G4-46], [G4-14] Il Gruppo Telecom Italia ha adottato un Modello Enterprise Risk Management (di seguito ERM) che consente di individuare, valutare e gestire tutte le tipologie di rischi in modo omogeneo all'interno delle società del Gruppo, evidenziando potenziali sinergie tra gli attori coinvolti nella valutazione del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi. Il processo ERM è progettato per individuare eventi potenziali che possono influire sull'attività d'impresa, al fine di gestire il rischio entro i limiti accettabili e di fornire una ragionevole sicurezza sul conseguimento degli obiettivi aziendali.

Il processo è diretto dallo Steering Committee ERM che è presieduto e coordinato dal responsabile della funzione *Administration, Finance and Control*. Lo Steering si riunisce con cadenza trimestrale (o in relazione a specifiche esigenze) e ha lo scopo di garantire il governo del processo di gestione dei rischi di Gruppo, finalizzato a garantire la continuità operativa del business aziendale monitorando l'efficacia delle contromisure adottate. Per maggiori dettagli si rimanda al capitolo Essere Sostenibili: Rischi e opportunità, paragrafo *L'Enterprise Risk Management System del Gruppo*.

[G4-49], [G4-50], [G4-58] Le principali procedure che il Gruppo mette a disposizione per le segnalazioni degli stakeholder sono:

- la procedura di segnalazioni per il controllo interno
- la procedura di segnalazioni al Collegio Sindacale/Audit Committee

disponibili sul sito www.telecomitalia.com. A queste si aggiunge la procedura di segnalazione all'Organismo di Vigilanza, disponibile sulla Intranet aziendale.

[G4-57], [G4-DMA Labor Practice Grievance Mechanisms] Come evidenziato nell'art. 4 del Codice Etico e di Condotta di Gruppo, richieste di chiarimenti sulla correttezza di comportamenti propri o altrui ai fini della piena osservanza del Codice e dei suoi valori devono essere indirizzati al responsabile della Direzione Audit di Telecom Italia S.p.A. o al responsabile della Funzione Audit della società estera del Gruppo direttamente interessata, nel rispetto di specifiche procedure interne. **[G4-58]** Alle stesse figure, avvalendosi delle apposite procedure interne (procedura di segnalazioni per il controllo interno), i destinatari del Codice e quanti vi hanno aderito devono segnalare tempestivamente:

- eventuali violazioni, richieste o induzioni alla violazione di norme di legge o regolamento, di prescrizioni del Codice, di procedure interne, con riferimento alle attività e prestazioni di interesse del Gruppo;



- ogni irregolarità o negligenza nella tenuta della contabilità, nella conservazione della relativa documentazione, nell'adempimento degli obblighi di reportistica contabile o gestionale interna delle società del Gruppo.

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

[G4-50] Nel 2014, attraverso la procedura di segnalazioni per il controllo interno sono arrivate 91 segnalazioni in Italia e 77 in Brasile, la maggior parte di cui riguardavano presunti disservizi. Il paragrafo *Diritti Umani* del capitolo *Essere Sostenibili: rischi e opportunità* e il paragrafo *Segnalazioni pervenute tramite la procedura per il controllo interno* del capitolo *Le persone di Telecom Italia* illustrano le segnalazioni pervenute relative a presunte violazioni dei diritti umani e del lavoro².

[G4-50] Nella Relazione del Collegio Sindacale viene indicato il numero di segnalazioni pervenute tramite la procedura di segnalazione al Collegio Sindacale e viene fornito un resoconto sugli accertamenti svolti dal Collegio stesso con il supporto del Group Compliance Officer (cfr. Relazione Finanziaria Annuale 2014). Inoltre, nel corso del 2014 sono pervenute all'Organismo di Vigilanza solo 3 segnalazioni nessuna delle quali pertinente al Codice Etico e Modello Organizzativo 231.

[G4-51], [G4-52] La politica sulla remunerazione dei componenti del Consiglio di Amministrazione è definita in linea con le norme di legge e le previsioni statutarie in base alle quali:

- **[G4-53]** l'Assemblea degli azionisti determina il compenso globale annuo lordo del Consiglio di Amministrazione (non anche degli Amministratori muniti di particolari cariche: Presidente e Amministratore Delegato); si esprime sulla prima sezione della Relazione sulla Remunerazione; delibera in merito ai piani di compensi basati sull'attribuzione di strumenti finanziari;
- il Consiglio di Amministrazione delibera sul riparto del compenso determinato dall'Assemblea (quando stabilito in un importo complessivo per l'organo nella sua collegialità); definisce la politica di remunerazione degli Amministratori esecutivi e dei dirigenti con responsabilità strategiche; determina la remunerazione degli Amministratori che ricoprono speciali cariche.

Il Consiglio di Amministrazione è inoltre responsabile della formulazione di proposte all'Assemblea sui piani di compensi basati sull'attribuzione di strumenti finanziari nei confronti di Amministratori e dipendenti e della predisposizione della Relazione sulla Remunerazione.

[G4-52] Al fine di assicurare che le scelte effettuate in materia di remunerazione siano adeguata-

² In particolare, il paragrafo Diritti Umani contiene una più dettagliata descrizione della procedura e delle tipologie di tutte le segnalazioni effettuate tramite la procedura.

mente istruite, conformi alle regole di trasparenza e di rigorosa disciplina dei potenziali conflitti di interesse, il Consiglio di Amministrazione si avvale del supporto del Comitato per le nomine e la remunerazione. Per lo svolgimento delle proprie funzioni, il Comitato (alle cui riunioni interviene il Presidente del Collegio Sindacale o, in caso di sua impossibilità, altro Sindaco da lui designato) si avvale della collaborazione delle competenti strutture della Società e può avvalersi del supporto di consulenti esterni che non si trovino in situazioni tali da comprometterne l'indipendenza di giudizio. A seguito del rinnovo del Consiglio di Amministrazione, il Comitato si è avvalso dell'assistenza e del supporto forniti da *Mercer Italia*.

[G4-51] Fatta eccezione per il Presidente e l'Amministratore Delegato, gli Amministratori percepiscono esclusivamente compensi fissi. La Tabella 1 "Compensi corrisposti ai componenti dell'organo di amministrazione di controllo e ai Dirigenti con responsabilità strategiche" in RR indica per ciascun consigliere tutte le tipologie e l'ammontare dei compensi attribuiti. I dettagli delle componenti della remunerazione fissa e variabile (inclusa l'eventuale componente di stock option), dei benefit e del trattamento di severance attribuiti all'Amministratore Delegato, al Presidente e ai dirigenti con responsabilità strategiche, così come gli obiettivi per la componente variabile della remunerazione dell'Amministratore Delegato sono illustrati in dettaglio in RR. In particolare, gli obiettivi assegnati all'Amministratore Delegato sono prevalentemente di natura finanziaria ad eccezione dell'indicatore di Customer Satisfaction e del totale degli investimenti in innovazione, mentre per il Presidente, l'unico obiettivo assegnato riguarda l'efficacia nella gestione delle attività del Consiglio di Amministrazione, valutato a cura del Consiglio di Amministrazione. Gli obiettivi di sostenibilità usati per determinare il sistema di incentivazione del management sono esposti nel capitolo *Le persone di Telecom Italia* del presente rapporto, paragrafo *Politiche di remunerazione*.

GOVERNANCE E GESTIONE DELLA SOSTENIBILITÀ IN TELECOM ITALIA

GOVERNANCE DELLA SOSTENIBILITÀ

[G4-34], [G4-42] Il monitoraggio delle tematiche socio-ambientali del Gruppo, così come l'individuazione dei progetti e delle iniziative di CSR, è in capo alla funzione di Corporate Social Responsibility che

- riporta direttamente al Presidente del Consiglio di Amministrazione,
- periodicamente riferisce al Comitato Controllo e Rischi.

Quest'ultimo esercita una funzione di alta supervisione in materia di corporate social responsibility, vigilando sulla coerenza delle azioni realizzate con i principi posti dal Codice Etico del Gruppo e con i valori in cui il Gruppo si riconosce. **[G4-47]** Nel corso del 2014 il Comitato Controllo e Rischi ha incontrato i rappresentanti della funzione di CSR due volte.



[G4-48] Il Bilancio di sostenibilità, ivi inclusa l'analisi di materialità, ricade nelle responsabilità del Presidente del Consiglio di Amministrazione ed è sottoposto per l'approvazione al Consiglio di Amministrazione.

[G4-35] La delega delle responsabilità in materia socio/ambientale, così come tutte le deleghe aziendali, si espleta attraverso la procedura Conferimento e revoca procure. In particolare [G4-36] la responsabilità del monitoraggio e della comunicazione delle tematiche ambientali e sociali risiede in capo alla funzione CSR, che prepara il bilancio di sostenibilità, gestisce le relazioni con le agenzie di rating e cura anche l'implementazione di particolari progetti. La responsabilità della gestione delle particolari tematiche socio/ambientali resta in capo alle funzioni che gestiscono direttamente le operazioni che coinvolgono quelle tematiche (ad esempio, la funzione People Value ha, tra l'altro, la responsabilità di garantire la salute e sicurezza dei dipendenti, assicura le relazioni con i rappresentanti dei lavoratori, garantisce la compliance in materia di normativa del lavoro, ecc, la funzione Open Access garantisce la compliance in materia di normativa ambientale, ecc, la funzione Infrastructures & Energy in ambito Network definisce le iniziative per la riduzione dei consumi energetici, ecc). [G4-42] Sono queste ultime funzioni, in particolare, a individuare strategie specifiche e target diretti al miglioramento della performance socio/ambientale, ciascuna funzione per la propria area di competenza. Le strategie, le attività e i target socio/ambientali delle varie funzioni sono esposti nel Bilancio di sostenibilità.

[G4-37] Così come la responsabilità della gestione di ciascuna tematica socio/ambientale è delegata alla funzione che gestisce operativamente quella tematica, la consultazione con gli stakeholder è delegata alle funzioni che operativamente si confrontano con i vari stakeholder dell'Azienda. Le varie iniziative di coinvolgimento sono elencate nel paragrafo *Stakeholder Engagement* del presente rapporto.

RIFERIMENTI

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. 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 9001 e ISO 14001 per i sistemi di gestione della qualità e dell'ambiente;
- 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;
- linee guida ISO 26000, rivolte alle organizzazioni private e pubbliche di qualunque dimensione.

[G4-15], [G4-16] Il Gruppo Telecom Italia da tempo aderisce a numerose organizzazioni ambientali e sociali, a livello nazionale e internazionale, per diffondere valori universalmente riconosciuti quali il rispetto dei Diritti Umani e del lavoro, e la tutela dell'ambiente. Di seguito si riportano le principali associazioni in cui partecipa il Gruppo e alcune delle carte e codici sottoscritti:

- Global Compact, principale riferimento a livello mondiale lanciato nel 2000 dall'ONU, a cui Telecom Italia ha aderito fin dal 2002; Telecom Italia è membro del Global Compact Network Italia;
- ITU (International Telecommunication Union), la principale agenzia delle Nazioni Unite per le Telecomunicazioni e l'Informazione, nonché punto di riferimento per governi e settore privato nello sviluppo di reti e servizi. Il suo scopo è permettere lo sviluppo delle telecomunicazioni per garantire alle persone di tutto il mondo di entrare nell'economia globale. Telecom Italia partecipa, tra l'altro, al gruppo di lavoro ITU Child Online Protection: Guidelines for industry. Telecom Italia partecipa inoltre all'aggiornamento di linee guida sul Child Online Protection – COP rivolte alle aziende del settore broadcasting, internet e mobile, che rientra nel più ampio progetto internazionale Global Cybersecurity Agenda, e al Gruppo di lavoro Environment and Climate Change (Study Group 5);
- ETSI (European Telecommunications Standards Institute), la principale organizzazione europea di standardizzazione per le telecomunicazioni. Telecom Italia partecipa ai seguenti comitati tecnici e gruppi di interesse concernenti l'ambiente: TC ATTM (Access, Terminals, Transmission and Multiplexing), TC EE (Environmental Engineering) e ISG OEU (Operational energy Efficiency for Users);
- GSM Association, e in particolare il gruppo di lavoro GSMA – Mobile Alliance against Child Sexual Abuse Content, per tutte le iniziative tecnologiche e di comunicazione rivolte alla tutela dei minori nel settore della telefonia mobile;
- ICT Coalition e Better Internet for kids/CEO Coalition, per la definizione e l'implementazione dei principi e delle tecnologie necessarie a rendere internet un luogo più sicuro per i minori;
- GRI, l'organismo fondato nel 1997 dal CERES, Coalition for Environmentally Responsible Economy, con l'obiettivo di sviluppare delle linee guida, applicabili globalmente, per la stesura del report di sostenibilità;
- GeSI (the Global e-Sustainability Initiative), una partnership globale di società ICT per promuovere lo sviluppo sostenibile delle nuove tecnologie. Telecom Italia è rappresentata nell'Assemblea Generale e partecipa ai gruppi di lavoro dell'iniziativa, in particolare nell'ambito dell'ottimizzazione dei consumi energetici e della riduzione delle emissioni di gas serra. Dalla metà del 2012 alla metà del 2014 Telecom Italia ha anche fatto parte del Board of Directors, ricoprendo il ruolo di tesoriere;



- ETNO, un' associazione di settore che ha tra i suoi obiettivi lo sviluppo di un mercato europeo delle TLC competitivo ed efficiente attraverso il coordinamento tra gli operatori e il dialogo con le istituzioni. Telecom Italia fa parte dell'Executive Board, di cui ha avuto la presidenza dal 2011 al 2014 e ha aderito a The Sustainability Charter of the European Telecommunications Network Operators' Association. Le problematiche legate alla corporate responsibility sono gestite attraverso un gruppo di lavoro, di cui Telecom Italia ha la presidenza dal 1997, che ha anche - fra i suoi mandati - la promozione e la verifica degli obiettivi assunti attraverso il Corporate Responsibility Charter dell'Associazione. A questo gruppo di lavoro risponde una task force sull'energia, coordinata da Telecom Italia, che si occupa di valutare e mettere a fattor comune le migliori prassi e le soluzioni più avanzate nel campo dell'efficienza energetica;
- Joint Audit Cooperation, iniziativa congiunta tra operatori telefonici per effettuare audit di sostenibilità presso gli stabilimenti produttivi dei fornitori nei paesi in via di sviluppo. Telecom Italia è stato uno dei tre soci fondatori ed è rappresentata nella Leadership Assembly (che ha funzione di indirizzo e verifica ed è costituita da rappresentanti di alto livello delle rispettive funzioni Acquisti e CSR dei membri) e nell'Operational Board che definisce procedure e strumenti e coordina l'attività di audit dei fornitori;
- Joint Research Center, il centro di Ricerca della Commissione Europea che ha sviluppato, con l'ausilio degli operatori TLC, tra cui Telecom Italia, i Codici per l'efficienza energetica dei data center e per i consumi energetici degli apparati a larga banda, entrambi sottoscritti da Telecom Italia;
- FOSI - Family Online Safety Institute, un'organizzazione non profit internazionale il cui scopo è quello di rendere il mondo della rete più sicuro per i ragazzi e le loro famiglie, individuando le migliori strategie nel rispetto della libertà del web. Il FOSI favorisce inoltre il dialogo fra i capi di governo, il mondo dell'industria e il settore non profit nella ricerca di nuove soluzioni per la sicurezza dei bambini nel mondo del Web 2.0. Telecom Italia è la stata la prima azienda italiana ad aderire a questa importante istituzione.

Telecom Italia è inoltre associata a ANIMA e Sodalitas (entità che si occupano di sostenibilità nell'ambito di associazioni di categoria italiane), CSR Europe, una rete di aziende europee per lo sviluppo della CSR nelle aziende.

Tra gli altri codici rilevanti per la sostenibilità sottoscritti da Telecom Italia, si menzionano la Carta delle pari opportunità, il Codice di Autoregolamentazione per i servizi mobili, il Codice di Condotta per i servizi a sovrapprezzo e il Codice di Autodisciplina per la comunicazione commerciale (disponibili sul sito www.telecomitalia.com).

CODICI E CARTE DEL GRUPPO

[G4-56] 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 condu-

zione degli affari, il Codice Etico e di Condotta indica gli obiettivi e i valori informativi dell'attività dell'Azienda con riferimento ai principali stakeholder con i quali il Gruppo interagisce.

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

Inoltre, in adempimento a quanto previsto da varie delibere emanate dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni in materia di qualità, sono pubblicati sui siti web di riferimento gli obiettivi prefissati per ogni anno dei singoli servizi (servizi di telefonia vocale fissa e mobile, servizi di accesso a internet, 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, tracciabilità) e i requisiti che Telecom Italia chiede ai propri fornitori in merito a standard di lavoro e ambiente;
- *Policy di Green Procurement*, che ha lo scopo di minimizzare gli impatti ambientali direttamente attribuibili all'Azienda e ai propri fornitori nell'ambito del processo d'acquisto;
- *Linee guida del Gruppo Telecom Italia per i contributi volontari alla Comunità* che disciplina le modalità con cui il Gruppo effettua gli investimenti a favore delle comunità in cui opera;
- *Codice di comportamento per la riservatezza dei dati relativi agli OLO (Other Licensed Operator)* che assicura 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 Codice Etico e di Condotta di Telecom Italia sottolinea alcuni principi fondamentali per tutte le persone che lavorano nel Gruppo:



Eccellenza del servizio

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

Etica e Compliance

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

Competizione

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

Risorse umane

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

Comunicazione

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

Comunità

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

Salute e Sicurezza

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

LOTTA ALLA CORRUZIONE

[G4-SO3a] La corruzione è ampiamente riconosciuta come uno dei principali fattori che mettono a repentaglio la crescita socio-economica e il benessere delle popolazioni. La prevenzione della corruzione è sempre stata una parte importante del sistema di controllo interno di Telecom Italia in tutte le sue società. Nel corso del tempo, i sistemi di presidio e controllo di Telecom Italia si sono evoluti e il perimetro delle sue società è cambiato. Qui ci concentreremo sull'attuale perimetro del Gruppo, che è composto dalle seguenti Business Unit: BU Domestic (che comprende tutte le attività domestiche commerciali e tecniche di telefonia, Telecom Italia Sparkle e Olivetti), BU Brasile, e Media (cfr. Il Gruppo Telecom Italia/Profilo del Gruppo Telecom Italia).

[G4-DMA Anti-corruption] Lo strumento di Gruppo per l'identificazione, la prevenzione e il controllo dei rischi di corruzione è il "Modello Organizzativo 231" ai sensi del Decreto Legislativo 231/2001, un programma di compliance per la prevenzione dei reati ex D. Lgs 231/2001 che potrebbero comportare responsabilità amministrative per la Società.

Il Modello Organizzativo 231 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”, quali riferimento per il 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 soggetti terzi, nonché per gli adempimenti e per le attività di natura societaria;
- negli “schemi di controllo interno”, nei quali vengono descritti i processi aziendali a rischio reato, i reati presupposto associati ai medesimi, gli elementi di controllo e le indicazioni comportamentali a prevenzione delle condotte illecite.

Gli schemi di controllo interno sono stati elaborati nel rispetto dei seguenti principi: (i) la separazione dei ruoli nello svolgimento delle principali attività inerenti ai processi aziendali; (ii) la tracciabilità delle scelte, per consentire l'individuazione dei punti di responsabilità e la motivazione delle scelte stesse; (iii) l'oggettivazione dei processi decisionali, in modo che, in sede di assunzione delle decisioni, si prescindano da valutazioni meramente soggettive, facendo invece riferimento a criteri precostituiti.

Nel gennaio 2013 è stata adottata una versione del “Modello Organizzativo 231” che recepisce i nuovi reati presupposto di corruzione tra privati e induzione indebita a promettere o dare utilità a pubblico ufficiale/incaricato di pubblico servizio. La nuova versione contiene l'aggiornamento delle linee guida per il controllo interno e il riferimento alla politica anticorruzione del Gruppo. La nuova versione è anche conforme al compliance program di riferimento per l'applicazione delle normative anti-corruzione internazionali, quali FCPA e UK Bribery Act.

[G4-SO3b]

Le aree identificate a rischio di corruzione sono:

- omaggi e spese di rappresentanza
- eventi e sponsorizzazioni
- liberalità/quote associative/no profit
- consulenze, intermediazioni, rapporti con business partner e fornitori
- joint venture, acquisizioni e cessioni

e inoltre:

- vendita beni e servizi
- rapporti con istituzioni/authority
- autorizzazioni e concessioni
- finanza agevolata
- procedimenti giudiziari e arbitrali
- adempimenti per la tutela della salute e sicurezza del lavoro



- adempimenti in materia di tutela ambientale
- selezione e assunzione del personale

[G4-DMA Anti-corruption] È in particolare vietato ricevere, pretendere, corrispondere e offrire, direttamente o indirettamente, compensi di qualunque natura, regali, vantaggi economici o altra utilità da, o a, un soggetto pubblico o privato e/o l'ente da esso direttamente o indirettamente rappresentato che: (a) eccedano un modico valore e i limiti di ragionevoli prassi di cortesia e, comunque, (b) siano suscettibili di essere interpretati come volti a influenzare indebitamente i rapporti tra le Società del Gruppo e il citato soggetto e/o l'ente da esso direttamente o indirettamente rappresentato, a prescindere dalla finalità di perseguimento, anche esclusivo, dell'interesse o del vantaggio della singola Società o del Gruppo.

Neppure sono ammessi i "facilitation payment", cioè i pagamenti di modico valore non ufficiali, effettuati allo scopo di velocizzare, favorire o assicurare l'effettuazione di un'attività di routine o comunque prevista nell'ambito dei doveri dei soggetti pubblici o privati con cui le società del Gruppo si relazionano.

I suddetti principi sono richiamati da specifica policy di Gruppo sulla lotta alla corruzione che rivolge particolare attenzione a donazioni, elargizioni e/o partecipazioni a organizzazioni benefiche, fondazioni, enti no profit, prevedendo l'elargizione di eventuali contributi esclusivamente in favore di enti di provata affidabilità e riconosciuta reputazione, sottoposti a due diligence, e nel rispetto di un budget redatto in base a criteri di economicità e ragionevolezza.

[G4-DMA Anti-corruption] Le aree di cui sopra costituiscono i criteri in base ai quali decidere se i processi o le attività sono a rischio (ogni processo /attività è a rischio se include tali aree)³.

Il Modello Organizzativo si completa con l'Organismo di Vigilanza, che ha il compito di vigilare sul funzionamento e sull'osservanza del Modello e di curarne il relativo aggiornamento. In base a quanto previsto dal D. Lgs 231/01 art. 6 c.4bis, le funzioni di Organismo di Vigilanza sono state attribuite al Collegio Sindacale nominato dall'Assemblea degli Azionisti del 15 maggio 2012.

Gli interventi modificativi al Modello sono elaborati da un comitato manageriale di Gruppo denominato Steering Committee 231, istruiti dall'Organismo di Vigilanza e approvati dal Consiglio di Amministrazione quando di significativa entità.

Per fornire supporto operativo agli Organismi di Vigilanza delle Società appartenenti al Gruppo, all'interno della Direzione Compliance di Telecom Italia è presente una struttura dedicata (Compliance 231) con il compito di gestire le segnalazioni di violazioni del Modello Organizzativo e di effettuare specifici interventi di compliance, anche sulla base delle evidenze ricevute per il tramite dei flussi informativi istituiti all'interno del Gruppo.

³ Inoltre, le procedure di Telecom Italia per le operazioni con parti correlate specificano tutte le misure da adottare al fine di mitigare il rischio legato a tali operazioni (le procedure sono approvate dal Consiglio di Amministrazione e sono pubblicate su <http://www.telecomitalia.com/tit/en/about-us/governance-system/procedures.html>).

[G4-SO3a] Il modello organizzativo 231 attualmente copre tutte le Business Unit del Gruppo, ed **[G4-SO4]** è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione del Gruppo dal 2003 (in seguito sono state approvate le successive modifiche), mentre nel dicembre 2012 è stata adottata la citata Policy Anticorruzione richiamata dal Modello Organizzativo stesso. Inoltre il Consiglio di Amministrazione di TIM Participacoes ha approvato ad Agosto 2014 il Modello Organizzativo in applicazione alla recente legge anti-corruzione locale (Ley 12846/13) e alle previsioni al riguardo richieste a livello di Gruppo. In precedenza, in Brasile, risultano adottate procedure di prevenzione della corruzione, inclusa una Policy Anticorruzione del Maggio 2013. **[G4-SO4]** Per quanto riguarda le società italiane, il Modello Organizzativo 231 e la policy anticorruzione sono stati comunicati a tutti i dipendenti mentre i partner commerciali devono esprimere l'adesione ai principi ivi previsti⁴, mentre in Brasile la comunicazione ai dipendenti e partner è stata avviata nel 2014. In Italia, nel 2014, hanno ricevuto formazione in aula sul Modello Organizzativo 185 livelli dirigenziali (459 nel 2013 e 73 nel 2012). Inoltre, sono state effettuate due campagne di formazione in modalità e-learning, una terminata nel 2012 e l'altra nel 2014⁵:

Campagne di formazione in e-learning effettuate in Italia

| | 2014 | 2012 |
|-----------|--------|--------|
| Dirigenti | 718 | 865 |
| Quadri | 3.787 | 4.270 |
| Altri | 33.877 | 30.143 |

Inoltre, in Brasile nel periodo 2012-2014 sono state realizzate attività formative su ambiti anti-corruzione, con focalizzazione, nello scorso anno, sulla nuova legge anticorruzione adottata a livello locale⁶. Attualmente è in corso di definizione la formazione sul Modello Organizzativo. Si segnala, nell'ambito delle attività di sensibilizzazione sui temi anti-corruzione, la sottoscrizione del Codice Etico da parte di oltre 12.000 risorse.

[G4-DMA Anti-corruption] I dipendenti vengono formati ogni volta che il Modello Organizzativo subisce modifiche sostanziali.

Telecom Italia sta attualmente progettando di realizzare sessioni di formazione sul Modello Organizzativo 231 e la policy anti corruzione anche per gli organi sociali di Telecom Italia S.p.A., e, per quanto attiene alle società controllate nazionali l'attività risulta in corso.

⁴ I partner commerciali comprendono i fornitori con ordini superiori a 3.000 euro, joint ventures, consulenti.

⁵ Le campagne formative non hanno necessariamente cadenza annuale, dipendono invece dalle novità introdotte nel Modello o da altre esigenze organizzative.

⁶ I dati delle attività formative relazate nel periodo 2012-14 non sono rappresentati in quanto non direttamente confrontabili con il corrispondente dato di rilevazione a livello Italia. La società si impegna a valutare la possibilità di rappresentare prossimamente in termini omogenei i suddetti dati.



[G4-SO5] Nessun episodio di corruzione è avvenuto nelle società del Gruppo negli ultimi 3 anni, né sono stati avviati procedimenti legali per motivi di corruzione contro società del Gruppo nello stesso periodo. Per quel che riguarda i fornitori, negli ultimi 3 anni Telecom Italia non ha mai interrotto un contratto per motivi riconducibili a corruzione. Solo in un'occasione, nel 2014, Telecom Italia ha sospeso le nuove attività di un fornitore perché quest'ultimo era stato accusato di corruzione.

[G4-DMA Anti-corruption] Telecom Italia è un membro del Gruppo di Lavoro "231 e Legalità" organizzato nell'ambito delle iniziative di Confindustria.

CONTESTO NORMATIVO E COMPLIANCE

Le attività del Gruppo sono condotte nel pieno rispetto delle leggi vigenti negli Stati in cui opera e dei principi etici di universale accettazione ispirati a trasparenza, correttezza e lealtà.

[G4-DMA Public Policy], [G4-DMA Compliance] Le principali variazioni nella normativa di riferimento per il Gruppo sono regolarmente esposte nella Relazione sulla Gestione del Gruppo Telecom Italia (cfr. capitolo *Principali variazioni del contesto normativo*), mentre le attività di engagement con le pubbliche amministrazioni sono descritte nel presente rapporto, capitolo *Istituzioni*. Le relazioni intrattenute dal Gruppo e dai suoi dipendenti con le Pubbliche Amministrazioni sono attentamente regolamentate e controllate tramite il Modello Organizzativo 231, brevemente presentato nel precedente paragrafo. **[G4-SO6]** In particolare, il Codice Etico vieta esplicitamente erogazioni in via diretta o indiretta, contributi, vantaggi o altre utilità a partiti o movimenti politici e alle organizzazioni sindacali dei lavoratori, né a loro appresentanti o candidati.

[G4-DMA Anti-competitive Behavior] I rapporti con i nostri concorrenti sono descritti nel capitolo *Concorrenti* del presente rapporto, dove sono anche descritti i nostri rapporti con le Autorità di riferimento in materia di concorrenza. Inoltre **[G4-SO7]** i principali contenziosi del Gruppo in materia sono elencati e descritti nella Nota 25 (*Passività potenziali, altre informazioni, impegni e garanzie*) del Bilancio Consolidato, in particolare nel paragrafo *Principali contenziosi e azioni giudiziarie pendenti*. **[G4-SO8]** La stessa Nota contiene una descrizione di tutti gli altri contenziosi del Gruppo.

[G4-DMA Grievance Mechanisms for Impacts on Society], [G4-SO11] Tramite i principali meccanismi di segnalazione aziendali, descritti nel paragrafo *Cenni sulla Corporate Governance* del presente capitolo, nell'ultimo triennio non sono pervenute segnalazioni relative a presunti danni verso la comunità attribuibili a Telecom Italia, comprendendo, in questa accezione, danni di natura ambientale, di discriminazione di popolazioni in termini di copertura, di corruzione.

[G4-DMA Compliance], [G4-EN29] Il Gruppo pone molta attenzione, nei suoi sistemi di gestione ambientale, al rispetto della normativa ambientale dei paesi in cui opera. Nell'ultimo triennio non ci sono state sanzioni significative in materia.

STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Telecom Italia ritiene fondamentale prendere in considerazione le opinioni e le aspettative dei propri stakeholder, le parti cioè che a vario titolo hanno un interesse nelle attività aziendali.

[G4-24] Gli stakeholder con cui Telecom Italia entra in contatto nello svolgimento delle proprie attività sono molti e molto diversificati tra loro. Per facilità di gestione e rendicontazione sono stati raggruppati in otto categorie, di cui le prime sei sono relative al mondo esterno e le restanti due al mondo interno all'Azienda:

- clienti
- fornitori
- concorrenti
- istituzioni
- ambiente
- comunità (compresi i media)
- azionisti
- risorse umane

Il presente Bilancio di sostenibilità, i cui capitoli sono articolati per queste categorie di stakeholder, costituisce il rendiconto delle attività del Gruppo rilevanti per gli stakeholder in ciascuna categoria. In particolare, ogni capitolo dedicato a una particolare categoria di stakeholder contiene l'elenco dei principali stakeholder appartenenti a quella categoria.

[G4-25], [G4-26] Il processo di stakeholder engagement avviene regolarmente nel corso dell'implementazione dei progetti aziendali. Per ogni progetto, si identificano gli stakeholder interessati e si attribuiscono le priorità in base all'importanza dello stakeholder per gli obiettivi di business o in base alle decisioni dell'Azienda di focalizzarsi su ambiti specifici come, ad esempio, contribuire alla crescita economica o culturale del Paese con progetti non strettamente di business.

Una volta identificati gli stakeholder di riferimento per il progetto, si studiano le strategie più adatte per costruire le relazioni, che possono avvenire tramite incontri individuali, incontri di gruppo, sessioni informative, progetti comuni, sondaggi, focus group, ecc.

I feedback che i diversi stakeholder riportano a Telecom Italia sono analizzati al fine di permettere di individuare le soluzioni che l'Azienda può offrire per soddisfare le specifiche esigenze.

Al termine del processo di analisi e di verifica di fattibilità, Telecom Italia decide quali soluzioni offrire, quali progetti e quali iniziative intraprendere. Il coinvolgimento degli stakeholder continua anche in seguito e serve a monitorare e calibrare le iniziative.

Telecom Italia ha stilato le *Linee guida generali per lo stakeholder engagement di Gruppo* e un insieme di policy collegate relative alle diverse tipologie di stakeholder, come, ad esempio le carte



dei servizi per la clientela, la policy sui rapporti con i fornitori nei processi di acquisto, il Codice di condotta per la protezione dei dati degli altri operatori locali, le Linee guida per i rapporti con le autorità locali e gli altri enti, le Linee guida per i contributi volontari alla Comunità.

[G4-26], [G4-27] Di seguito sono schematizzate le principali iniziative di stakeholder engagement del Gruppo nel 2014. Nello schema:

- la colonna “informazione” si riferisce alle comunicazioni unidirezionali dall’Azienda verso gli stakeholder;
- la colonna “consultazione” si riferisce alle occasioni in cui si chiede agli stakeholder la loro opinione attraverso sondaggi o strumenti simili;
- la colonna “dialogo” fa riferimento ai tavoli di discussione e collaborazione continuativa e stabile tra il Gruppo e i gli stakeholder;
- la colonna “partnership” si riferisce ai progetti specifici che sono gestiti insieme.

Ogni iniziativa menzionata nella tabella è accompagnata dal riferimento del capitolo e paragrafo del presente rapporto in cui quell’iniziativa è discussa in dettaglio.

| | | INIZIATIVE | | | |
|---------------|----------|--|---|--|--|
| | | INFORMAZIONE | CONSULTAZIONE | DIALOGO | PARTNERSHIP |
| STAKEHOLDERS | AMBIENTE | Dichiarazioni ambientali di prodotto rivolte ai clienti – Linea Telecom Italia Green (Ambiente/Responsabilità di Prodotto/Telecom Italia Green) | | Collaborazione con altri operatori di TLC sui temi di rilevanza ambientale nell'ambito di associazioni di settore e iniziative, tra cui GeSI ed ETNO (Ambiente/Stakeholder rilevanti e Cambiamento climatico) | |
| | COMUNITÀ | | Sono stati effettuati dei focus group che hanno coinvolto circa 50 rappresentanti di organizzazioni profit e non profit nelle aree ambiente, cultura digitale e sociale. L'attività di consultazione è consistita nella raccolta di suggerimenti e aspettative in merito alla realizzazione e implementazione della piattaforma di crowdfunding di WITHYOUWEDO (Comunità/Risposte agli stakeholder) | Nel corso del 2014 il Gruppo TI ha collaborato con la Polizia Postale e delle Comunicazioni per la realizzazione dell'iniziativa "Una vita da social", campagna itinerante di educazione alla legalità sulla rete dove sono state illustrate a studenti, famiglie e visitatori le principali insidie del web e in particolare i rischi che corrono i minori nella navigazione in rete (Comunità/Risposte agli stakeholder) | Numerosi progetti realizzati in partnership con aziende, università, centri di ricerca e organizzazioni non governative e della società civile (Comunità/Risposte agli stakeholder e Ricerca e Sviluppo) |
| RISORSE UMANE | | Attività di comunicazione interna (Le persone di Telecom Italia / Progetti e attività di ascolto - Comunicazione interna) | È stata realizzata la nona edizione della rilevazione di clima in Italia e in Brasile, che ha coinvolto complessivamente circa 66.000 persone (Le persone di Telecom Italia /People Caring) | Caselle mail, Intranet, blog, community virtuali, convention multimediali per dialogare con i dipendenti (Le persone di Telecom Italia/ Comunicazione interna) | Programmi di selezione e formazione realizzati con centri di ricerca, università, associazioni e fondazioni del terzo settore (Le persone di Telecom Italia/ Collaborazione con le università e Sviluppo e nuove competenze) |
| | | Nel 2014 è proseguito il rilevante impegno dell'Azienda sulla formazione sulla sicurezza verso tutto il personale aziendale con programmi differenziati in virtù dei rischi ai quali sono esposti i lavoratori. (Le persone di Telecom Italia/Tutela della salute e della sicurezza) | | Sessioni informative e di confronto con le organizzazioni sindacali su temi d'interesse (Le persone di Telecom Italia /Relazioni industriali) | Seconda edizione della Cattedra Tim Chair in Market Innovation, presso l'Università Bocconi di Milano, all'interno del corso di Laurea magistrale in Economics and Management of Innovation and Technology (EMIT). (Le persone di Telecom Italia/ Collaborazione con le università) |
| | | | Iniziative per migliorare la gestione della diversità in Azienda (Le persone di Telecom Italia/People Caring) | Servizio di counselling per affrontare le situazioni di disagio personale e lavorativo vissute dai dipendenti (Le persone di Telecom Italia/ People Caring) | Iniziative di volontariato con il coinvolgimento di dipendenti e di partner esterni (Le persone di Telecom Italia/ People Caring) |
| | | | Coinvolgimento dei dipendenti nel programma di valutazione delle performance "Individual performance feedback" (Le persone di Telecom Italia/Sviluppo e nuove competenze) | | VII edizione del progetto "Network Scuola Impresa" in collaborazione con 35 scuole selezionate su tutto il territorio nazionale. Il progetto ha l'obiettivo creare un rapporto strutturato con le scuole superiori anche al fine di valorizzare le nostre competenze interne, entrare in contatto con i giovani sul territorio nazionale e promuovere al contempo l'immagine aziendale. Le persone di Telecom Italia / Collaborazione con le università) |



| | | INIZIATIVE | | | |
|--------------|-----------|---|--|--|---|
| | | INFORMAZIONE | CONSULTAZIONE | DIALOGO | PARTNERSHIP |
| STAKEHOLDERS | CLIENTI | <p>Informazione sulle Carte dei Servizi e le Condizioni Generali di Abbonamento tramite i siti web del Gruppo (Sostenibilità e Governance/Governance e gestione della sostenibilità in Telecom Italia)</p> <p>Informazione sugli strumenti per l'utilizzo sicuro di internet e il contrasto agli abusi informatici (Clienti/Protezione dei minori)</p> | <p>La soddisfazione dei clienti viene rilevata sistematicamente (Clienti/Qualità del Servizio e Ascolto del Cliente)</p> | <p>Collaborazione con le associazioni dei consumatori (Clienti/Procedure di conciliazione)</p> <p>Utilizzo di strumenti web basati sui social network da parte degli operatori del customer care per dialogare con i clienti e condividere conoscenze (Clienti/Qualità del Servizio e Ascolto del Cliente)</p> | <p>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)</p> <p>Progetti in partnership con istituzioni e altre aziende per la sperimentazione e la realizzazione di servizi innovativi (Clienti/Servizi innovativi)</p> |
| | FORNITORI | <p>Scambio di informazioni e di documentazione con i fornitori attraverso il portale "Vendors hub" (Fornitori/Iniziative di coinvolgimento)</p> <p>Particolare focus sui principi espressi nel Codice Etico e di Condotta del Gruppo richiamati nelle clausole contrattuali e in specifici impegni ad osservarli che vengono fatti sottoscrivere (Fornitori/Generalità)</p> | <p>Ottava edizione del sondaggio di soddisfazione sull'area Acquisti e più in generale su Telecom Italia da parte dei principali fornitori del Gruppo (Fornitori/Iniziative di coinvolgimento)</p> <p>Invio di un questionario di autovalutazione in termini di sostenibilità ai fornitori a maggior rischio in fase di qualificazione e, periodicamente, ai fornitori già qualificati (Fornitori/Iniziative di sostenibilità)</p> | <p>Aree di collaborazione dedicate ai principali fornitori disponibili sul portale Vendors Hub (Fornitori/Iniziative di coinvolgimento)</p> <p>Conference call trimestrali, incontri presso le sedi istituzionali del Gruppo (reverse road show), partecipazioni a conferenze di settore per un totale di oltre 600 investitori incontrati (Azionisti/Comunicazione finanziaria)</p> | <p>Joint Audit Cooperation, iniziativa che prevede attività di audit di CSR condotte presso stabilimenti di fornitori e subfornitori comuni sulla base di un protocollo d'intesa firmato con altri 9 operatori di TLC (Fornitori/Verifiche di sostenibilità)</p> |
| | AZIONISTI | <p>Il club degli azionisti "TI Alw@ys ON" (telecomitaliaclub.it) fornisce importanti informazioni agli investitori individuali e al pubblico in generale (Azionisti/Comunicazione finanziaria)</p> <p>Comunicazione finanziaria on line, attraverso il sito web del Gruppo (Azionisti/Comunicazione finanziaria)</p> | | <p>Momenti d'incontro con gli stakeholder su temi di corporate governance (Azionisti/Comunicazione finanziaria)</p> | |
| | | | | | |

| | | INIZIATIVE | | | |
|-------------|-------------|--------------|--|--|---|
| | | INFORMAZIONE | CONSULTAZIONE | DIALOGO | PARTNERSHIP |
| ISTITUZIONI | | | Il dialogo con le istituzioni nazionali e internazionali si sostanzia anche in momenti di vera e propria consultazione con i vari stakeholder come, ad esempio, in occasione o della rimozione di impianti di telefonia pubblica (cabine telefoniche) per la quale è stata anche prevista una fase d'ascolto dei cittadini nell'ambito della procedura concordata con l'AGCOM (Istituzioni/Istituzioni nazionali locali) | Dialogo con istituzioni nazionali e internazionali sui temi di business rilevanti per il Gruppo | Firmato un protocollo con un Comune per la realizzazione congiunta di iniziative relative all'efficiamento energetico degli edifici scolastici e alla didattica digitale (Istituzioni/Istituzioni nazionali locali) |
| | CONCORRENTI | | Ricerche quali-quantitative periodiche per analizzare la forza delle marche Telecom Italia e TIM, l'immagine dei gestori di servizi di telecomunicazioni e di telefonia mobile, la notorietà dei gestori (Concorrenti/Posizionamento competitivo) | Dialogo con gli OLO su temi commerciali e relativi all'attuazione degli Impegni (Concorrenti/ Servizi agli OLO) Dialogo costante con le Authority (AGCM e AGCOM) (Concorrenti/Autorità per le Garanzie nelle Telecomunicazioni e Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) Il Gruppo aderisce a numerose federazioni, associazioni e organizzazioni a livello nazionale e internazionale (Concorrenti/Stakeholder rilevanti) | |



POSIZIONAMENTO NEGLI INDICI

Gli indici di sostenibilità sono indici azionari formati da titoli selezionati in base a parametri economico-finanziari e criteri sociali e ambientali. La selezione è fatta da agenzie di rating specializzate che valutano le aziende sulla base delle informazioni pubbliche o di questionari, tenendo anche in considerazione le opinioni dei media e degli stakeholder. L'ammissione in tali indici rappresenta un risultato importante per le aziende, sia per le ricadute positive in termini di reputazione sia per il fatto che, oltre ai fondi pensione e ai fondi etici, sempre più investitori si indirizzano verso le aziende sostenibili in quanto ritenute 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, infatti, le indicazioni delle agenzie di rating sono attentamente considerate per pianificare le azioni di miglioramento futuro.

Nel 2014 Telecom Italia, oltre ad essere confermata per l'undicesimo anno consecutivo in entrambe le categorie di indici di sostenibilità del Dow Jones (Dow Jones Sustainability Index World e Europe), è risultata anche *industry leader* nel proprio settore, unica società italiana ad ottenere tale riconoscimento.

Inoltre nel 2014 Telecom Italia è stata inclusa per la prima volta nel Climate Disclosure Leadership Index (CDLI) del Carbon Disclosure Project (CDP).

Fin dal suo esordio, la serie Financial Times Stock Exchange for Good (FTSE4Good) Global e Europe ha incluso Telecom Italia.

Telecom Italia è presente inoltre nei seguenti indici:

- Euronext Vigeo:
 - Europe 120
 - Eurozone 120
- Ethibel Sustainability Indexes (ESI):
 - Excellence Europe
 - Excellence Global
- ECPI Indexes:
 - ECPI Euro Ethical Equity
 - ECPI EMU Ethical Equity

Telecom Italia, infine, è classificata come "prime" nel rating OEKOM.

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

ALTRI RICONOSCIMENTI

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

- primo posto nella classifica Lundquist CSR Online Awards 2014 per la migliore comunicazione online sulla sostenibilità in Italia, attraverso il sito di Gruppo telecomitalia.com. La ricerca, condotta dalla società di consulenza strategica Lundquist, analizza le 100 maggiori aziende nazionali e valuta la valorizzazione online della responsabilità sociale di impresa sulla base di sette pilastri: concretezza, esaustività, integrazione complessiva, distintività, tempestività, presentazione “user-friendly” delle informazioni e utilizzo dei Social Media;
- terzo posto nelle classifiche italiana ed europea Webranking 2014 di Comprend (ex KW Digital), che valuta e premia la qualità della comunicazione finanziaria e istituzionale online. Le classifiche, predisposte dalla società Comprend in collaborazione con Lundquist, hanno preso in considerazione rispettivamente le 100 maggiori società nazionali e le 500 maggiori società europee per capitalizzazione incluse nell'indice FT Europe 500;
- certificazione Top Employers 2014, assegnata annualmente alle aziende migliori nella gestione delle Risorse Umane. La ricerca, condotta da Top Employers Institute, ha verificato e certificato le condizioni d'eccellenza di Telecom Italia in ambito Human Resources e l'articolata gamma di benefit e iniziative fornite alle sue persone: dalle condizioni di lavoro, ai benefit non monetari, a politiche strutturate di formazione e sviluppo.

REPORTING

PERIMETRO E CRITERI

[G4-17b] Il bilancio di sostenibilità segue gli stessi principi contabili e le stesse aree di consolidamento del Bilancio Consolidato, ad eccezione di alcune informazioni (in particolare legate alla performance ambientale) che sono messe in evidenza nel testo⁷.

Secondo l'approccio triple bottom line⁸ la rappresentazione dei dati economico-finanziari dell'impresa deve avvenire congiuntamente con quella dei risultati ambientali e sociali. L'analisi complessiva della performance aziendale nelle sue tre dimensioni consente di fornire agli stakeholder un'informazione completa ed esaustiva e facilita il corretto bilanciamento di interessi che contribuisce al successo e alla sopravvivenza dell'impresa nel medio e lungo periodo. Per questo motivo, già a partire dal 2003, il Gruppo ha integrato i dati di sostenibilità nel bilancio consolidato, anticipando di fatto l'applicazione della Direttiva europea 51/2003, recepita in Italia con il D.Lgs. 2 febbraio 2007, n. 32.

⁷ Seguendo il principio di materialità, sono incluse in questi casi solo le informazioni relative alle società con più di 40 dipendenti e più di 300.000 euro di fatturato. Per i dati ambientali, inoltre, allo scopo di consentire una corretta valutazione dei trend, il perimetro degli anni precedenti è ridefinito coerentemente con quello dell'ultimo anno.

⁸ 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.



[G4-28], [G4-30] Il Bilancio di sostenibilità, redatto annualmente sull'anno solare, rispetta le medesime scadenze della Relazione Finanziaria Annuale di Gruppo e si basa su un approccio multi-stakeholder, attraverso l'analisi congiunta delle azioni realizzate nei confronti dei principali portatori di interesse con i quali l'Azienda interagisce. È elaborato a partire da un sistema basato su indicatori (KPI - Key Performance Indicators) che misurano la performance aziendale e il grado di raggiungimento degli obiettivi precedentemente stabiliti per le aree su cui l'Azienda produce impatti rilevanti.

I KPI sono stati definiti in base:

- all'analisi del Global Reporting Initiative (GRI), organismo internazionale che sviluppa delle linee guida universalmente applicabili per la stesura dei report di sostenibilità;
- alle indicazioni ricevute degli stakeholder;
- ai questionari inviati dalle principali agenzie di rating ai fini dell'ammissione agli indici azionari di sostenibilità;
- all'esperienza che l'Azienda ha maturato sul tema della sostenibilità in oltre 18 anni.

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

Il Bilancio di sostenibilità⁹ si basa sui principi dell'AA1000 AccountAbility Principles Standard (APS 2008), adottato dal Gruppo a partire dal Bilancio 2009, di seguito riportati:

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

L'aderenza del Bilancio di sostenibilità di Telecom Italia allo standard AA1000 e allo standard GRI G4, versione comprehensive è verificata dalla società di revisione PricewaterhouseCoopers (cfr. Relazione della società di revisione).

⁹ [G4-29] Il Bilancio di sostenibilità del Gruppo relativo all'esercizio 2013 è stato approvato dal CdA del Gruppo nell'aprile 2014.

ANALISI DI MATERIALITÀ

[G4-18a], [G4-18b]

Telecom Italia ha rivisto il proprio processo di analisi di materialità con la finalità di affinarlo e renderlo in linea con i requisiti delle nuove linee guida GRI G4, e dunque finalizzarlo a individuare quei topic che più risultano rilevanti in relazione agli impatti socio-ambientali ed economici che il business del Gruppo genera all'interno e all'esterno dell'organizzazione.

IDENTIFICAZIONE DELLE TEMATICHE RILEVANTI

Inizialmente è stato individuato un primo elenco di tematiche da approfondire nelle successive fasi del processo di analisi. Sono state analizzate numerose fonti informative nazionali ed internazionali, pubbliche e non pubbliche, interne ed esterne al Gruppo.

Al termine di questo primo screening, Telecom Italia è dunque stata in grado di stilare una lista di tematiche rilevanti, rappresentative di 9 macro aree:

- Impatti economici diretti e indiretti
- Gestione dei rischi e Public Policy
- Business ethics e promozione dei diritti umani
- Posizionamento sul mercato e protezione dei clienti
- Compliance con la normativa nazionale e internazionale
- Gestione responsabile delle risorse umane, promozione della diversity, delle pari opportunità e della salute e sicurezza dei lavoratori
- Gestione responsabile della catena di fornitura
- Iniziative a favore delle Comunità locali
- Gestione responsabile delle risorse energetiche, delle emissioni in atmosfera e dei rifiuti

ASSEGNAZIONE DELLE PRIORITÀ

La fase di assegnazione delle priorità delle tematiche emerse dall'analisi descritta, ha condotto a individuare le tematiche materiali oggetto di disclosure nel bilancio di sostenibilità.

In questa fase, Telecom Italia ha proceduto a valutare l'importanza delle tematiche emerse sia dal punto di vista interno sia dal punto di vista esterno.

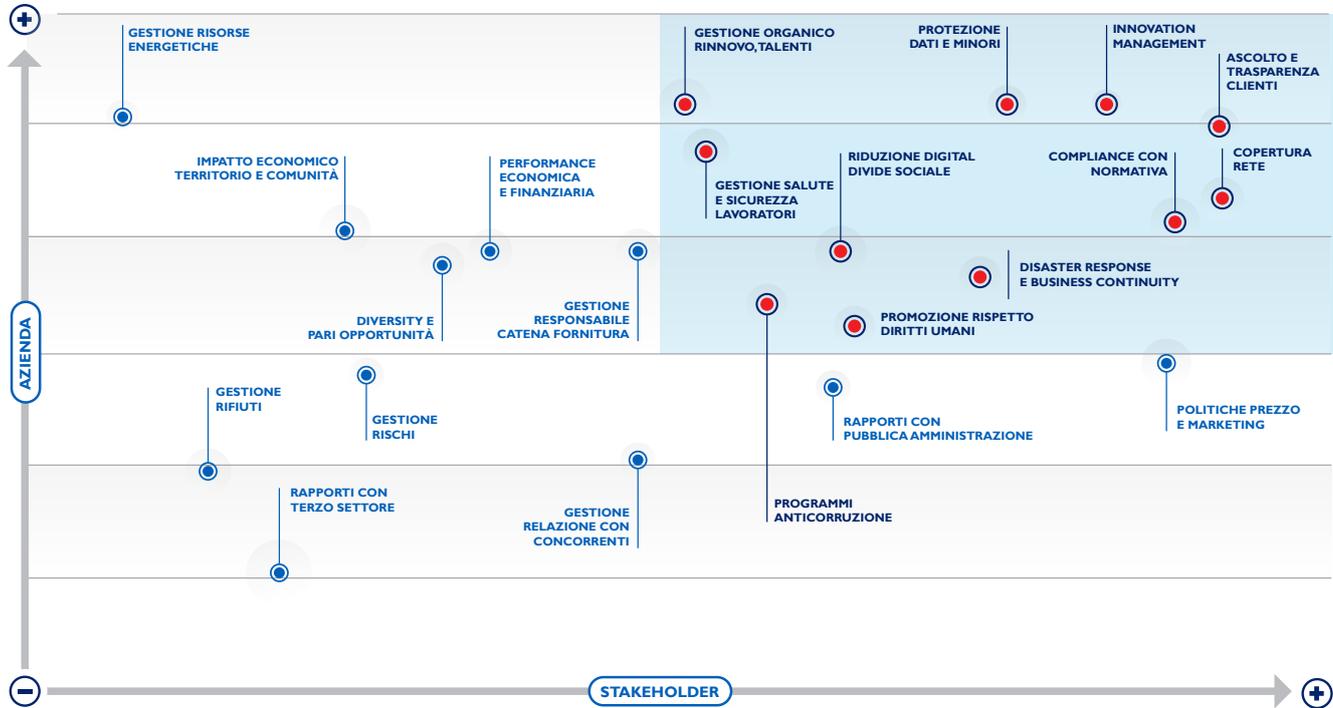
Il punto di vista interno è stato fornito dal Top Management, che grazie al coinvolgimento di un campione significativo di referenti rappresentativi di tutte le funzioni aziendali, si è espresso sulla proposta di rilevanza di ciascuna tematica per Telecom Italia.

[G4-26] Al fine di cogliere il punto di vista esterno, invece, sono stati organizzati due focus group a cui hanno partecipato dipendenti rappresentativi delle funzioni che abitualmente si confrontano con le diverse categorie di stakeholder di riferimento del Gruppo, ai quali è stato chiesto di valutare la rilevanza delle tematiche rispetto alle percezioni degli stakeholder con i quali si relazionano abitualmente.



[G4-19] Valutando i risultati delle analisi svolte, è stato possibile dare una priorità ai temi e costruire la matrice di materialità che ne riassume, per il Bilancio 2014, i risultati.

I risultati in sintesi: la matrice di materialità



VALIDAZIONE

La validazione dei temi e dell'intero processo di analisi di materialità è stata effettuata dalla funzione Corporate Social Responsibility che si è avvalsa della funzione di Telecom Italia Lab preposta alla rilevazione delle percezioni attraverso analisi di ricerca psico-sociale. La Governance della funzione Corporate Social Responsibility è esposta nel paragrafo *Governance della sostenibilità* del presente rapporto.

REVIEW

È previsto che la fase di review venga svolta come attività preparatoria al prossimo ciclo di rendicontazione, con l'obiettivo anche di sottoporre i risultati delle analisi condotte, aggiornate nell'anno successivo, a specifiche attività di stakeholder engagement.

Al fine di rendere sistematico, coerente nel tempo, trasparente e strutturato il processo anche per i prossimi anni, è stato predisposto il "Manuale Telecom Italia di analisi della materialità ai sensi del GRI G4" che fornisce le linee guida per lo svolgimento delle attività, descrivendo tempistiche e ruoli coinvolti nel processo stesso.

BOUNDARIES

[G4-20], [G4-21] Tutti i temi (e quindi gli “aspetti” dello standard G4 del GRI) risultati materiali hanno importanti ricadute sia all’interno sia all’esterno dell’Azienda.

I temi possono essere raggruppati in due categorie per quel che riguarda la rilevanza per le specifiche realtà aziendali.

Da un lato, ci sono i temi trasversali su tutte le consolidate del Gruppo, ovunque esse si trovino senza eccezione alcuna, e che hanno rilevanza su tutti gli stakeholder esterni e interni, ovvero:

- Innovation management
- Compliance con la normativa nazionale e internazionale
- Programmi anti-corrruzione
- Promozione del rispetto dei Diritti Umani fuori e dentro l’Azienda
- Gestione della salute e sicurezza dei lavoratori
- Gestione dell’organico, rinnovo generazionale e valorizzazione dei talenti¹⁰
- Ascolto del cliente e trasparenza nelle relazioni

D’altro lato, ci sono i temi che interessano soprattutto le società del Gruppo che operano come operatori di telefonia, che comunque rappresentano di gran lunga la principale parte del Gruppo in termini di fatturato, dipendenti, e anche in termini di impatto sugli stakeholder esterni:

- Copertura della rete
- Riduzione del digital divide e promozione dell’inclusione sociale e della trasformazione digitale del Paese attraverso la diffusione e lo sviluppo della tecnologia ICT sul territorio
- Disaster response e Business continuity
- Attività di gestione e protezione dei dati sensibili e dei minori

Questi ultimi temi sono sicuramente più rilevanti per tutti gli stakeholder che vivono in Italia, dove Telecom Italia è il maggiore operatore e quindi è l’azienda su cui gli stakeholder ripongono le loro maggiori aspettative. In Brasile, dove il Gruppo è presente con uno dei maggiori operatori mobili, sicuramente i temi toccano importanti interessi degli stakeholder, ma con un livello di intensità minore rispetto all’Italia.

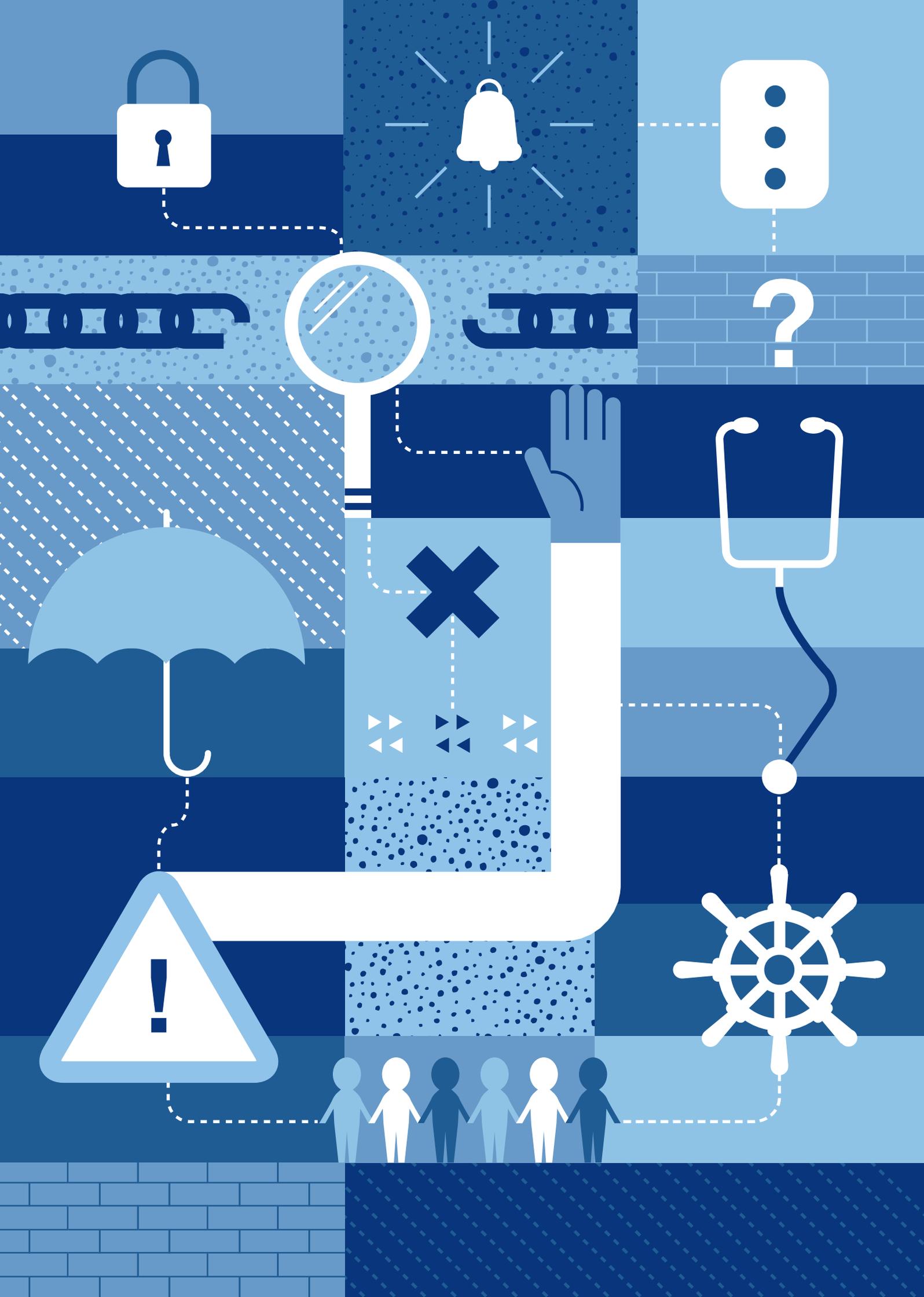
[G4-23] Non si sono registrate variazioni significative nel perimetro di attività, e quindi di rilevanza di boundary, nel corso degli ultimi anni, ad eccezione di quanto menzionato nel capitolo Il Gruppo Telecom Italia, paragrafo *Profilo del Gruppo Telecom Italia*.

¹⁰ La salute e sicurezza dei lavoratori, come la gestione dell’organico, possono in apparenza sembrare temi materiali solo per lo stakeholder dipendenti. In realtà coinvolgono direttamente la Pubblica Amministrazione e le comunità dove i dipendenti operano e, indirettamente, tutti gli stakeholder che vengono in contatto con i dipendenti, che beneficiano di rapporti equilibrati e sereni.



La seguente tabella riporta la corrispondenza tra i temi materiali per il Gruppo e gli “aspects” dello standard GRI G4.

| | | |
|--|---|---------------------------|
| Innovation management | G4 EC [7, 8] | G4 SO [1, 2] |
| Copertura della rete e continuità del network ICT | G4 EC [7, 8] | G4 SO [1, 2] |
| Compliance con la normativa nazionale e internazionale | G4 PR9 | G4 SO [7, 8] G4 EN [29] |
| Programmi anti-corruzione | G4 SO [3, 4, 5], [6] | |
| Gestione della salute e sicurezza dei lavoratori | G4 LA [5, 6, 7, 8] | |
| Gestione dell'organico rinnovo generazionale e valorizzazione dei talenti | G4 LA [1, 2, 3], [4], [9, 10, 11], [12], [13], [16] | |
| Promozione del rispetto dei diritti umani fuori e dentro l'azienda | G4 HR [1, 2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10, 11], [12] | |
| Riduzione del digital divide e promozione dell'inclusione sociale e della trasformazione digitale del paese attraverso la diffusione e lo sviluppo della tecnologia ICT sul territorio | G4 SO [1, 2] | |
| Disaster response e Business continuity | G4 EC [7, 8] | |
| Attività di gestione e protezione dei dati sensibili e protezione dei minori | G4 SO [11] | G4 PR [3, 4, 5], [8], [9] |
| Ascolto del cliente e trasparenza nelle decisioni | G4 PR [1, 2], [3, 4, 5], [6, 7], [8], [9] | G4 PR [3, 4, 5], [8], [9] |



ESSERE
SOSTENIBILI:
RISCHI
E OPPORTUNITÀ

RISCHI E OPPORTUNITÀ

Telecom Italia assume un ruolo di primo piano nelle vicende dei paesi in cui opera in virtù della crescente importanza delle tecnologie delle comunicazioni per la vita delle persone e per lo sviluppo economico e sociale delle comunità.

IL CONTRIBUTO DELLE OPERAZIONI DEL GRUPPO ALLA SOCIETÀ E ALL'AMBIENTE

[G4-2]

Del contributo economico del Gruppo ai paesi in cui opera si è già parlato nel paragrafo *La rilevanza del Gruppo in Italia* del capitolo *Telecom Italia: un Gruppo di rilevanza strategica*, del presente rapporto. Questo paragrafo si concentra invece sugli impatti socio-ambientali del Gruppo.

Il contributo, in termini di sostenibilità, che una grande azienda di Telecomunicazioni può dare alla comunità è inestimabile. Si consideri, per esempio:

- il superamento del digital divide geografico - oltre ad essere uno stimolo alla crescita del PIL (cfr. *Un Gruppo di rilevanza strategica*) l'accesso alla larga banda, e quindi ai servizi da questa abilitati come la telemedicina o la tele-education, è una importantissima leva per il miglioramento della qualità della vita nelle comunità. Telecom Italia mette in campo rilevanti progetti e investimenti per la copertura del territorio con le reti di nuova generazione. I dettagli delle strategie e delle attività italiane sono illustrati nel rapporto **Italia Connessa 2014**, disponibile sul sito italiaconnessa.telecomitalia.com. Per il Brasile, il punto di riferimento è il Piano nazionale di banda larga, per cui è stato fornito un contributo anche da TIM Brasil;
- Il contributo all'inclusione digitale sociale - rientrano in quest'ambito le iniziative per la diffusione della conoscenza di internet e delle nuove tecnologie presso le fasce sociali che tendono ad esserne escluse, così come i progetti per lo sviluppo di tecnologie di telecomunicazioni per malati o disabili (cfr. *Comunità/Risposte agli stakeholder*);
- l'innovazione a servizio della qualità della vita dei cittadini - ad esempio, servizi di telemedicina, che rendono possibili interventi chirurgici a distanza o il telemonitoraggio per gli anziani e per i malati cronici, servizi di re-instradamento del traffico stradale per evitare ingorghi e inquinamento, e così via. Questi servizi sono frutto di anni di ricerca; in questo campo i laboratori di Telecom Italia continuano a contribuire al progresso scientifico a livello nazionale e internazionale (cfr. *Comunità/Ricerca e Sviluppo*);
- la protezione e la sicurezza delle comunicazioni che i cittadini effettuano attraverso le reti digitali - la pervasività delle tecnologie delle comunicazioni implica rischi legati all'uso improprio delle informazioni che in buona fede vengono messe in rete, oltre ai rischi legati all'utilizzo della rete per la trasmissione di informazioni illegali o comunque lesive delle varie sensibilità. Telecom Italia mette in campo numerosi strumenti per proteggere chi è esposto e per assicurare una trasmissione sicura dei dati (cfr. *Clienti/Protezione minori e Ricerca e innovazione nella e-security*);



- l'offerta di servizi e prodotti che contribuiscono a ridurre l'impatto ambientale dei cittadini e delle altre imprese: servizi come il telelavoro, le conferenze virtuali, l'infomobilità, il cloud computing, il tele-monitoraggio energetico saranno sempre di più un aiuto prezioso per abbattere le emissioni in atmosfera. Telecom Italia offre questi servizi e ne diffonde la conoscenza presso la Pubblica Amministrazione, le aziende e i cittadini (cfr. *Clienti/Servizi innovativi*).

Di contro, anche se le telecomunicazioni sono un settore a basso impatto ambientale, è un dovere, per un'azienda sostenibile, fare tutto il possibile per ridurre la propria impronta ambientale. Telecom Italia mette in atto numerose misure descritte in dettaglio nel capitolo *Ambiente* del presente rapporto. Dal punto di vista sociale, le operazioni di Telecom Italia non si svolgono in paesi ad alto rischio, e comunque il Gruppo assicura il rispetto dei diritti umani e sociali dei propri dipendenti (cfr. *Le Persone di Telecom Italia*) e ha messo in campo un sistema di gestione per la protezione dei diritti dei dipendenti, dei suoi fornitori (cfr. *Fornitori*) e degli abitanti delle aree in cui opera (cfr. *Diritti Umani*).

RISCHI SOCIO-AMBIENTALI DELLE OPERAZIONI DEL GRUPPO

[G4-2], [G4-14]

Di seguito sono elencati i più comuni rischi del settore delle telecomunicazioni inquadrabili come rischi socio/ambientali, accompagnati da un breve resoconto sulle azioni di mitigazione messe in campo da Telecom Italia.

Rischi Sociali

Al di là dei rischi comuni a qualsiasi grande azienda, legati allo sfruttamento del lavoro (meticolosamente evitati, in Telecom Italia, da un sistema di gestione che parte dalla *Policy di Responsabilità sociale del Gruppo*, disponibile sul sito www.telecomitalia.com, e dagli accordi sindacali, e si basa su articolate procedure di controllo che prevedono la presenza delle rappresentanze dei lavoratori), i rischi sociali maggiormente legati all'esercizio delle telecomunicazioni provengono da:

- violazioni dei sistemi di sicurezza e privacy della rete, con conseguente accesso a dati personali o sensibili, per mitigare i quali Telecom Italia si è munita di un'apposita struttura organizzativa e competenze in grado di prevedere e combattere tali violazioni; in questa struttura un team è dedicato alla ricerca di nuove soluzioni per la e-security (cfr. *Clienti/Ricerca e innovazione nella e-security*);
- utilizzo dei servizi di TLC lesivo del benessere psico-fisico dei minori o di chiunque non abbia sufficienti protezioni, per la cui mitigazione Telecom Italia mette in atto una serie di azioni descritte nel capitolo *Clienti*, paragrafo *Protezione minori*;
- discriminazione di alcuni soggetti che, per ragioni geografiche o socio/culturali, non hanno accesso a internet e ai benefici che ne conseguono, ovvero, il digital divide che Telecom Italia cerca di colmare attraverso lo sviluppo delle proprie infrastrutture e azioni di diffusione della cultura digitale (cfr. *Clienti/Digital inclusion*).

Rischi Ambientali

In quest'ambito rientrano due tipologie di rischi:

- i rischi che le condizioni ambientali esterne possono costituire per la continuità del business (ad esempio, i terremoti possono distruggere le centrali telefoniche, l'esaurirsi di fonti di energia può provocare costi insostenibili per l'Azienda, ecc.). Rientrano in questa tipologia i rischi determinati dai cambiamenti climatici, quali le inondazioni determinate dall'innalzamento degli oceani e dalle precipitazioni o la crescita dei costi energetici determinata dall'innalzamento della temperatura;
- i possibili danni causati all'ambiente dalle attività dell'Azienda.

La prima tipologia di rischi, che costituisce una minaccia all'operatività aziendale, è attentamente considerata e monitorata attraverso apposite strategie e procedure di *Business Continuity* (si veda paragrafo *Il sistema di gestione della business continuity in Telecom Italia* del presente capitolo). Per quel che riguarda i possibili danni ambientali causati dall'azienda, l'erogazione dei servizi di telecomunicazioni non pone seri rischi se non quelli legati alla catena di fornitura:

- i rischi indiretti derivanti dal consumo di energia – non essendo Telecom Italia un produttore di energia, gli unici strumenti di mitigazione a disposizione dell'azienda sono l'ottimizzazione dei consumi energetici (discussa nel capitolo *Ambiente* del presente rapporto) e la selezione dei fornitori (discussa nel capitolo *Fornitori* del presente rapporto). Si noti, in particolare, che Telecom Italia nel 2014 e nel 2015 ha consumato e consumerà energia elettrica prodotta da fonte rinnovabile, certificata dalle garanzie d'origine;
- il sourcing delle tecnologie, ovvero l'acquisto di prodotti tecnologici la cui produzione può causare seri danni ambientali e lo smaltimento dei rifiuti tecnologici (che viene effettuato da fornitori dell'Azienda). Questi aspetti sono regolati dalla policy di Gruppo relativa al Green Procurement, disponibile sul sito www.telecomitalia.it e dal sistema di gestione sostenibile della supply chain, descritto nel capitolo *Fornitori* del presente rapporto.

Telecom Italia controlla le summenzionate tipologie di rischio attraverso gli strumenti ritenuti maggiormente adeguati a ciascuna tipologia, brevemente descritti nei capitoli *Ambiente*, *Fornitori*, *Le persone di Telecom Italia* e nel paragrafo *Diritti Umani* del presente capitolo. Target precisi sono stati definiti solo per quelle tipologie di rischio per cui tali target possono essere realmente utili. In particolare, sono stati definiti target

- di copertura delle reti di nuova generazione
- per la sostenibilità dei fornitori
- per la riduzione dei consumi energetici

(cfr. *Fornitori e Appendice*).



L'ENTERPRISE RISK MANAGEMENT SYSTEM DEL GRUPPO

[G4-2], [G4-14]

Il Gruppo Telecom Italia ha adottato un Modello Enterprise Risk Management (di seguito ERM) che consente di individuare, valutare e gestire i rischi in modo omogeneo all'interno delle società del Gruppo, evidenziando potenziali sinergie tra gli attori coinvolti nella valutazione del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi. Il processo ERM è progettato per individuare eventi potenziali che possono influire sull'attività d'impresa, al fine di gestire il rischio entro i limiti accettabili e di fornire una ragionevole sicurezza sul conseguimento degli obiettivi aziendali.

Il processo è diretto dallo Steering Committee ERM che è presieduto e coordinato dal responsabile della funzione Administration, Finance and Control. Lo Steering si riunisce con cadenza trimestrale (o in relazione a specifiche esigenze) e ha lo scopo di garantire il governo del processo di gestione dei rischi di Gruppo, finalizzato a garantire la continuità operativa del business aziendale monitorando l'efficacia delle contromisure adottate.

Il processo adottato è ciclico e prevede le seguenti fasi:

- definizione del Risk Appetite, individuazione della Soglia di Esposizione al Rischio e della Risk Tolerance rispetto agli obiettivi di piano;
- individuazione e Fine Tuning del Risk Universe di Telecom Italia; il Risk Universe è il documento che contiene la descrizione delle principali caratteristiche di tutti i rischi individuati, è aggiornato annualmente allo scopo di confermare / integrare / modificare l'elenco dei rischi aziendali;
- Risk Assessment, per ciascun rischio considerato all'interno del Risk Universe viene effettuata una valutazione sulla sua gravità al fine di posizionarlo su una matrice 3X3 (Risk and Control Panel) che consente l'individuazione della priorità di intervento;
- individuazione dei Relevant Risk e definizione del Corporate Risk Profile;
- attivazione delle azioni di mitigazione sui Relevant Risk e loro monitoraggio nel tempo;
- elaborazione dei flussi di Reporting.

Un breve resoconto delle principali tipologie di rischio individuate dal sistema ERM è contenuto nella Relazione Annuale, capitolo *Principali Rischi e Incertezze*.

IL SISTEMA DI GESTIONE DELLA BUSINESS CONTINUITY IN TELECOM ITALIA

[G4-EC7], [G4-EC8] Telecom Italia pone grande attenzione alla Business Continuity¹ quale elemento cruciale per l'erogazione dei propri servizi nel pieno rispetto di quanto definito nei contratti con i clienti, nella normativa di settore e, più in generale, in coerenza con le metodologie e gli standard internazionali di riferimento.

¹ Per "business continuity" si intende la capacità di garantire la continuità del servizio in relazione a predefiniti ed accettabili livelli, a seguito del verificarsi di un incidente dirompente.

Il nuovo *Business Continuity Management System* del Gruppo Italia adotta le indicazioni contenute nella ISO 22301 nelle quali si enfatizza, tra l'altro, l'importanza di:

- comprendere le esigenze dell'organizzazione e degli stakeholder, in termini di Business Continuity;
- implementare e rendere operativi i controlli e le misure per gestire la capacità di affrontare le interruzioni dell'operatività dovute a cause accidentali;
- monitorare e riesaminare le prestazioni e l'efficacia del sistema di gestione della continuità operativa.

In quest'ottica, il processo di *Business Continuity Management* si articola in quattro fasi principali: Governance&Planning, Execution, Performance Evaluation e Improvement.

Nella fase di Governance&Planning, si analizza il contesto di riferimento, identificando tanto le esigenze dell'Azienda e dei suoi Stakeholder quanto i vincoli contrattuali/regolatori di Business Continuity. Sulla base di questi elementi viene definito l'ambito della Politica di Business Continuity dell'azienda ed i principali obiettivi strategici. Quest'analisi preliminare prosegue attraverso l'identificazione dei processi e dei servizi chiave dell'azienda e delle sue attività critiche, nonché delle risorse necessarie per la loro manutenzione. Le attività di questa fase permettono di determinare una strategia di Business Continuity che consente di garantire una risposta appropriata per ciascun processo/servizio, in termini di livelli operativi e di tempi di ripristino accettabili durante e dopo un evento dannoso.

In questa fase rientrano, tra l'altro:

- la Business Impact Analysis (BIA), ovvero la valutazione dell'impatto sul business in caso di eventi di rilievo che possono compromettere le attività aziendali e l'erogazione dei servizi;
- la Risk Analysis, finalizzata all'individuazione e alla valutazione delle minacce che possono colpire gli asset aziendali provocandone l'indisponibilità per un periodo di tempo più o meno prolungato.

L'approvazione della strategia di Business Continuity, e del relativo budget, consente di avviare la fase esecutiva, con lo sviluppo di dettaglio dei Piani di Risk Treatment e dei Piani Operativi di Business Continuity. La pianificazione operativa è realizzata dalle funzioni operative, ciascuna per quanto di competenza, mentre a livello centrale si effettua una verifica di coerenza dei piani operativi con il Piano Strategico di Business Continuity, anche al fine di armonizzare e correlare gli interventi di mitigazione lungo tutta la catena dei processi/sistemi aziendali coinvolti.

Una valutazione complessiva delle performance del Business Continuity Management System viene effettuata semestralmente, analizzando in particolare:

- i dati effettivi (incident history) su tempi di ripristino e impatti economici degli eventi;
- i dati dei test di esercizio;
- gli assessment interni.

Sulla base della Performance Evaluation, sono individuate le eventuali azioni correttive da intra-



prendere (es. iniziative specifiche di prevenzione dei rischi, revisione di procedure, ecc.).

Le risultanze della Performance Evaluation, contestualmente alle eventuali azioni correttive, sono presentate al Vertice Aziendale per una periodica Management Review.

OPPORTUNITÀ GENERATE DA ESIGENZE SOCIO-AMBIENTALI

[G4-2], [G4-14]

Nonostante, come si è più volte sottolineato, le telecomunicazioni possano dare un notevole contributo al miglioramento dell'ambiente e della qualità della vita, allo stato attuale i servizi ICT indirizzati, per esempio, alla riduzione dei consumi energetici o alla medicina da remoto sono ancora servizi di nicchia. Tuttavia, godono di tassi di crescita positivi e verosimilmente avranno in futuro una vasta diffusione. I laboratori di Telecom Italia sono da tempo impegnati nella ricerca e nello sviluppo di questo genere di servizi, alcuni dei quali sono già passati dalla sperimentazione al mercato. È quindi già disponibile per i clienti un'ampia gamma di soluzioni volte a contenere i consumi energetici, abbattere le emissioni di CO₂, migliorare le prestazioni sanitarie e burocratiche, aumentare la sicurezza dei cittadini. Molti dei servizi a valenza socio-ambientale proposti da Telecom Italia sono discussi nei capitoli *Clienti* (cfr. *Servizi Innovativi*), *Comunità* (cfr. *Ricerca e Sviluppo*), *Ambiente* (cfr. *Telecom Italia Green*). Inoltre, esempi di opportunità economiche derivanti da una gestione sostenibile delle attività aziendali sono discussi nel capitolo *Impatti sociali e ambientali delle operazioni e loro aspetti economici* della Relazione Finanziaria Annuale del Gruppo.

DIRITTI UMANI

[G4-DMA Investment], [G4-DMA Non-discrimination], [G4-DMA Freedom of Association and Collective Bargaining], [G4-DMA Child Labor], [G4-DMA Forced or Compulsory Labor], [G4-DMA Security Practices], [G4-DMA Indigenous Rights], [G4-DMA Assessment], [G4-DMA Supplier Human Rights Assessment], [G4-DMA Human Rights Grievance Mechanisms] L'analisi di materialità condotta da Telecom Italia ha messo in evidenza, tra le tematiche ritenute materiali dagli stakeholder e dall'Azienda, quelle relative alla tutela dei Diritti Umani. Questo risultato, apparentemente sorprendente per un operatore di telecomunicazioni che opera in Paesi considerati a basso/medio rischio di violazione dei Diritti Umani, si basa su due ordini di motivazioni:

- la risonanza presso l'opinione pubblica degli eventuali episodi di violazione dei Diritti Umani, che può seriamente compromettere la reputazione aziendale;
- l'accezione molto ampia data al concetto di "diritto umano" da parte di Telecom Italia – sono rientrati in questa sfera non solo i Diritti Umani di base, quali il diritto a una remunerazione decorosa, a non essere discriminati, a non dover subire un lavoro coatto, ecc., ma anche i diritti legati alla società dell'informazione, quindi, il diritto ad avere accesso alle informazioni, il diritto alla tutela della privacy e della sicurezza online, temi ovviamente materiali per un'azienda di TLC.

Per assicurare il rispetto dei Diritti Umani nelle sue operazioni, Telecom Italia da vari anni ha adottato il framework dell'ONU tracciato nei *Principi Guida su Business e Diritti Umani*.

Si noti che, in virtù della trasversalità del tema dei Diritti Umani rispetto agli stakeholder del Gruppo, il presente paragrafo copre i KPI [G4-HR3], [G4-HR8], [G4-HR9], [G4-HR12], dello standard GRI G4. Nel capitolo *Fornitori* sono esposti i KPI [G4-HR1], [G4-HR4], [G4-HR5], [G4-HR6], [G4-HR7], [G4-HR10], [G4-HR11] mentre nel capitolo *Le persone di Telecom Italia* sono esposti i KPI [G4-HR2], [G4-HR4], [G4-HR5], [G4-HR6], [G4-HR7].



Policy aziendali rilevanti: Codice Etico e di Condotta, Policy di responsabilità sociale del Gruppo, Policy sui Rapporti con i Fornitori, Procedura di segnalazioni per il Controllo Interno, Procedura di segnalazione al Collegio Sindacale, Carte dei servizi e Condizioni generali di abbonamento, Codici di autodisciplina per i servizi mobili e di condotta per i servizi a sovrapprezzo, Linee Guida per il marketing responsabile, Informativa di Telecom Italia ai sensi dell'art. 13 del Codice privacy, disponibili sul sito telecomitalia.com.

Efficacia e monitoraggio: per tenere sotto controllo l'eshaustività e l'efficacia dei

processi di gestione, oltre al monitoraggio previsto dalle normali procedure aziendali, Telecom Italia ha effettuato una due diligence sui diritti umani seguendo le Linee Guida dell'Onu. La due diligence è un processo di miglioramento continuo, i risultati della prima fase di analisi sono esposti nel presente paragrafo, insieme agli obiettivi qualitativi di miglioramento emersi. Telecom Italia inoltre monitora e analizza attentamente le segnalazioni di eventuali violazioni dei diritti umani che pervengono tramite i meccanismi di segnalazione messi a disposizione degli stakeholder. L'esiguità di tali segnalazioni è una indicazione della bontà dei processi aziendali per la tutela dei diritti umani.

I PRINCIPI GUIDA DELL'ONU SU BUSINESS E DIRITTI UMANI

Nel 2011 il Consiglio dei Diritti Umani dell'ONU ha approvato all'unanimità il risultato del lavoro del Prof. Ruggie, considerandolo come il benchmark globale su "Business e Diritti Umani".

I "Guiding Principles" sono stati predisposti per rendere operativo il framework fondato sui seguenti tre pilastri:

- il dovere degli Stati di proteggere le persone contro gli abusi dei Diritti Umani realizzati da terzi, comprese le imprese;
- la responsabilità delle imprese di rispettare i Diritti Umani (le imprese devono operare con la



dovuta diligenza allo scopo di evitare le violazioni dei diritti di altri e devono impegnarsi nella soluzione di eventuali danni provocati);

- la necessità di permettere il più ampio accesso a rimedi efficaci da parte delle vittime degli abusi dei Diritti Umani.

Inoltre, allo scopo di rafforzare la responsabilità e la trasparenza delle grandi aziende, a fine 2014 il Parlamento e il Consiglio dell'Unione Europea hanno pubblicato la Direttiva 2014/95/EU sulla divulgazione delle informazioni non finanziarie e la diversità.

TELECOM ITALIA E LA DUE DILIGENCE SUI DIRITTI UMANI

[G4-DMA Assessment] Dal 2008 al 2011 Telecom Italia è stata uno dei componenti del Global Compact Human Rights Working Group, costituito dal Global Compact Board nel 2006, con l'obiettivo di fornire input strategico sui Diritti Umani al Global Compact. A partire dal 2012, Telecom Italia ha preso parte al Company Coaching and Capacity Assessment on Business and Human Rights, organizzato dal Global Compact Network Germania, durante il quale è stato anche illustrato il tool (Organisational Capacity Assessment Instrument - OCAI²) per la due diligence sui Diritti Umani nelle imprese. Più nello specifico, lo strumento OCAI è un questionario di autovalutazione, costituito da ventidue domande focalizzate sui principali elementi della responsabilità delle imprese sui Diritti Umani. Nella compilazione di OCAI, per ogni domanda, l'impresa/funzione valuta la propria posizione in uno spettro di sei livelli, che va da "non dinamica" a "promoter dei Diritti Umani"³. Telecom Italia è tuttora uno dei componenti del *Peer Learning Group on Business and Human Rights*, costituito nell'ambito del Global Compact Network Germania.

La due diligence include la verifica che l'azienda abbia una policy che delinea l'impegno dell'impresa sui Diritti Umani e la disponibilità di processi attraverso i quali si possa:

- valutare gli effetti/impatti, attuali e potenziali, sui Diritti Umani derivanti dalle attività e dalle relazioni dell'impresa;
- integrare - all'interno dell'impresa - l'impegno della policy sui Diritti Umani e mitigare i rischi;
- tracciare la performance dell'impresa e comunicare come i temi sui Diritti Umani saranno affrontati;
- rimediare agli eventuali danni causati.

Tra gli obiettivi della due diligence ci sono:

- aumentare la consapevolezza dell'impresa, in relazione alla propria collocazione corrente sul rispetto dei Diritti Umani;
- evidenziare gli eventuali divari o incoerenze tra le diverse Funzioni dell'impresa;

² Realizzato da Twentyfifty Ltd con i finanziamenti della Fondazione del Global Compact Germania.

³ I due livelli più bassi identificano l'approccio reattivo ai Diritti Umani (rispettivamente, "non dinamico" e "reattivo"), il terzo costituisce l'approccio attivo ("gestione efficiente"), i tre livelli più alti rappresentano l'approccio proattivo ai Diritti Umani (dal basso verso l'alto, si ha "sperimentazione proattiva", "integrazione strategica", "promoter dei Diritti Umani"). Il tool non opera come esperto di compliance.

- valutare e migliorare la capacità di gestire gli impatti causati sui Diritti Umani;
- permettere il confronto con imprese simili;
- definire gli obiettivi appropriati dell'impresa (considerato il suo profilo) e il percorso da seguire per raggiungerli.

[G4-HR9] La due diligence effettuata finora da Telecom Italia ha coinvolto le due maggiori entità del Gruppo in termini di organico e di investimenti, ovvero, la BU Domestic (escluse Olivetti e Telecom Italia Sparkle) e la BU Brasile. In termini di organico, la percentuale di dipendenti coperta dalla due diligence è, per il 2014, 98%.

Telecom Italia, per realizzare la due diligence, ha deciso di:

- non considerare la domanda riguardante le “conflict-affected areas” in quanto Telecom Italia non opera in tali aree;
- prendere in considerazione i seguenti Diritti Umani:
 - diritti Umani di base per le risorse del Gruppo, cioè, i diritti riguardanti il lavoro infantile, obbligato, la salute e la sicurezza, la libertà di associazione e la contrattazione collettiva, **[G4-DMA Non-discrimination]** la discriminazione, le procedure disciplinari, l'orario di lavoro, la retribuzione;
 - diritti Umani di base delle risorse dei fornitori;
 - diritti relativi alla salute e sicurezza dei lavoratori;
 - diritti relativi alla salute e sicurezza dei lavoratori dei fornitori;
 - diritti relativi alla privacy dei dipendenti e dei clienti;
 - diritti relativi alle materie oggetto di accordi e contrattazione sindacale;
 - diritti relativi all'accesso ai servizi di telecomunicazione;
 - requisiti relativi alla erogazione dei servizi a valore aggiunto e alla libertà di espressione (tra cui servizi di adult content, gaming, ecc);
 - requisiti relativi alle pari opportunità.

Sono state coinvolte tutte le funzioni responsabili dei processi con impatto sui Diritti Umani individuati e ogni unità organizzativa ha compilato il questionario di autovalutazione in maniera personalizzata e individuale, in coerenza con la propria mission.

La funzione Corporate Social Responsibility ha esaminato i questionari di tutte le unità organizzative di Telecom Italia coinvolte nella due diligence e, nel corso del primo semestre 2014, ha ultimato, i feed-back con quelle italiane, al fine di approfondire i contributi forniti e definire gli action plan delle autovalutazioni di livello due e tre (rispettivamente, il 3,1% e l'8,6% di tutte le risposte)⁴. Al termine dei feed-back è emerso quanto segue:

⁴ Nessuna risposta di livello uno è stata fornita nel corso del primo round.



- su una scala da uno a sei, il voto medio di tutte le risposte è stato 4,4 (gran parte dei contributi è stata supportata da documenti e/o spiegazioni);
- la necessità di migliorare la policy dei Diritti Umani del Gruppo Telecom Italia (circa i 2/3 delle autovalutazioni insufficienti hanno riguardato questo aspetto);
- l'utilità di organizzare i corsi di formazione interni sui Diritti Umani.

È stata quindi redatta la bozza della nuova policy sui Diritti Umani, che è stata sottoposta all'esame del Global Compact Network Italia, e sono state avviate le attività necessarie all'organizzazione di un corso di formazione sui Diritti Umani (entrambe le iniziative saranno ultimate nel 2015). Inoltre, saranno a breve programmati gli incontri di feed-back in Brasile.

SEGNALAZIONI E INCIDENTI

[G4-DMA Human Rights Grievance Mechanisms]

Il Codice Etico e di Condotta di Gruppo prevede che i dipendenti, i collaboratori, i consulenti, nonché i terzi in rapporto d'affari con il Gruppo segnalino tempestivamente – con riferimento alle attività e prestazioni di interesse del Gruppo – al Responsabile della Direzione Audit di Telecom Italia, anche per il tramite del superiore gerarchico, eventuali violazioni o induzioni alla violazione di

- norme di legge o di regolamento
- prescrizioni del Codice Etico
- procedure interne

e ogni irregolarità e/o negligenza. La gestione delle segnalazioni, anche di specifica competenza del Responsabile della Direzione Audit (c.d. "whistleblowing"), è un requisito Sarbanes-Oxley Act.

La procedura di segnalazioni per il Controllo Interno (si veda il capitolo *Sostenibilità e Governance*, paragrafo *Cenni sulla Corporate Governance di Telecom Italia*) prevede che il Responsabile della Direzione Audit, il quale risponde direttamente al CdA in autonomia ed indipendenza rispetto ai senior executive,

1. garantisca la ricezione, protocollazione ed analisi preliminare delle segnalazioni pervenute;
2. in base agli esiti dell'analisi preliminare, avvii (qualora necessario) una attività strutturata di audit;
3. comunichi gli esiti delle analisi alle funzioni competenti, affinché intraprendano (se necessario) le opportune azioni correttive; la non conformità viene chiusa solo dopo un accertamento da parte della Direzione Audit dell'efficacia delle azioni correttive messe in campo dalle funzioni competenti;
4. assicuri la tracciabilità e la conservazione della documentazione inerente alle segnalazioni pervenute ed alla loro analisi;
5. effettui le attività di aggiornamento della procedura di segnalazione, nonché, di concerto con la funzione People Value, la sua diffusione.

La procedura è disponibile sia sulla intranet aziendale, sia sul sito web www.telecomitalia.com.

I dipendenti sono stati sensibilizzati con una lettera dell'Amministratore Delegato e una news diffusa sulla intranet aziendale.

Nel corso dell'esercizio 2014, attraverso questa procedura, sono pervenute complessivamente 91 segnalazioni, di cui 21 anonime e 70 non anonime, così classificate:

- a) 34 di tipo "aziendale"(processi migliorabili,ecc.);
- b) 25 di tipo "personale"(dipendenti con situazioni di disagio, ecc.);
- c) 25 reclami di clienti (per disservizi);
- d) 7 "non pertinenti" rispetto all'obiettivo della procedura.

L'altra procedura di segnalazione disponibile a tutti gli stakeholder, attraverso la quale di norma arriva circa un decimo del totale delle segnalazioni, è la procedura di Segnalazione al Collegio Sindacale⁵. A partire dal 2015 queste procedure saranno unificate.

[G4-HR12] Di seguito sono riportate le segnalazioni relative ai Diritti Umani pervenute attraverso il principale strumento che l'Azienda mette a disposizione degli stakeholder per segnalare qualsiasi tipo di irregolarità normativa o violazione del Codice Etico, ovvero la procedura di segnalazioni per il Controllo Interno. Si noti che il concetto di Diritto Umano usato per la compilazione delle tabelle è lo stesso usato per la due diligence esposta sopra, in particolare, eventuali segnalazioni sostanziate relative alla non disponibilità sistematica dell'accesso al web sono state considerate violazioni del diritto all'accesso alla società dell'informazione.

[G4-HR12] Segnalazioni ricevute e gestite in Italia riguardanti i Diritti Umani

| | 2014 | di cui sostanziate | 2013 | di cui sostanziate | 2012 | di cui sostanziate |
|--|------|--------------------|------|--------------------|------|--------------------|
| Numero complessivo delle segnalazioni riguardanti i diritti umani pervenute attraverso i principali meccanismi di segnalazione | 7 | 3 | 7 | 6 | 6 | 5 |
| Di cui gestite durante il periodo di riferimento | 7 | 3 | 7 | 6 | 6 | 5 |
| Di cui risolte durante il periodo di riferimento | 7 | 3 | 6 | 5 | 4 | 3 |
| Numero totale di segnalazioni pervenute prima del periodo di rilevazione che sono state risolte nel periodo di riferimento | 1 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 |

⁵ Attraverso questa procedura non è pervenuta nessuna segnalazione sostanziale relativa ai diritti umani negli ultimi anni. Esiste un terzo tipo di meccanismo di segnalazione, la procedura di segnalazione all'Organismo di Vigilanza, (si veda il capitolo Sostenibilità e Governance, paragrafo Cenni sulla Corporate Governance).



[G4-HR12] Segnalazioni ricevute e gestite in Brasile riguardanti i Diritti Umani

| | 2014 | di cui sostanziate | 2013 | di cui sostanziate | 2012 | di cui sostanziate |
|--|------|--------------------|------|--------------------|------|--------------------|
| Numero complessivo delle segnalazioni riguardanti i diritti umani pervenute attraverso i principali meccanismi di segnalazione | 5 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Di cui gestite durante il periodo di riferimento | 5 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Di cui risolte durante il periodo di riferimento | 4 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Numero totale di segnalazioni pervenute prima del periodo di rilevazione che sono state risolte nel periodo di riferimento | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Le segnalazioni hanno riguardato la salute e sicurezza dei lavoratori, le relazioni con i fornitori, la privacy, la copertura della rete. I pochi casi in cui le segnalazioni sono risultate sostanziate, sono stati chiusi con azioni correttive. Il motivo per cui in Brasile sono state registrate segnalazioni solo a partire dal 2014 è che in precedenza i meccanismi di segnalazione non erano ancora stati strutturati e comunicati in modo efficiente.

L'esiguità tanto delle segnalazioni, quanto delle segnalazioni sostanziate è chiaro indice di un buon sistema di gestione dei Diritti Umani da parte del Gruppo.

[G4-HR3], [G4-HR8] Nel Gruppo, negli ultimi 3 anni non sono stati segnalati incidenti relativi a discriminazioni o violazioni dei diritti delle popolazioni indigene⁶.

⁶ [G4-DMA Indigenous Rights] L'unica area geografica con popolazioni indigene in cui Telecom Italia opera è il Brasile. Comunque, le attività di telecomunicazioni non hanno impatti negativi su tali popolazioni.



CLIENTI

I servizi innovativi dell'Azienda
per migliorare la vita delle persone

STRATEGIA

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

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

[G4-DMA Product and Service Labeling], [G4-DMA Marketing Communications], [G4-DMA Customer Privacy], [G4-DMA Compliance]

TEMI MATERIALI IN QUESTO CAPITOLO:

- *ascolto e trasparenza verso i clienti*
- *copertura della reteⁱ*
- *gestione dell'innovazioneⁱⁱ*
- *attività di gestione e protezione dei dati sensibili*
- *protezione dei minori*

Policy aziendali rilevanti: Carte dei servizi e Condizioni generali di abbonamento, Codici di autodisciplina per i servizi mobili e di condotta per i servizi a sovrapprezzo, Linee Guida per il marketing responsabile, Informative di Telecom Italia ai sensi dell'art. 13 del Codice privacy, disponibili sul sito www.telecomitalia.com.

Efficacia e monitoraggio: l'Azienda utilizza alcuni KPI numerici per tenere sotto controllo l'efficacia dei processi di gestione, oltre al monitoraggio previsto dai sistemi di gestione della qualità

e dalle strutture preposte al controllo interno. Il presente capitolo espone quelli relativi alla Customer Satisfaction, alla copertura del territorio con le infrastrutture di larga banda, il numero di domande di conciliazione pervenute e risolte, il numero di segnalazioni pervenute. In appendice al bilancio sono esposti i KPI per cui l'Azienda si è posta target numerici, in particolare, sono elencati i target di attivazione del servizio, dei reclami, di assistenza e manutenzione, disponibilità e copertura territoriale con reti a banda larga.

ⁱ Questo tema è trattato anche nella Parte I, Telecom Italia: un gruppo di rilevanza strategica.

ⁱⁱ Questo tema è trattato anche nel capitolo Comunità e nella Parte I, Telecom Italia: un gruppo di rilevanza strategica.



STAKEHOLDER RILEVANTI

Gli stakeholder rilevanti sono:

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

QUALITÀ DEL SERVIZIO E ASCOLTO DEL CLIENTE

[G4-DMA Product and Service Labeling] Sviluppare la capacità di soddisfare pienamente i clienti è, per Telecom Italia, un fattore strategico di crescita. La diffusione globale della digitalizzazione e dei social media ha potenziato la figura del consumatore, modificando il modo di costruire e gestire le sue relazioni con i brand. In questo contesto di trasformazione generale, capire e misurare le aspettative dei clienti, per offrire loro la migliore esperienza (Customer Experience) e adottare una cultura del miglioramento continuo, sono i driver di una reale affermazione della centralità del cliente, a beneficio della sostenibilità economica, della loyalty e del passaparola positivo.

Tra le principali attività condotte nel 2014, mirate sia al miglioramento della Customer Experience del cliente sia a rendere i dipendenti protagonisti attivi di soluzioni innovative ed efficaci per l'utente, si evidenziano:

- Customer Experience Management: Telecom Italia ha avviato negli ultimi mesi dell'anno un programma volto a ridefinire la misurazione della qualità percepita dai clienti, attraverso l'adozione di metodologie proprie del Customer Experience Management. Si tratta di una disciplina che fornisce i metodi e gli strumenti per progredire verso la cultura della centralità del cliente, in linea con l'evoluzione dei consumatori e le loro aspettative sempre più alte. Ha come elemento cardine l'ascolto continuativo e strutturato della "voce del cliente", che diventa la linea guida per il disegno dei prodotti, dei servizi e dei processi aziendali. Inoltre, favorisce un modo nuovo di operare stimolando la collaborazione tra funzioni a beneficio dell'esperienza globale del cliente;
- Customer Journey Lab: la verifica della Customer Experience è vissuta da un gruppo di colleghi/sperimentatori. Il progetto mira a far "vivere" l'esperienza del cliente consumer ai colleghi attraverso la scelta, l'acquisto, l'attivazione e l'utilizzo sia dei servizi TIM e Telecom Italia sia degli analoghi servizi della concorrenza, al fine di individuare il percepito del cliente ed i principali punti di attenzione/punti di forza relativamente all'offerta Tim/Telecom Italia e della concorrenza. Nel corso del 2014 questa metodologia è stata applicata al mondo fisso (offerta Fibra, processo di passaggio in Telecom Italia e migrazione tra operatori), al mondo mobile (offerta LTE), ai servizi di assistenza (APP di Caring) ed erogazione dei contenuti (intrattenimento, sport, editoria, musica);
- "Chi-ama Telecom": uno strumento con il quale i dipendenti Telecom Italia possono veicolare le segnalazioni di clienti amici o conoscenti relativamente alle esigenze di telefonia fissa della

clientela consumer, di tipo sia commerciale sia tecnico. Il progetto rende il dipendente parte attiva come promotore di soluzioni nella gestione dei clienti. Nel corso del 2014 si è registrato un aumento dell'utilizzo dello strumento da parte dei dipendenti;

- monitoraggio della qualità dei servizi di rete mobile percepita dal cliente: individua le azioni di miglioramento e valorizzazione della proposizione di offerta, caring e qualità del servizio erogata. Utilizza l'osservazione continua e oggettiva dei livelli di servizio sperimentati dal cliente, in relazione al suo comportamento e contesto d'uso dei vari servizi. Tale metodologia si basa sull'impiego di un software installato sui device mobili (smartphone, internet key, tablet) di alcuni clienti che hanno aderito all'iniziativa e fornisce in modo continuativo le misure dell'esperienza vissuta dal cliente;
- il Repository Qualità, ovvero lo strumento che coordina tutte le informazioni sui risultati del sistema di ascolto del cliente e ne supporta la diffusione e l'interpretazione all'interno dell'intera organizzazione.

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

L'UTILIZZO DEI SOCIAL NETWORK NEL CUSTOMER CARE

Telecom Italia nel 2014 ha rafforzato la propria presenza nei Social Network (Facebook e Twitter), in particolare curando l'assistenza clienti. I risultati mostrano un alto livello di gradimento, con importanti incrementi rispetto agli anni passati, dovuto anche alla maggiore capacità di fornire le risposte alla clientela. Sono stati registrati ottimi risultati nei tempi e nel numero di risposte di assistenza fornite, tanto da far considerare costantemente TIM tra i primi 10 migliori brand su Facebook a livello nazionale (fonte SocialBakers). L'attività sui social network ha anche curato gli approfondimenti e le spiegazioni su tutte le

offerte a portafoglio, garantendo alla clientela uno strumento facile di consultazione su tutti gli aspetti commerciali.

Telecom Italia ha inoltre consolidato la leadership in termini di Community generale con i seguenti brand: Telecom Italia, TIM, Impresa Semplice, Cubovision, Cubomusica, Working Capital, Seria A TIM, Nuvola Italiana (5 milioni di likers e poco meno di 1 milione di followers).

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



Nell'ottica di confermare l'impegno sulla qualità dei servizi e la trasparenza nei rapporti con la propria clientela, TIM Brasil ha lanciato nel 2013 - prima azienda in America Latina - il sito web "Portas Abertas"¹, che mostra i dettagli dei piani di espansione della rete tecnica. Tra l'altro, il sito offre al cliente la possibilità di:

- interagire con la società sulla mappa della copertura tecnica a livello di singola strada;
- ricevere le notifiche riguardanti sia le manutenzioni sia i fallimenti degli obiettivi della rete tecnica;
- fornire a TIM un feedback sulla percezione della qualità della rete.

In relazione alle azioni sviluppate nel 2014 sono inoltre da evidenziare, a titolo di esempio, il lancio di *chat online* (disponibili su ambiente web e l'applicazione mobile TIM per smartphone), il miglioramento dei vari servizi sui portali automatici e digitali, l'umanizzazione del caring sui canali digitali in generale, la realizzazione di un canale on-line (chat web) diretto ai clienti con domande su Anatel (Agenzia Nazionale delle Telecomunicazioni brasiliana).

TIM Brasil si relaziona con la propria clientela anche attraverso Twitter "@TIMBrasil" (<https://twitter.com/TIMBrasil>), che a dicembre 2014 conta oltre 516.000 followers, e Facebook (www.facebook.com/timbrasil) con più di 1.140.000 likers. Dal 2012 la società ha inoltre attivato un ulteriore canale "@TIM_AJUDA" (https://twitter.com/TIM_AJUDA), che consente di relazionarsi con la clientela attraverso Twitter. A fine 2014 questo canale conta oltre 99.000 followers.

CUSTOMER SATISFACTION

[G4-PR5]

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

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

¹ Nella seconda metà del 2013 TIM Brasil ha lanciato "Portas Abertas App", per i sistemi Android e iOS. L'applicazione ha i principali contenuti del sito web "Portas Abertas".

del cliente e la misurazione degli indicatori del relativo processo). Gli obiettivi di Customer Satisfaction sono inseriti nel sistema di incentivazione manageriale (MBO) e collettiva (PR).

Telecom Italia ha avviato la sperimentazione per l'evoluzione del sistema di ascolto verso la metodologia di Customer Experience Management (CEM) con la rilevazione dell'indicatore Net Promoter Score (NPS), che misura il passaparola della clientela, fondato sulla base del saldo tra i clienti "detrattori" e i clienti "promotori" e l'approfondimento delle motivazioni fornite dai clienti. La sperimentazione volta a definire la nuova metodologia è in fase di realizzazione.

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

Anche al fine di valutare il servizio di customer care, nel 2014 sono stati rivisti i questionari per meglio cogliere l'esperienza del cliente, passando dalla soddisfazione alla valutazione del servizio ricevuto (su scala 1-10).

Tipologia clientela customer care

| | Soddisfazione complessiva | | |
|-------------------------------|---------------------------|------|------|
| | 2014 | 2013 | 2012 |
| 187 telefonia fissa consumer | 8,08 | 8,48 | 8,46 |
| 119 telefonia mobile consumer | 8,49 | 8,72 | 8,69 |
| 191 telefonia fissa business | 7,79 | 8,18 | 8,10 |
| 191 telefonia mobile business | 7,83 | 8,13 | 8,22 |

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

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

Segmento clientela

| | 2014 | 2013 | 2012 |
|------------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Consumer | 76,28 | 75,84 | 75,45 |
| Small Enterprise | 65,85 | 65,56 | 65,88 |
| Large/Medium Enterprise + Vertical | 72,26 | 71,75 | 71,38 |
| Totali | 73,47 | 73,01 | 72,76 |

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

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



TIM Brasil effettua due tipologie di indagini di soddisfazione della clientela, condotte su base nazionale tramite interviste:

- l'indagine relativa alla clientela consumer di TIM e dei competitor, condotta due volte l'anno (maggio e novembre) "a freddo", che misura la percezione generale del cliente sull'azienda (ad es. le strutture di vendita, i call center, la copertura e la qualità della rete anche per quanto riguarda le connessioni internet, l'assistenza tecnica, il prezzo dei servizi, le promozioni, la fatturazione);
- l'indagine sui call center, condotta mensilmente "a caldo" con il coinvolgimento dei clienti TIM (consumer e business) che hanno chiamato il call center negli ultimi 15 giorni.

| | 2014 | 2013 | 2012 |
|---|------|------|------|
| Indagine sulla Clientela Consumer ^(*) | 7.54 | 7.92 | 8.03 |
| Indagine sui Call Center della Telefonia Mobile Consumer ^(**) | 7.30 | 7.31 | 7.47 |
| Indagine sui Call Center della Telefonia Mobile Business ^(***) | 7.16 | 7.05 | 6.80 |

(*) Indice medio, su scala da 0 a 10.

(**) Indice di soddisfazione media della clientela mobile consumer, su scala da 0 a 10.

(***) Indice di soddisfazione media della clientela mobile business, su scala da 0 a 10.

CUSTOMER SATISFACTION NEI SISTEMI D'INCENTIVAZIONE

Nell'ambito dei sistemi d'incentivazione manageriale di Telecom Italia è diffusa la presenza di obiettivi legati alla soddisfazione del cliente, in coerenza con il piano industriale di periodo. Gli obiettivi sono misurati per mezzo degli indici di customer satisfaction, monitorati attraverso le rilevazioni periodiche; per il 2014 il sistema di incentivazione manageriale prevede due differenti indicatori, uno relativo ai segmenti di clientela dove Telecom Italia ha già conseguito un posizionamento ottimale rispetto ai competitor e l'altro relativo ai segmenti di clientela con una posizione competitiva più critica. Scopo di tale segmentazione dell'indicatore di customer satisfaction è quello di perseguire un miglioramento sui segmenti con posizionamento critico e il mantenimento della posizione sui segmenti ottimali.

Nei sistemi di incentivazione collettiva del personale di Telecom Italia, e per i processi e le attività particolarmente rilevanti (front-end commerciale e tecnico), sono previsti obiettivi specifici legati a parametri di qualità, coerenti con i criteri stabiliti per gli indicatori di customer satisfaction aziendale. Infine, sono previsti obiettivi specifici legati alla customer satisfaction nel sistema d'incentivazione collettiva – denominato CANVASS – che coinvolge parte del personale delle funzioni Customer Care di Caring Services, Customer Care di Business e Open Access di Technology.

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.

Si riportano le certificazioni conseguite per le principali attività:

- attenzione alla qualità dei prodotti e servizi offerti: norma UNI EN ISO 9001:2008;
- tutela degli aspetti ambientali: norma UNI EN ISO 14001:2004;
- gestione efficiente dell'energia: norma ISO 50001;
- tutela del capitale umano da parte delle aziende e dei fornitori: standard SA 8000;
- salute e sicurezza sul lavoro: norma BS OHSAS 18001:2007;
- requisiti generali per la competenza dei laboratori di prova e di taratura: norma ISO/IEC 17025:2005;
- servizi di Information Technology: norma ISO/IEC 20000-1:2005;
- sicurezza delle informazioni: norma ISO 27001:2005;
- processi di produzione del software e delle soluzioni informatiche: certificazioni CMMI-DEV (Capability Maturity Model Integration - Development);
- rispetto dei principi volti a promuovere la fiducia tra i consumatori e le imprese che svolgono attività su internet: WebTrust (Certification Authorities - SSL Baseline Requirements Audit Criteria);
- possesso dei requisiti richiesti dall'AGID (Agenzia per l'Italia Digitale) per ricoprire il ruolo di:
 - Certificatore Accreditato per la Firma Qualificata, la Carta Nazionale dei Servizi e la Marcatura Temporale;
 - Gestore Accreditato per la Posta Elettronica Certificata;
 - Conservatore Accreditato per la conservazione dei documenti informatici.

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

In Brasile, in quanto richieste dall'ANATEL (Agenzia Nazionale delle Telecomunicazioni), l'Authority brasiliana delle telecomunicazioni, TIM Celular ha conseguito anche i Quality Certificate for KPI Survey Method relativi all'intero Paese riguardanti:

- personal mobile service;
- switched fixed telephone service;
- multimedia communications services.



DIGITAL INCLUSION

[G4-EC7], [G4-EC8] La diffusione delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni crea opportunità di progresso per la popolazione. Telecom Italia è consapevole della necessità di gestire questa diffusione in maniera ottimale contribuendo a coordinare le azioni di tutti gli attori dell'ecosistema della banda larga, anche per evitare di esporre la Comunità a divari di natura geografica e socio-culturale. Il tema degli impatti dell'inclusione digitale è ulteriormente trattato nella Parte Prima del presente Rapporto (cfr *Il Gruppo Telecom Italia/Telecom Italia: un gruppo di rilevanza strategica*).

DIGITAL INCLUSION GEOGRAFICA

Per fronteggiare il divario tecnologico generatosi nelle cosiddette zone marginali del territorio italiano, che altrimenti resterebbero escluse dai programmi ordinari degli operatori di telecomunicazione a causa della scarsa redditività degli investimenti, tra il 2005 e il 2014 Telecom Italia ha realizzato un programma d'investimenti straordinari che ha permesso di fornire la copertura ADSL a circa 4.150 nuovi comuni.

A dicembre 2014 Telecom Italia ha attivato circa 9.500 centrali, di cui 8.000 con fibra. Oltre al piano di estensione delle coperture, Telecom Italia ha affiancato un piano integrativo di ampliamento della rete attiva², laddove necessario, per garantire la piena fruibilità del servizio da parte dei clienti e lo sviluppo della digital inclusion.

Nella tabella seguente si riportano le percentuali di copertura a dicembre degli ultimi tre anni.

| Descrizione | 2014 | 2013 | 2012 |
|--|-------|-------|-------|
| Copertura ADSL (*) | 98,75 | 98,40 | 98,00 |
| Copertura UMTS e HSDPA (**) | 96,00 | 87,50 | 85,60 |
| Copertura LTE (**) | 77,00 | 49,00 | 14,90 |
| Copertura Next Generation Plan (telefonia fissa) (***) | 28,10 | 16,80 | ----- |

(*) La percentuale si riferisce alle linee telefoniche fisse di Telecom Italia.

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

(***) La percentuale è determinata dal rapporto tra il numero di unità immobiliari sottese ad "armadi" raggiunti dalla fibra ottica in accesso (o servibili direttamente da centrale se a distanze accettabili) ed il numero totale delle unità Immobiliari che hanno attive o hanno avuto in passato linee telefoniche.

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

2 Il piano è costituito dagli interventi che garantiscono la piena fruibilità del servizio da parte dei clienti attraverso l'ampliamento della capacità degli apparati utilizzati, sia in termini di porte utente sia di ampiezza della banda disponibile sulla rete internet. Tecnicamente si parla di attività di desaturazione degli apparati DSLAM, svolte preventivamente o al superamento di soglie definite di qualità e disponibilità del servizio broadband.

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

- la prima è caratterizzata da un approccio “centrale” che vede la collaborazione con Infratel Italia S.p.A. (Infrastrutture e Telecomunicazioni per l'Italia)³, il soggetto pubblico che realizza le infrastrutture passive di rete a banda larga (cavi in fibra ottica) organiche e integrate sul territorio nazionale con l'obiettivo di diffondere la digital inclusion nelle aree a minore redditività del Paese;
- la seconda modalità è contraddistinta da un approccio “locale”, fondato sulla collaborazione con le Regioni che promuovono i progetti volti a aumentare la digital inclusion, per esempio attraverso forme di finanziamento imperniate su gare pubbliche secondo il c.d. “modello claw-back” che prevede l'assegnazione di contributi a compensazione della mancata redditività degli investimenti.

Utilizzando i suddetti modelli d'intervento, in taluni casi anche contemporaneamente, nel corso degli ultimi anni Telecom Italia ha siglato diversi accordi di collaborazione con le varie realtà territoriali, alcuni ancora in fase di realizzazione nel 2014. Si segnalano, tra l'altro:

- il memorandum di intesa (MoU) con la Regione Emilia Romagna e Lepida⁴, sottoscritto nel 2010, con l'obiettivo di attivare un tavolo tecnico per ampliare la digital inclusion in ambito regionale. Tale accordo è stato rinnovato nel 2012 per l'ulteriore diffusione della digital inclusion e il miglioramento dei servizi di accesso alle tecnologie dell'informazione (attraverso l'equipaggiamento in fibra ottica di altre 70 centrali entro marzo 2014);
- l'aggiudicazione nel 2012 del bando pubblicato dalla Regione Marche per il completamento della digital inclusion (attraverso servizi a banda larga avanzati con velocità fino a 20 Mbit/s) nelle aree regionali a fallimento di mercato. Il progetto è in corso di realizzazione e si concluderà nel primo trimestre 2015.

Nel corso del secondo semestre 2013 e per tutto il 2014, il Ministero dello Sviluppo Economico (MISE) ha emesso undici bandi su base regionale nell'ambito del Piano Nazionale Banda Larga, tramite Infratel individuata come soggetto attuatore e assegnatario dei fondi previsti.

I fondi allocati per i progetti di diffusione del servizio a banda larga nelle aree in digital inclusion sono 353 milioni di euro, di cui 225 milioni da destinare al modello “claw-back”; il contributo per ciascuna Regione può corrispondere ad un massimo del 70% dei costi del progetto per l'ampliamento della digital inclusion. I bandi emessi sono relativi alle seguenti undici regioni: Calabria, Campania, Emilia-Romagna, Lazio, Liguria, Marche, Molise, Sicilia, Toscana, Umbria e Veneto. È prevista l'emissione, nel corso del 2015, di bandi per altre sei Regioni: Abruzzo, Basilicata, Lombardia, Piemonte, Puglia e Sardegna.

³ La società è stata costituita su iniziativa del Dipartimento Comunicazioni del Ministero dello Sviluppo Economico e di Invitalia, l'agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa, ed è il soggetto attuatore del Programma Banda Larga.

⁴ Lepida S.p.A. è lo strumento operativo promosso dalla Regione Emilia Romagna per la pianificazione, lo sviluppo e la gestione omogenea e unitaria delle infrastrutture di telecomunicazione degli enti collegati alla rete. La società favorisce interventi anche a favore della digital inclusion in zone rurali o montane.



Per le restanti 3 regioni (Friuli Venezia-Giulia, Trentino Alto-Adige e Valle d'Aosta) non sono previsti interventi del MISE in quanto le suddette regioni dispongono di piani autonomi.

Telecom Italia ha partecipato a tutti i bandi finora emessi, ad eccezione di quello per la regione Liguria. Si è aggiudicata i bandi relativi alle regioni Calabria, Campania, Lazio e Veneto (per un contributo complessivo assegnato di 36 milioni di euro) mentre i bandi relativi a Emilia-Romagna, Marche, Umbria e Liguria sono stati aggiudicati a NGI S.p.A.

Sono in fase di aggiudicazione i bandi relativi alle regioni Toscana, Sicilia e Molise.

DIGITAL INCLUSION SOCIO-CULTURALE

In un mondo in cui la tecnologia agevola i contatti con le persone, Telecom Italia, attraverso la diffusione della banda larga e dei servizi da questa abilitati, contribuisce al superamento delle barriere socio-culturali che limitano la possibilità di partecipazione alla società dell'informazione e godimento dei benefici. Alcuni esempi di servizi innovativi, finalizzati a promuovere la digitalizzazione di importanti settori di attività (ad es. quello sanitario), sono riportati nel paragrafo seguente. Per quanto riguarda, invece, le iniziative attuate da Telecom Italia per l'inclusione sociale di clienti con bisogni specifici (non udenti, anziani, minori, ecc.) si rinvia al capitolo Comunità e al sito web <http://www.telecomitalia.it/assistenza/info-consumatori/agevolazioni-economiche>.

TIM Brasil ha continuato la promozione delle offerte commerciali per favorire la diffusione del web mobile, specialmente presso le classi meno abbienti. Si tratta di offerte a consumo con tariffe convenienti, particolarmente adatte a favorire l'ampliamento della digital inclusion socio-culturale (per es. INFINITY WEB e LIBERTY WEB).

SERVIZI INNOVATIVI

[G4-EC7], [G4-EC8]

SMART SERVICES

Nell'ambito dei servizi indirizzati al settore pubblico, in conformità all'ADI (Agenda Digitale Italiana) e alle Direttive europee, nel 2014 Telecom Italia ha consolidato e razionalizzato l'offerta degli Smart Services (famiglia di servizi che cura l'efficienza energetica e i servizi digitali della città), dell'Urban Security e della Scuola Digitale, che erogano i nuovi servizi dedicati alla sicurezza, all'ambiente, alla mobilità e alla scuola, allo scopo di fornire una risposta globale alle esigenze del territorio e delle città. L'obiettivo è promuovere il modello di "città intelligenti" per il miglioramento della qualità della vita attraverso lo sviluppo di servizi digitali innovativi che traghettino i Comuni verso un modello di Smart Community (come indicato dall'Agenda Digitale), in grado di abilitare nuove forme di collaborazione tra cittadini e amministratori pubblici.

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

1 Lavagna Interattiva Multimediale.

Nel capitolo Ambiente si riportano le stime sui risparmi energetici che alcuni Smart Services comportano.

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

INNOVATIVE E-HEALTH SERVICES

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

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

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

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



NUVOLA IT HOME DOCTOR

Permette ai pazienti affetti da patologie croniche, o in deospedalizzazione protetta, di effettuare il monitoraggio dei parametri fisiologici (peso corporeo, pressione arteriosa, frequenza cardiaca, saturazione dell'ossigeno ematico, glicemia, spirometria, elettrocardiogramma, ecc.) direttamente dalla propria abitazione o in strutture appositamente attrezzate (ambulatori, studi medici, ecc.). Il sistema è composto da una piattaforma tecnologica e 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 i messaggi di promemoria delle misurazioni da effettuare sul proprio cellulare, le rilevano con apparati elettromedicali portatili dotati di interfaccia bluetooth e le comunicano alla piattaforma di rete in modo automatico attraverso il telefonino. Il servizio presenta benefici in termini di miglioramento della qualità della vita dei pazienti e ottimizzazione dei costi della struttura sanitaria. Per potenziare le funzionalità del servizio e incrementare la presenza di Telecom Italia nel settore delle soluzioni socio-assistenziali, sono in corso attività di sperimentazione in diversi ambiti, quali:

- l'inserimento di nuovi dispositivi volti ad aumentare le misure monitorabili (es. attività fisica e qualità del sonno tramite dispositivi indossabili, analisi del sangue e delle urine tramite *Point Of Care*);
- l'utilizzo delle nuove TV connesse a internet, per migliorare l'usabilità dei servizi sanitari tramite diverse modalità di visualizzazione delle misure e accesso ai servizi;
- i servizi per la prevenzione e il benessere orientati a fornire soluzioni a persone sane, per aiutarle a mantenere il loro stato di salute, se non migliorarlo, soprattutto in ambiti non convenzionali come le scuole o gli ambienti di lavoro;
- i servizi per supportare la mobilità dei pazienti con gravi limitazioni, che smarriscono la strada con molta facilità e possono trovarsi in luoghi pericolosi, tramite soluzioni basate sulla localizzazione e meccanismi di aiuto da parte dei familiari o di centri servizio;
- servizi di videocomunicazione a supporto delle attività di teleassistenza e teleriabilitazione (ad es., i pazienti possono effettuare la teleriabilitazione seguiti dai medici in modo interattivo da remoto).



VREHAB

Il sistema sperimentale di monitoraggio e teleriabilitazione per pazienti affetti da malattia di Parkinson, sviluppato in collaborazione con il CNR-IEIT (Institute of Electronics, Computer and Telecommunication Engineering) di Torino, l'Università di Parma e l'Istituto Auxologico Italiano di Verbania. Per ulteriori informazioni si rinvia al paragrafo "Impegno per l'Ambient Assisted Living (AAL) con progetti europei e sperimentazioni in campo" nel capitolo Comunità.

CASSIEL 2.0

Il servizio sperimentale permette di fornire assistenza agli anziani da remoto, sia monitorandoli sia ricevendo segnali d'allarme in caso di emergenza. Per ulteriori informazioni si rinvia al paragrafo "Impegno per l'Ambient Assisted Living (AAL) con progetti europei e sperimentazioni in campo" nel capitolo Comunità.

FISIO@HOME

Si tratta di un servizio sperimentale di teleriabilitazione motoria che consente al personale medico di monitorare da remoto le condizioni di pazienti con problemi ortopedici o neuromotori. Il prototipo, attualmente in sperimentazione, è stato sviluppato per la riabilitazione del ginocchio anche se l'applicazione può essere utilizzata per altre patologie.

Il sistema consente ai medici di valutare l'aderenza al programma di lavoro definito ai fini della riabilitazione e la correttezza degli esercizi eseguiti.

L'applicazione può ridurre il numero delle sedute fisioterapiche in struttura, pur mantenendo inalterato il livello di assistenza, riducendo i costi del sistema sanitario e la necessità di spostamenti per i pazienti.

I dati del movimento sono raccolti mediante sensori indossati dal paziente che misurano l'accelerazione, la velocità angolare e il campo magnetico lungo gli assi di riferimento. I dati sono inviati via bluetooth a un pc, dove un'applicazione li elabora in tempo reale per estrarre le informazioni utili alla definizione dei movimenti e li memorizza.

In collaborazione con il JOL WHITE, che ha curato l'ottimizzazione dell'applicazione Android e lo sviluppo della relativa piattaforma di raccolta dati, è possibile definire il piano di lavoro di ciascun paziente, verificarne le prestazioni e comunicare con quest'ultimo tramite messaggi o videochiamate.



E-LEARNING E DIDATTICA DIGITALE EVOLUTA

La domanda di servizi didattici evoluti ha subito una profonda trasformazione nel corso degli ultimi anni. Il focus si è spostato dalla semplice fruizione elettronica di contenuti alla diffusione e condivisione della conoscenza mediante nuove metodologie, più coinvolgenti per i giovani, basate sui modelli del web 2.0. Le soluzioni già integrate sulla piattaforma di e-learning di Telecom Italia e i prototipi di quelle sviluppate analizzando i requisiti del mondo scolastico soddisfano la domanda di servizi evoluti basati sulla collaborazione, la comunicazione e il coinvolgimento degli utenti finali.

Per quanto riguarda la scuola, Telecom Italia ha firmato a fine 2014 un protocollo d'intesa, della durata di tre anni, con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (MIUR) e lanciato il progetto EducaTI, con l'obiettivo di creare un ecosistema per la diffusione di nuovi strumenti e linguaggi didattici. L'iniziativa EducaTI è volta a favorire l'abilitazione al digitale del sistema scolastico italiano, sperimentando e promuovendo nuovi modelli di apprendimento e insegnamento assieme a tutti i soggetti attivi nel mondo della scuola.

Il progetto EducaTI, che rientra nell'ambito delle iniziative di Corporate Shared Value (CSV) del Gruppo, è articolato in quattro iniziative:

- Programma il futuro: introduce la programmazione (coding) nelle scuole primarie italiane. Telecom Italia è main partner del progetto, sviluppato in collaborazione con il CINI (Consorzio Interuniversitario Nazionale per l'Informatica);
- Tutor Digitali: percorso di formazione al digitale ideato e realizzato da Telecom Italia in collaborazione con gli Uffici Scolastici Regionali (USR) e la Polizia Postale;
- You Teach: un contest creativo nazionale annuale per le scuole superiori di secondo grado, che stimoli le abilità dei ragazzi sollecitandoli alla realizzazione di un prodotto digitale che enfatizzi il lato positivo della rete;
- WITHYOUWEDO Crowdfunding: piattaforma che incentiva lo sviluppo di progettualità legate alla didattica.

INFOMOBILITÀ

Telecom Italia è da anni impegnata, con tutti gli altri attori della catena del valore, nel mercato delle soluzioni ITS (Intelligent Transport Systems) e dell'infomobilità. Il principio generale è quello di abilitare i nuovi servizi per il veicolo, i suoi occupanti, la Pubblica Amministrazione e i soggetti privati grazie alla graduale introduzione della connessione continua del veicolo con il mondo esterno (es. i centri servizio, l'infrastruttura a bordo strada, gli occupanti, gli altri veicoli).

I servizi ITS contribuiscono al miglioramento dell'efficienza del "sistema trasporto", con risultati positivi in termini d'impatto ambientale (es. ecodriving, intelligent parking), riduzione dei tempi di percorrenza (ad es., la raccolta e gestione dati di traffico, la navigazione dinamica), aumento della sicurezza (eCall, BCall⁵ monitoraggio stile di guida, gestione merci pericolose, ecc.), incre-

⁵ Permette agli autisti d'inviare le informazioni relative alla propria posizione e le condizioni dell'autoveicolo a un'organizzazione specifica che provvede alla "gestione" del caso.

mento dell'efficienza nella movimentazione di persone e merci (ad es., city logistics, gestione flotte), diminuzione dei costi legati alla gestione della mobilità urbana ed extraurbana (es. controllo e gestione accessi).

TIM WALLET

Il servizio TIM Wallet consente la sostituzione del portafoglio fisico con uno virtuale sul cellulare tramite la tecnologia NFC⁶. L'acquisto avviene avvicinando il cellulare a un lettore come, ad esempio, i POS o i tornelli d'ingresso negli uffici. Telecom Italia ha sperimentato l'applicazione con il coinvolgimento dei propri dipendenti. In futuro saranno disponibili coupon virtuali da spendere presso i rivenditori commerciali.

ENERGY@HOME

Telecom Italia ha condotto una sperimentazione con Enel Distribuzione, Indesit company e vari utenti per verificare i benefici ambientali collegati al miglioramento dei consumi elettrici da parte del consumatore finale. Al cliente è stata fornita un'applicazione web prototipale e alcuni dispositivi di misurazione dei consumi elettrici, tra cui quello di comunicazione diretta con il misuratore Enel. In circa un anno – grazie anche al coinvolgimento degli utenti, tramite feedback e newsletters - è stata misurata la riduzione media dei consumi di circa il 9% che, se estesa a livello nazionale, permetterebbe la contrazione dei consumi residenziali di 5,6 TWh e delle conseguenti emissioni di CO₂ di circa 3 milioni di tonnellate.

SMART CITY APP - EXPO 2015

Nel corso del 2014 Telecom Italia ha guidato la progettazione e l'implementazione end-to-end delle soluzioni mobili per EXPO 2015 con un prototipo di smart city app e un'applicazione per il Padiglione Italia. La smart city app fornisce informazioni sui Paesi partecipanti, il territorio cittadino e nazionale, i partner e gli attori coinvolti e inoltre offre servizi e intrattenimento nel

corso dell'evento. Lo scopo è assicurare una relazione costante con il visitatore, utilizzando la connettività mobile LTE a larga banda. Per ulteriori informazioni si rinvia al paragrafo "Impegno per l'Ambient Assisted Living (AAL) con progetti europei e sperimentazioni in campo" nel capitolo Comunità.

⁶ Near Field Communication: è una tecnologia che fornisce connettività wireless bidirezionale a corto raggio (fino a un massimo di 10 cm).



RICERCA E INNOVAZIONE NELLA E-SECURITY

Telecom Italia è impegnata nelle attività di ricerca e innovazione riguardanti la cyber security e più in generale la sicurezza delle informazioni e delle reti.

Tra le attività realizzate nel corso del 2014 sono da evidenziare:

- lo sviluppo di nuovi approcci per l'analisi e il riconoscimento del malware⁷ sulle reti fisse e mobili;
- il potenziamento degli algoritmi e degli strumenti per l'analisi del traffico DNS (Domain Name System) in ottica sicurezza;
- la definizione e la realizzazione di un prototipo di piattaforma Threat Intelligence Private Cloud, al servizio delle piattaforme di sicurezza aziendali per la raccolta e la condivisione automatica delle informazioni utili alla prevenzione e contrasto delle minacce emergenti;
- l'estensione dei modelli di esame da utilizzare con gli strumenti di analisi visuale per i Big Data di sicurezza;
- lo sviluppo delle regole semantiche nell'ambito cybersecurity, da utilizzare sugli strumenti predisposti per le attività di Open Source Intelligence;
- la realizzazione di diverse campagne di scouting e testing per le soluzioni di sicurezza innovative;
- lo sviluppo delle attività internazionali, nell'ambito delle iniziative finanziate della Comunità Europea: progetto IST NEMESYS (Information Society Technologies, enhanced NETwork security for seamless service provisioning in the smart Mobile EcoSYStem) e progetto CIP (Competitiveness and Innovation framework Programme) Advanced Cyber Defence Center;
- in ambito ETSI⁸, lo sviluppo del TC CYBER focalizzato sulla Cyber Security, in particolare le aree:
 - Cyber Security;
 - Security of infrastructure, devices, services and protocols;
 - Security advice, guidance and operational security requirements to users, manufacturers and network and infrastructure operators;
 - Security tools and techniques to ensure security;
- il consolidamento, nell'ambito del gruppo di lavoro ETSI - ISG (Industry Specification Groups), del framework degli indicatori di sicurezza da utilizzare per misurare la performance e il benchmarking delle operation di security;
- la prosecuzione delle altre attività di presidio e indirizzo degli standard e dei forum con i lavori svolti prevalentemente in ambito GSMA Security Group e Mobile Malware Group, 3GPP⁹ e ETIS¹⁰;
- lo sviluppo della collaborazione avviata nel 2013 con l'EIT (European institute of Innovation and Technology) ICT Labs e la guida della Action Line su Privacy, Security & Trust.

⁷ Software creato per compromettere la sicurezza di computer, dispositivi o sistemi informatici. Il termine deriva dalla contrazione delle parole inglesi malicious e software.

⁸ European Telecommunications Standards Institute.

⁹ The 3rd Generation Partnership Project.

¹⁰ The Global IT Association for Telecommunications.

PROTEZIONE DEI MINORI

[G4-PR6] Le società del Gruppo Telecom Italia hanno posto in essere numerose iniziative per la tutela dei minori da contenuti che possono ledere lo sviluppo psico-fisico (per esempio contenuti violenti, razzisti o offensivi dei sentimenti religiosi, pornografici, ecc.).

Tra queste, sono state adottate precise linee guida per la classificazione e la verifica dei contenuti erogati, che riguardano sia quelli offerti direttamente dalle società del Gruppo sia quelli di proprietà di terzi che offrono servizi propri, acquistando spazi all'interno dei portali di Telecom Italia. Tali linee guida sono regolarmente aggiornate, in linea con le evoluzioni normative e tecnologiche.

A tal fine, in conformità alla normativa vigente e ai codici di autoregolamentazione sottoscritti dal Gruppo, sono implementate le procedure finalizzate a impedire l'accesso dei minori a contenuti per adulti su tutte le piattaforme di servizio del Gruppo (applicazione su tablet/smartphone, web, IPTV, TIMvision mediante decoder, smart tv, xbox, servizi WAP).

In particolare

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

Per i servizi erogati tramite connessione IP è disponibile il software Total Security, un pacchetto di servizi di sicurezza completo, basato su tecnologia ZoneAlarm® che protegge la navigazione in internet da virus, hacker e programmi spia (spyware) che cercano d'installarsi sul computer. In più, il parental control assicura che i figli navighino solo sui siti adatti a loro e l'antispam offre la protezione dai messaggi di posta indesiderata. Total Security include i seguenti servizi:

- antivirus e antispyware, per rilevare e rimuovere virus e programmi spia;
- parental control, per proteggere i ragazzi da contenuti non adatti a loro;
- firewall per reti e programmi, al fine di bloccare eventuali attacchi da parte di hacker e programmi dannosi;
- protezione avanzata dei download, per analizzare i file che si scaricano - prima che possano infettare il pc - e inviare un avviso nel caso provengano da una fonte pericolosa;



- anti-phishing e stato del sito, per bloccare i siti web non sicuri che con l'inganno inducono a rivelare i propri dati personali;
- protezione dai messaggi di posta indesiderata (SPAM), per il blocco automatico dei messaggi indesiderati sul proprio client di posta (protocolli e-mail: POP 3/IMAP solo in ingresso, SMTP solo in uscita);
- protezione pc wireless, per proteggere il pc dai rischi legati ai collegamenti su reti non protette.

La soluzione TIM-Protect è l'opzione esclusiva di TIM per la protezione totale dalle minacce nel WEB:

- parental control: protegge i giovani durante la navigazione in internet, filtra le ricerche WEB, avvisa in caso di comportamenti ritenuti pericolosi;
- antifurto: protegge il device da smarrimento e/o sottrazione, garantendo il controllo remoto con un semplice invio (blocco dispositivo, localizzazione, cancellazione dati, notifica cambio SIM);
- protection and privacy: tutela gli accessi ai siti web di e-commerce, home banking e social media. Assicura la privacy filtrando le chiamate e i messaggi indesiderati;
- antivirus: gestisce il device in modo sicuro senza pregiudicare il funzionamento, proteggendolo durante l'utilizzo da virus malware e da altre minacce.

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

In quest'ottica sono state realizzate le 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.). Tra le iniziative che 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.), si riportano le seguenti:

- area tematica "abuse" sulla intranet aziendale che informa e sensibilizza il personale aziendale

circa le attività condotte e gli strumenti esistenti per prevenire gli illeciti informatici e tutelare i minori che utilizzano i servizi internet offerti;

- area tematica “Tutela dei Minori” sul portale telecomitalia.it, con l’obiettivo di informare e sensibilizzare l’utente finale e gli altri stakeholder sui corretti comportamenti da adottare durante la navigazione in rete, nonché sui valori e gli obiettivi che Telecom Italia persegue per il contrasto degli abusi informatici e la protezione dei minori;
- modulo di segnalazione, presente nei portali istituzionale e commerciale di Telecom Italia, che può essere utilizzato dai clienti finali di Telecom Italia o dagli utenti esterni per segnalare eventuali illeciti di natura pedopornografica riscontrati durante la navigazione in internet. La compilazione è guidata e la segnalazione può essere fatta anche in forma anonima;
- booklet “Nati con la Rete”, dedicato al pubblico degli adulti-genitori al fine di:
 - illustrare le regole fondamentali per l’utilizzo sicuro di internet;
 - diffondere i pericoli che possono nascondersi nella rete;
 - fornire gli strumenti per trasmettere le regole comportamentali ai figli e guidarli nella scelta dei contenuti da consultare;
- web filtering: in coerenza con il Decreto attuativo della Legge 38/2006 (Decreto Gentiloni), il quale definisce i requisiti tecnici degli strumenti di filtraggio che i fornitori di connettività alla rete internet devono utilizzare per impedire l’accesso ai siti segnalati dalla Polizia Postale tramite il CNCPO, Telecom Italia ha introdotto un sistema di filtraggio anche per i siti web esteri con contenuti pedopornografici;
- redazione delle “Linee Guida per il contrasto della pedopornografia online” per rendere il più possibile oggettiva e omogenea l’individuazione dei casi di pedopornografia da segnalare alla Polizia Postale. L’obiettivo è quello di minimizzare i potenziali problemi d’incertezza interpretativa dei soggetti coinvolti (i moderatori di chat e/o servizi di community, gli sviluppatori, gli operatori di abuse desk, ecc.) e agevolare l’adempimento degli obblighi normativi vigenti. Le linee guida si allineano anche a quanto predisposto e attivato dal CNCPO e dalle maggiori organizzazioni esterne presenti su questi temi (Save The Children, Telefono Arcobaleno, ecc.);
- gestione degli abuse desk: sono i gruppi di gestione operativa degli abusi, differenziati per tipologia di servizio (consumer e business), creati in conformità alle normative nazionali e comunitarie sulla protezione dei minori, la prevenzione della criminalità informatica e la lotta contro lo sfruttamento sessuale (pornografia minorile). Il loro compito è raccogliere le segnalazioni degli utenti/clienti esterni su presunti illeciti informatici o la presenza di materiale pedopornografico sulle reti del Gruppo per poi indirizzarle alla funzione competente - con l’eventuale coinvolgimento delle Autorità interessate - attraverso il Referente per la Polizia Postale;
- partecipazione al gruppo di lavoro “ITU Child Online Protection: Guidelines for industry”, coordinato da ITU (International Telecommunication Union). Telecom Italia partecipa all’aggiornamento di una linea guida sul “Child Online Protection – COP” rivolta alle aziende del settore broadcasting, internet e mobile, che rientra nel più ampio progetto internazionale “Global Cybersecurity Agenda” sotto l’egida delle Nazioni Unite. Per approfondimenti: www.itu.int/osg/csd/cybersecurity/gca/cop/index.html;



- partecipazione al gruppo di lavoro “GSMA – Mobile Alliance against Child Sexual Abuse Content”, in ambito GSM Association, per tutte le iniziative tecnologiche e di comunicazione rivolte alla tutela dei minori nel settore della telefonia mobile;
- partecipazione al progetto europeo in ambito Safer Internet: Telecom Italia collabora al progetto proposto da Save the Children e Adiconsum, che risponde all’iniziativa dell’UE “Safer Internet 2009 – 2013”, prendendo parte al tavolo di lavoro permanente nell’ambito del gruppo italiano di Safer Internet. L’obiettivo prioritario è proteggere i minori nel contesto sociale europeo che vede sempre più diffuso l’utilizzo dei social network, specialmente da parte della popolazione più giovane, e fornire gli strumenti per utilizzare con sicurezza i servizi web che abilitano la socializzazione in rete, i blog e l’instant messaging. L’edizione 2014 del Safer Internet Day è stata dedicata al tema “let’s create a better internet together”. Numerosi gli eventi organizzati in oltre 100 Paesi, inclusi gli Stati Uniti per la prima volta. Telecom Italia ha partecipato alla tavola rotonda organizzata a Bruxelles dalla Commissione Europea, nel cui ambito è stato anche presentato lo “Young Manifesto” con proposte delineate da giovani ragazzi di tutta Europa per creare un internet migliore. Tra l’altro, l’iniziativa si occupa di awareness raising, lotta contro i contenuti illegali e classificazione dei contenuti. Un’importante parte del programma è dedicata ai Safer Internet Center presenti in oltre 30 Paesi per fornire sostegno e informazioni a bambini, genitori e insegnanti;
- partecipazione ai gruppi di lavoro europei ICT Coalition e Better Internet for kids/CEO Coalition per la definizione e l’implementazione dei principi e delle tecnologie necessarie a rendere internet un luogo più sicuro per i minori;
- cooperazione nell’ambito del progetto Italian Child Abduction Alert System (ICAAS) per la realizzazione di un portale web di “allerta rapido” in caso di scomparsa di minori. In tale ambito, Telecom Italia ha sottoscritto nel 2011 la convenzione “Allarme Scomparsa Minore” con il Ministero dell’Interno, Dipartimento della Pubblica Sicurezza.

Il Gruppo ha inoltre attivato opportuni sistemi di filtraggio e prevenzione degli abusi anche per i servizi erogati in Brasile. In particolare, i servizi WAP con contenuti “sexy” richiedono l’autenticazione dell’utente, mentre l’erogazione di video “adult” su piattaforma IP, disponibile solo in modalità on demand, prevede l’inserimento di un PIN. Tutti i contenuti sono controllati e classificati dai fornitori e, successivamente, da TIM Brasil, la quale limita il portafoglio degli stessi fino al livello 3.2 della classificazione internazionale.

I clienti che desiderano comprare i contenuti per adulti, devono accedere al relativo portale, cliccare su “ADULTO”, dichiarare di essere maggiorenni e inserire una password (parental control). TIM Brasil ha firmato un accordo con Safernet al fine di prevenire gli abusi sessuali e la pedofilia su internet; l’accordo include la cooperazione e la centralizzazione sia delle eventuali segnalazioni riguardanti abusi di carattere sessuale sia lo sviluppo di una campagna di sensibilizzazione della popolazione sull’utilizzo adeguato e sicuro di internet.

RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO

Telecom Italia è principalmente un operatore di servizi di telecomunicazioni, che non costituiscono una minaccia per la salute fisica degli utilizzatori¹¹, e non produce gli apparati di telecomunicazioni che commercializza¹².

Per verificare che i prodotti commercializzati siano adempienti alla normativa per la salute e sicurezza, l'azienda si è dotata di:

- apposite strutture interne che effettuano controlli sulla qualità entrante anche dei prodotti che commercializza (telefoni, modem, ecc) sia in Italia sia nei centri di produzione dei fornitori all'estero;
- un laboratorio che effettua test sui prodotti commercializzati dal Gruppo, in particolare sulle emissioni elettromagnetiche dei cellulari commercializzati.

In tal modo, le eventuali non conformità dei prodotti sono rilevate prima dell'immissione sul mercato e i prodotti non conformi non arrivano al cliente finale.

I servizi resi alla clientela sono soggetti ai requisiti indicati nelle Carte dei Servizi e nelle Condizioni di Abbonamento, disponibili sul sito www.telecomitalia.com.

[G4-DMA Customer Health and Safety], [G4-PR1]

Telecom Italia esegue, nei suoi laboratori, le attività di validazione per il soddisfacimento dei requisiti essenziali certificati all'origine. Per i prodotti commercializzati in Italia il quadro di riferimento è costituito dall'insieme delle norme che supportano la Direttiva 1999/5/CE, strutturate per macrofamiglia di prodotto¹³.

Inoltre, sulla protezione e la sicurezza nell'uso delle apparecchiature da parte dei clienti, il Gruppo esegue controlli su:

- i livelli di emissioni elettromagnetiche (SAR) di tutti i cellulari;
- i requisiti normativi contro il rischio da scossa elettrica, sovratemperatura, incendio;
- la robustezza elettrica delle interfacce.

In particolare, sono verificati:

- gli aspetti di efficienza energetica, richiesti dalla Direttiva EuP (Energy-using Products): gli apparati immessi sul mercato sono verificati in relazione ai limiti di consumo di potenza in stand-by e rendimento dei Regolamenti europei n. 1275/2008/EC e 278/2009/EC, rispettivamente

¹¹ Le minacce di tipo psicologico o di sicurezza e privacy sono trattate nei paragrafi Protezione Minori, E-security, Privacy.

¹² In Olivetti, la società del Gruppo che opera nel settore dell'informatica, sono presenti impianti di produzione di hardware. Nel contesto del Gruppo si tratta di attività non materiali in quanto l'intero fatturato di Olivetti ammonta all'1,05% del Gruppo Telecom Italia.

¹³ Per i "terminali Corded" possono essere applicate le Norme EN 60950, EN 55022 e EN 55024; per i "terminali Cordless" le Norme EN 60950, EN 50371, EN 62311, ITU-T P360, EN 301489 e EN 301406; per i "terminali Mobili (smartphone, datacard etc.)" le Norme EN 60950, EN 62209, EN 302291, EN 301908, EN301893, EN 301511, EN 300440, EN 300328 e EN 301489.



- per gli apparati e i relativi alimentatori esterni (presenti come dotazione accessoria);
- la funzionalità nelle diverse condizioni ambientali d'installazione e utilizzo di terminali e componenti accessori per il collegamento alla rete fissa: è controllato il rispetto dei campi di temperatura e umidità previsti dalle norme ETSI (European Telecommunications Standards Institute) per la specifica "condizione di servizio", da cui derivano differenti "severità". Le verifiche sono condotte sulla base delle norme IEC-EN serie 60068-2-1 (freddo), 2 (caldo secco), 14 (cambi di temperatura), 30 (cambi di umidità), 78 (umidità continuativa). Per i prodotti di maggior diffusione, con parti esterne in materiale plastico (es. AG), è controllata la "resistenza alla fiamma" nell'eventualità di malfunzionamenti delle parti elettriche interne;
 - gli aspetti di compatibilità elettromagnetica, regolamentati dalla Direttiva 2004/108/EU (in futuro 2014/30/EU): su ogni apparecchiatura elettronica è previsto il controllo delle emissioni di segnali elettromagnetici non intenzionali - al fine di evitare le interferenze dannose alle radiocomunicazioni - ed il soddisfacimento di determinati requisiti di immunità ai disturbi elettromagnetici. In Telecom Italia sono eseguite continue verifiche sui terminali e gli apparati di rete, per determinare la rispondenza ai requisiti fissati dalle norme internazionali ETSI, CENELEC (European Committee for Electrotechnical Standardization) in tema di compatibilità elettromagnetica. In particolare, è verificata la rispondenza degli apparati ai limiti fissati dalle norme per circoscrivere le emissioni di disturbi elettromagnetici che, oltre ad inquinare l'ambiente circostante, possono interferire con le radiocomunicazioni.

Gli apparati di telecomunicazione venduti in Brasile devono, per legge, essere stati approvati dall'agenzia regolatoria ANATEL che verifica, nei suoi laboratori, la conformità degli apparati alla normativa brasiliana sulla sicurezza elettrica ed elettromagnetica. Per ogni tipologia di apparato esiste inoltre una normativa ad hoc che deve essere soddisfatta. TIM Brasil richiede ai suoi fornitori che gli apparati abbiano la certificazione di omologazione di ANATEL.

[G4-PR2] Negli ultimi tre anni per nessun prodotto che ha raggiunto la fase finale di commercializzazione sono state riscontrate non conformità relative alla normativa europea sulla salute e la sicurezza per il cliente, tanto in Italia quanto in Brasile.

[G4-PR3] In fase di stesura di contratto, per tutti i prodotti di telefonia fissa, Telecom Italia richiede che le confezioni contengano una dichiarazione ambientale, una dichiarazione sulla provenienza del coltan, un manuale d'uso che abbia informazioni sulla sicurezza, l'eventuale presenza di materiali pericolosi e l'indicazione dello smaltimento. Per gli apparati di telefonia mobile, essendo prodotti di largo consumo che Telecom Italia si limita a rivendere e per cui non è richiesto alcun tipo di customizzazione, Telecom Italia, per quel che riguarda l'etichettatura, in Italia, si limita a richiedere l'aderenza alla normativa nazionale.

In Brasile, oltre all'aderenza alla normativa nazionale, si richiede che l'etichetta presenti informazioni sul corretto modo di utilizzo dei dispositivi.

Per una particolare linea di prodotti, Telecom Italia Green, discussa in dettaglio nel capitolo Ambiente (cfr. Telecom Italia Green), sono inoltre indicati tutti i parametri rilevanti dal punto di vista ambientale (ad esempio, i consumi energetici).

[G4-PR4] Negli ultimi tre anni per nessun prodotto che ha raggiunto la fase finale di commercializzazione sono state riscontrate non conformità concernenti l'informativa e l'etichettatura dei prodotti.

Si sono invece verificati alcuni casi di non conformità alla regolamentazione concernente l'informativa dei servizi. In particolare, in Brasile, nel 2014 si sono verificati 3 incidenti per un totale sanzionatorio di 1.533.820 Reais, nel 2013 si sono verificati 2 incidenti per un totale sanzionatorio di 9.474 Reais¹⁴, nel 2012 non ci sono stati incidenti che hanno condotto a una sanzione pecuniaria ma, in un caso, c'è stato un "warning" da parte dell'autorità regolatoria.

In Italia, i procedimenti sanzionatori dell'autorità regolatoria riguardanti episodi di non conformità alla regolamentazione sull'informativa dei servizi rientrano tra le "ingiunzioni per violazione della normativa regolamentare in materia di tutela del consumatore concernenti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi di TLC"; pertanto, per l'Italia, le non conformità sull'informativa sui servizi sono state accorpate con le non conformità concernenti la fornitura e l'uso dei servizi (tabella seguente)¹⁵.

[G4-PR9] Numero e valore monetario complessivo delle multe per non conformità a leggi e regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi in Italia¹⁶

| Descrizione | 2014 | 2013 | 2012 |
|---|-----------|---------|---------|
| Numero multe per non conformità concernenti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi | 7 | 10 | 14 |
| Valore monetario complessivo di tali multe (in euro) | 1.102.000 | 727.619 | 882.316 |

[G4-PR9] Numero e valore monetario complessivo delle multe per non conformità a leggi e regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi in Brasile¹⁷

| Descrizione | 2014 | 2013 | 2012 |
|---|------------|------------|-----------|
| Numero multe per non conformità concernenti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi | 5 | 12 | 15 |
| Valore monetario complessivo di tali multe (in R\$) | 13.214.257 | 11.268.560 | 2.062.964 |

¹⁴ Nel 2014 e nel 2013 in Brasile non ci sono stati altri incidenti di questo tipo, oltre ai casi riportati, che hanno condotto tutti a sanzioni pecuniarie.

¹⁵ Per l'anno in corso non è stato possibile avere un quadro completo delle non conformità che, in Italia, sono sfociate in "avvisi", in virtù del fatto che il concetto di "avviso" è molto sfumato. In futuro sarà fatta una riflessione approfondita per valutare se e come valutare le diverse tipologie di "avviso" che arrivano dall'autorità regolamentare. Inoltre, allo stato attuale non c'è un sistema di ricezione delle segnalazioni relative alle violazioni di codici di auto-regolamentazione concernenti i consumatori diverso dai meccanismi di segnalazione riportati nel capitolo Sostenibilità e governance.

¹⁶ Sono riportati solo i provvedimenti chiusi. Le casistiche includono la fornitura di servizi non richiesti, il non rispetto dei target di qualità prefissati, l'inadeguata informativa all'autorità regolatoria e, in un caso, la non conformità relative alle numerazioni 899.

¹⁷ Sono riportati solo i provvedimenti chiusi. Le casistiche includono la fornitura di servizi non richiesti, il non rispetto dei target di qualità prefissati, interruzioni non previste del servizio, copertura in modalità e tempistiche diverse da quelle stabilite con l'autorità, irregolarità nel servizio o nella fatturazione.



[G4-PR7] Numero complessivo di casi di non conformità alle normative e ai codici volontari riguardanti le comunicazioni di marketing in Italia.

| Tipo non conformità | 2014 | 2013 | 2012 |
|---|------|------|------|
| Numero di casi di non conformità alla normativa concretizzati in multa o sanzione | 0 | 1 | 0 |
| Numero di casi di non conformità alla normativa concretizzati in un avviso | 0 | 0 | 0 |
| Numero di casi di non conformità a codici volontari | 2 | 4 | 2 |

In Brasile le uniche notifiche relative a comunicazioni di marketing e pubblicitarie sono state emanate dal CONAR, l'ente non governativo di autoregolamentazione della pubblicità, che valuta le non conformità relative al Codice di Autoregolamentazione sulla pubblicità. Nel 2014 il CONAR non ha segnalato alcun tipo di non conformità, mentre nel 2013 ne ha segnalati 5 e nel 2012 ne ha segnalati 11 per cui si è proceduto a una modifica o sospensione della pubblicità. Inoltre, in relazione ai casi di non conformità alla normativa concretizzati in un avviso, il CONAR ha emesso una segnalazione nel 2013 e 6 nel 2012, per le quali non è stato richiesto alcun intervento.

PROCEDURE DI CONCILIAZIONE

La procedura di conciliazione fra Telecom Italia e le Associazioni dei Consumatori firmatarie dell'accordo quadro, per la risoluzione extragiudiziale delle controversie telefoniche, è stato il primo esempio di conciliazione paritetica in Italia. Il modello, introdotto in via sperimentale nel 1991 dall'allora SIP, è diventato operativo su tutto il territorio nazionale nel 1993 e nel 1995 l'Unione Europea l'ha riconosciuto come "Progetto pilota per l'accesso dei consumatori alla giustizia". Il modello, ancora oggi adottato, è stato nel corso degli anni adeguato alle nuove normative ed esigenze, informatizzato e reso più fruibile, pur mantenendo quei valori basilari che ne avevano fatto uno strumento di eccellenza, contribuendo a migliorare la trasparenza del sistema, il rapporto con la clientela e alcuni processi operativi dell'Azienda stessa. Il modello di conciliazione paritetica, nel corso del 2011, è stato portato all'attenzione dell'Unione Europea e il 25 ottobre dello stesso anno il parlamento Europeo ha riconosciuto "la Conciliazione paritetica italiana quale esempio di migliore prassi - best practice - basata su un protocollo stipulato e sottoscritto dall'Azienda e dalle Associazioni dei Consumatori, in cui l'Azienda s'impegna in anticipo a ricorrere all'ADR¹⁸ per risolvere le eventuali controversie che possono sorgere nei settori previsti dal protocollo". 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 nel dicembre 2008, ha avviato la gestione delle domande di conciliazione, presentate dalla clientela anche presso le sedi dei Co.Re.Com.¹⁹ e delle Camere di Commercio, in un'ottica di "sportello unico", replicando il modello organizzativo

¹⁸ Alternative Dispute Resolution.

¹⁹ Comitati Regionali per le Comunicazioni.

applicato con successo per la conciliazione paritetica. In questo modo i clienti che non desiderano rivolgersi alle Associazioni dei Consumatori hanno a disposizione uno strumento alternativo per risolvere la controversia con una procedura snella ed extragiudiziale.

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

Ad oggi il modello "sportello unico" ha consentito sia il pieno adempimento degli impegni assunti con l'AGCOM sia il raggiungimento dei risultati qualitativi e numerici attesi; tra l'altro, si assiste ad un peso sempre maggiore del canale Co.Re.Com rispetto agli altri canali (oramai, il ricorso alle Camere di Commercio ha un livello residuale, in quanto rappresenta meno del 5% delle conciliazioni). Nel 2014 l'istituto della conciliazione ha confermato il trend positivo degli anni precedenti; infatti, è stato conciliato:

- circa il 96% delle domande di conciliazione paritetica discusse (6.369 su 6.642), percentuale stabile anno su anno e in miglioramento sul 2012²⁰;
- circa l'84% delle domande discusse presso i Co.Re.Com. e le Camere di Commercio (15.612 su 18.540). Tale percentuale si è mantenuta su ottimi livelli pur scontando un aumento delle pratiche rispetto all'anno precedente (incremento di quasi il 20% rispetto al 2013).

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 del Vertice aziendale per la diffusione di un corretto approccio culturale al tema.

La conciliazione si sta diffondendo sempre di più tra la clientela, anche per la:

- ampia presenza territoriale dei Co.Re.Com, che, in molte regioni, stanno aprendo sportelli a livello provinciale al fine di avvicinare lo strumento della conciliazione alla popolazione (eliminando i costi di "spostamento" verso i capoluoghi di regione);
- migliore conoscenza della procedura, considerata rapida, veloce ed economica per la risoluzione delle controversie;
- crisi economica che spinge a ricorrere alla conciliazione anche per piccoli importi (ad es., possibili disservizi di migrazione da un gestore all'altro).

In Brasile, TIM ha stretti rapporti con il Dipartimento Nazionale dei Consumatori (SENACON) ed esamina le richieste inviate dalle Associazioni di Difesa e Protezione dei Consumatori (PROCONs). Nel 2008 TIM ha realizzato il tool Legal BackOffice, il quale gestisce l'intero processo delle richieste dei clienti non soddisfatti dalle soluzioni fornite dalla società che chiedono l'intervento del

²⁰ Storicamente, il 96% delle domande di conciliazione paritetica sono state chiuse entro 45 giorni dalla data di presentazione e il 4% entro 90 giorni.



PROCON e dell'Autorità Giudiziaria. Questo strumento rende più veloci i tempi di risposta alla clientela, riduce i costi operativi e migliora i rapporti tra TIM e i rappresentanti ufficiali dei suddetti Organi; Legal BackOffice esamina completamente le richieste preliminari inviate dai PROCONS (ovvero, prima di diventare reclami motivati). Il Dipartimento Legale della società partecipa alle eventuali udienze di conciliazione dei reclami motivati.

Nel 2014, TIM ha raggiunto ottimi risultati nel risolvere i reclami inviati dai PROCONS: CIP (Lettera di Indagini Preliminari) pari all'81%; reclami motivati pari al 75,4% (fonte: Rapporto ufficiale SENACON).

TUTELA DELLA PRIVACY E PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI

[G4-DMA Customer Privacy], [G4-PR8]

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

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

Nel 2014 il quadro delle disposizioni aziendali relative al trattamento dei dati personali è stato arricchito dall'emissione di una policy sui requisiti di compliance per le offerte di servizi Wi-Fi che regola, tra l'altro, le modalità di adozione delle misure previste per tutelare i dati personali degli utenti di tali servizi.

Inoltre, nel corso del 2014 Telecom Italia ha continuato a porre in essere le azioni necessarie per l'attuazione, nei processi interni, delle disposizioni in materia di eventuali violazioni della sicurezza dei dati personali trattati in relazione ai servizi di comunicazione elettronica (c.d. "data breach"). In particolare, sono stati organizzati 9 incontri formativi, a cui hanno partecipato oltre 220 referenti e responsabili, per diffondere ed illustrare la specifica procedura interna, che descrive le attività da svolgere e le relative responsabilità qualora si verificassero eventi classificabili come "data breach". La costante attività di formazione, svolta ai fini della diffusione e della corretta applicazione delle normative interne in materia di privacy, nel 2014 si è concretizzata, oltre che nei suddetti incontri, anche in interventi specifici dedicati sia alla forza di vendita esterna della Direzione Business sia alla compliance commerciale. Inoltre, sono stati svolti incontri focalizzati sulla gestione dei dati di traffico telefonico e telematico nell'ambito dei periodici seminari di formazione dei conciliatori, a cui partecipano rappresentanti di Telecom Italia e delle associazioni dei consumatori. L'effettiva

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

Sul versante dei progetti più innovativi e dello sviluppo di nuovi servizi, il 2014 si è caratterizzato per l'approvazione, da parte del Garante Privacy, delle modalità previste da Telecom Italia per tutelare i dati personali dei propri clienti nell'ambito di un progetto di analisi della mobilità della popolazione sul territorio, previsto da Telecom Italia per rispondere alle esigenze di informazioni espresse da Enti ed Amministrazioni Pubbliche che gestiscono il territorio e le infrastrutture di trasporto.

Nell'ambito della tutela della privacy in relazione alle nuove tecnologie, Telecom Italia partecipa anche alle iniziative avviate al riguardo dalla Commissione Europea (CE) per promuovere nella UE lo sviluppo di servizi di cloud computing aderenti ai requisiti previsti dalla normativa comunitaria. In particolare, Telecom Italia è attivamente presente nei gruppi di lavoro internazionali che hanno ricevuto dalla CE il mandato di sviluppare standard per la definizione dei livelli di servizio (SLA), i modelli contrattuali e un codice di condotta di riferimento per i fornitori di tali servizi. Nel 2014, l'attività si è concretizzata con la pubblicazione delle Linee Guida sugli SLA, a giugno, da parte della Commissione Europea (cfr. <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/cloud-service-level-agreement-standardisation-guidelines>); successivamente, in questo campo i lavori si sono concentrati nella predisposizione di indicazioni per indirizzare i lavori dell'ISO secondo i principi vigenti in UE, che sta a sua volta redigendo le linee guida degli SLA nei servizi cloud. La redazione del Codice di Condotta (cfr. <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/cloud-select-industry-group-code-conduct>) è in fase avanzata ed ha anche l'obiettivo di ottenere l'approvazione del Gruppo dei Garanti Privacy europei (c.d. Article 29 Working Party).

Nella tabella seguente sono riportate:

- le richieste di informazioni rivolte a Telecom Italia, in Italia, da parte del Garante Privacy, anche a seguito di segnalazioni dei clienti;
- la percentuale di tali richieste archiviate da parte del Garante, a fronte dei chiarimenti forniti da Telecom Italia.

| Descrizione | 2014 | 2013 | 2012 |
|-------------------------------------|------|------|------|
| Richieste pervenute | 435 | 368 | 348 |
| Percentuale di richieste archiviate | >98% | >99% | >96% |



Le richieste di informazioni rivolte al Gruppo nel corso dell'ultimo triennio hanno registrato un trend in crescita come si evince nella tabella sopra riportata. La percentuale di archiviazione, a fronte dei chiarimenti forniti, è sempre prossima al 100%²¹.

Per quanto riguarda il Brasile, in conformità alla Costituzione Federale, l'art. 3 della Legge generale sulle TLC del 1997 sancisce il diritto del cliente alla riservatezza dei propri dati personali. Il regolamento del servizio mobile personale, agli artt. 89, 90 e 91 della Risoluzione 477 dell'Agenzia Nazionale delle TLC (ANATEL), prescrive la responsabilità delle società in materia e l'eventuale sospensione della riservatezza solo su richiesta dell'Autorità competente nei casi previsti dalla legge. TIM Brasil, per assicurare la riservatezza delle informazioni della propria clientela in conformità alla normativa nazionale, ha emanato le relative policies e procedure interne che si basano sui principi della separazione delle funzioni e del "need to know" (limitazione del trattamento dei dati personali al minimo necessario per svolgere il lavoro), le quali prevedono le metodologie di classificazione e gestione delle informazioni per garantire i livelli di protezione adeguata²².

²¹ Le altre segnalazioni pervenute in merito a presunte lievi violazioni della privacy vengono gestite dal 187 e rispondono, per lo più, a inserimenti indebiti nell'elenco telefonico.

²² È attualmente in corso una riflessione sulla confrontabilità dei dati relativi alla violazione della privacy in Italia e in Brasile. Per evitare possibili fraintendimenti dovuti alla diversità delle legislazioni tra i due Paesi, il dato sulle segnalazioni di presunte violazioni della privacy in Brasile non è esposto.



00010010100010011001
01100010110101001010
11101010011101010011

FORNITORI

Garantire l'acquisto di prodotti e servizi
alle migliori condizioni economiche
nel rispetto dei requisiti di qualità, sicurezza
e sostenibilità

STRATEGIA

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

STAKEHOLDER RILEVANTI

Gli stakeholder rilevanti sono i fornitori dai quali il Gruppo acquista beni o servizi e i loro subfornitori. Sono inoltre coinvolte le comunità all'interno delle quali i fornitori operano e le associazioni che vigilano su aspetti ambientali e sociali.

GENERALITÀ

Il processo di selezione, valutazione e controllo dei fornitori del Gruppo Telecom Italia si concretizza in una fase pre-contrattuale di qualificazione, mirata alla valutazione delle loro caratteristiche economico-finanziarie e tecnico-organizzative che, una volta accertate, consentono l'iscrizione all'Anagrafica Fornitori di Gruppo (Anagrafica). Rientrano in questa fase accertamenti e requisiti sull'etica del business e sul rispetto dei diritti umani, del lavoro e dell'ambiente.

[G4-HR1a] In tutti i contratti stipulati, è presente una specifica clausola che impone l'accettazione da parte del fornitore, dei principi espressi nel Codice Etico e di Condotta del Gruppo¹.

[G4-HR1a], [G4-HR1b] Per quel che riguarda le operazioni domestiche, i fornitori italiani in anagrafica con valore di ordinato non irrisorio (la soglia è di soli 3.000 euro cumulati annui), ricevono² uno screening iniziale relativo al rispetto dei principi del Codice Etico e sono soggetti a verifiche periodiche. Le azioni che Telecom Italia mette in atto per le verifiche sui fornitori variano a seconda della rischiosità del fornitore e dell'importo dell'acquisto: si passa da questionari semplici a questionari sempre più complessi e da verifiche di carattere documentale a verifiche presso le sedi dei fornitori e a audit specifici su tematiche di sostenibilità. **[G4-HR10]** In particolare, nel 2014

¹ **[G4-DMA Investment]** Il Codice Etico di Gruppo (CE) recita: "Il rispetto del Codice deve essere garantito anche dai collaboratori esterni e, là dove previsto dal sistema procedurale aziendale, dai terzi in rapporti d'affari con il Gruppo". In particolare, le procedure interne richiedono che i fornitori accettino i principi espressi dal CE, e che i contratti per raggruppamenti temporanei di impresa o partecipazioni societarie contengano clausole di salvaguardia del Modello Organizzativo 231 (che si fonda sul CE). Il Global Compact dell'Onu è, sul tema dei diritti umani, il riferimento del CE di Gruppo, che recita: "Telecom Italia ha aderito al Global Compact promosso dall'Organizzazione per le Nazioni Unite in materia di diritti umani, standard di lavoro, tutela dell'ambiente e lotta alla corruzione, e assicura piena attuazione a tale impegno istituzionale mediante la realizzazione di puntuali iniziative su tematiche di carattere ambientale e sociale". Inoltre, il CE contiene clausole specifiche sul divieto di discriminazione, intimidazione, corruzione e tutela della salute e sicurezza.

² Escluse le Pubbliche Amministrazioni.



il 71% dei nuovi fornitori iscritti in Anagrafica ha sottoscritto uno specifico questionario in cui si impegna per sé e per gli eventuali subappaltatori autorizzati, collaboratori e dipendenti, ad osservare i principi comportamentali del Codice Etico e di Condotta del Gruppo³.

Nel corso della fornitura le aziende iscritte che abbiano ricevuto ordini di acquisto sono di norma sottoposte ai controlli della qualità entrante (vincolante ai fini dell'accettazione e utilizzo del bene acquistato) e del vendor rating. Vengono inoltre effettuate verifiche ambientali e sociali⁴.

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

[G4-12] Gli acquisti di Telecom Italia avvengono principalmente nelle due aree geografiche dove hanno sede le maggiori operazioni del Gruppo: Italia e Brasile, e sono diretti per lo più verso le seguenti categorie di prodotti/servizi:

- Reti di telecomunicazioni
- Prodotti di telecomunicazioni
- Information Technology
- Servizi professionali tecnici
- Alimentazione
- Altro

[G4-12] In totale, i fornitori che nel 2014 hanno avuto ordini di acquisto con il Gruppo⁵, sono stati 6.728 (-9% rispetto al 2013 e -21% rispetto al 2012), di cui 3.497 per la BU Domestic (+2% rispetto al 2013 e +1% rispetto al 2012), 2.111 per il Brasile (-8% rispetto al 2013 e -10% rispetto al 2012) e 421 per la BU Media (-51% rispetto al 2013 e -76% rispetto al 2012).

[G4-12] Per alcuni settori, il Gruppo rileva e monitora anche i fornitori in subappalto, in particolare, per i lavori di rete, le imprese in subappalto sono state 750 (-14% rispetto al 2013 e -18% rispetto al 2012). In questo settore dunque, la stima del totale fornitori coinvolti nella catena di fornitura è pari a 772⁶

[G4-13] Negli ultimi 3 anni non sono avvenuti rilevanti cambiamenti nella struttura della catena di fornitura del Gruppo, ad esclusione di quelli determinati dai cambiamenti di perimetro del Gruppo per la cessione delle attività in Argentina e di quelle televisive.

³ In Brasile tale percentuale è stata pari, nel 2014, al 3%.

⁴ **[G4-DMA Supplier Human Rights Assessment]** In particolare, sono previste verifiche sulla salute e sicurezza e sull'ambiente, il cui risultato confluisce nel rating del fornitore, a cui è legato il sistema di penalità/incentivazione. **[DMA LA1-3]** Sono inoltre previste verifiche relative al rispetto della normativa sul lavoro.

⁵ Nel presente capitolo, i dati relativi a Olivetti sono inclusi nel Gruppo ma non in Domestic.

⁶ Nella BU brasiliana allo stato attuale non esiste un monitoraggio sistematico dei fornitori di secondo livello. Sono in corso valutazioni su come effettuare tale monitoraggio per il futuro.

INIZIATIVE DI SOSTENIBILITÀ

Nel 2014 è proseguita l'implementazione del nuovo processo che definisce le attività volte al miglioramento della Corporate Social Responsibility (CSR) della supply chain, attraverso una più articolata sistematizzazione degli elementi di valutazione della sostenibilità dei fornitori nelle fasi di qualificazione, qualità entrante e vendor rating.

[G4-DMA Supplier Human Rights Assessment] In particolare, i fornitori sono stati classificati in base ai rischi potenziali legati alla loro performance di sostenibilità, attraverso una specifica metodologia che considera gli aspetti socio-ambientali e di continuità di business connessi ai mercati d'acquisto in cui operano. Per questo, i mercati di acquisto (cioè le categorie di acquisti omogenei tra loro) sono stati classificati in funzione di parametri quali:

- le aree geografiche di riferimento e i rischi ad esse collegati,
- il potenziale impatto sull'ambiente e sulla società delle attività dei fornitori e dei prodotti/servizi forniti lungo il loro intero ciclo di vita, inclusi i rischi relativi alle violazioni dei diritti umani, del lavoro e dell'ambiente,
- l'impatto sulla reputazione di Telecom Italia come cliente.

Quindi, è stata realizzata una matrice che, mettendo in relazione la spesa relativa allo specifico mercato d'acquisto con l'indice di rischio calcolato sulla base dei parametri elencati, ha consentito di suddividere i mercati d'acquisto in quattro classi, individuando quelli più critici dal punto di vista della sostenibilità e dell'impatto economico. I fornitori appartenenti alle classi a maggior rischio sono oggetto di audit di CSR, effettuati da personale aziendale o di aziende terze specializzate nel settore. Tali audit saranno ripetuti periodicamente per seguire l'attuazione di eventuali azioni correttive e, in caso di esito positivo, per verificare il mantenimento nel tempo del livello di prestazioni riscontrato. Si prevede che l'attività, sviluppata per la BU Domestic, sarà estesa ai fornitori brasiliani nel corso del 2015.

[G4-HR4a], [G4-HR5a], [G4-HR5b], [G4-HR6a], [G4-HR11] Sono stati analizzati tutti i fornitori della BU Domestic e, quelli a maggior rischio socio/ambientale⁷ sono risultati, nel 2014, pari a 58 (+93% rispetto al 2013 e +26% rispetto al 2012). Sono considerati a maggior rischio sociale 21 mercati d'acquisto⁸ e i fornitori che operano nelle aree geografiche: Asia, Centro e Sud America, Nord Africa ed Europa dell'Est.

⁷ **[G4-DMA Freedom of Association and Collective Bargaining]** La policy di Gruppo volta a prevenire il rischio di violazione dei diritti sindacali è "Rapporti con i Fornitori nel processo di acquisto di Telecom Italia", la principale policy di Gruppo in tema di sostenibilità dei fornitori, che recita "...il Gruppo richiede ai propri fornitori e promuove, per il tramite di questi ultimi, anche verso subfornitori, il rispetto dei seguenti principi e delle relative prescrizioni di legge vigenti nei paesi ove tali Stakeholder operano. tutti i lavoratori devono godere del diritto legale di costituire e/o aderire alle organizzazioni sindacali per la tutela degli interessi individuali e collettivi. Deve essere riconosciuto il ruolo dei rappresentanti sindacali dei lavoratori, i quali non devono essere assoggettati ad alcuna forma di discriminazione; per l'espletamento della loro attività sindacale, devono essere garantiti permessi retribuiti e mezzi necessari alla comunicazione con i lavoratori sul luogo di lavoro".

⁸ Access gateway-commercializzazione, accesso 3G, accesso/release software - mobile, apparati NGAN, applicazioni infrastrutturali, applicazioni produttive/collaboration, assurance, call center, cavi, creation, dati - GBE, delivery, development software, handset, materiali-cavi/pali/trasmissioni, middleware, servizi ambientali-manutenzioni civili/facility management, service layer-applicazioni verticali, server/storage, tablet, WAN - VOIP.



[G4-HR7] In particolare, per i lavoratori delle aziende che forniscono servizi di sicurezza in Italia è prevista l'osservanza del Testo Unico delle Leggi di Pubblica Sicurezza, in particolare l'osservanza dell'articolo 138 comma 2 che prevede i requisiti professionali e di formazione delle guardie giurate. In Brasile la legge 7102/83 detta le regole relative alla vigilanza privata. Prevede, tra l'altro, che tutti coloro che intendano essere assunti come vigilantes da un'impresa di vigilanza debbano aver preventivamente partecipato a un corso di formazione, effettuato da scuole accreditate dalla Polizia Federale. Dopo l'assunzione, ogni due anni i vigilantes devono seguire un corso di aggiornamento.

[G4-DMA Supplier Human Rights Assessment] Inoltre, è stato predisposto un questionario di autovalutazione da sottoporre nella fase di qualificazione ai nuovi fornitori appartenenti ai comparti di acquisto a maggior rischio per quanto riguarda la sostenibilità e periodicamente, ai fornitori già qualificati. Il questionario, aggiornato periodicamente in funzione dei risultati e dell'evoluzione del processo di qualificazione, è stato elaborato sulla base dei principali requisiti presenti negli standard di riferimento per la gestione d'impresa responsabile, sia dal punto di vista del rispetto dei valori etici sia della salvaguardia dell'ambiente (quali SA 8000, Global Compact e ISO 14001) e delle migliori prassi industriali del settore. **[G4-HR10], [G4-LA14]** Il questionario di autovalutazione di sostenibilità, (già inviato in via sperimentale nel 2011 e nel 2012 a oltre 100 fornitori significativi individuati secondo la metodologia sopra descritta), nel 2014 è stato integrato nell'applicativo che gestisce il processo di qualificazione dei fornitori, che automaticamente lo ha esteso a tutti i nuovi fornitori che operano nei mercati classificati a rischio di sostenibilità. Per fornitori precedentemente qualificati nell'Albo fornitori di Telecom Italia, sono state effettuate le idonee campagne di recupero. Le risultanze del questionario consentiranno l'affinamento della matrice del rischio sopra descritta. In Brasile un questionario di autovalutazione sui temi di sostenibilità è stato inviato ai fornitori il cui ordinato supera 5 milioni di Reais. I risultati saranno presi in considerazione nei processi di selezione.

La verifica per il mantenimento della Certificazione ISO 9001:2008 del "Sistema di Gestione per la Qualità" per le attività di "supply chain" rientranti nella responsabilità di Business Support Office, avvenuta nel mese di marzo 2015, ha avuto esito positivo.

Anche nel 2014 è proseguita l'applicazione della policy di green procurement, che fornisce le linee guida per stabilire i requisiti ambientali dei prodotti/servizi acquistati. La policy considera tutte le fasi di vita del prodotto: progettazione, produzione, utilizzo, fine vita. Il documento, pubblicato sul portale fornitori "Vendors Hub" di Telecom Italia e nella sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com, contribuisce a orientare le politiche d'acquisto a favore di prodotti e servizi a basso impatto ambientale.

Infine, per un maggiore coinvolgimento dei fornitori nelle tematiche di sostenibilità, alcune domande del sondaggio di soddisfazione annuale (cfr. Iniziative di coinvolgimento) vertono sulla policy di green procurement e sui principi relativi ai diritti umani e del lavoro, nonché sulla loro implementazione da parte del fornitore.

VERIFICHE DI SOSTENIBILITÀ

[G4-DMA Supplier Human Rights Assessment], [G4-DMA Employment] Anche nel 2014 sono proseguite le attività di verifica del livello di performance di CSR di fornitori e subfornitori comuni nell'ambito dell'iniziativa denominata Joint Audit Cooperation (JAC), come previsto dal Protocollo d'Intesa sottoscritto a fine 2009 da Telecom Italia, Orange e Deutsche Telekom. All'iniziativa hanno successivamente aderito: nel 2011 Belgacom, KPN, Swisscom, Vodafone Group; nel 2012 Telenor e TeliaSonera; nel 2013 Verizon.

Gli obiettivi del Joint Audit Cooperation sono:

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

[G4-HR4b], [G4-HR5c], [G4-HR6b], [G4-HR11c], [G4-HR11d], [G4-LA15] Nel periodo 2010-2014, grazie al progressivo incremento del numero dei membri del JAC, sono stati condotti 148 audit – di cui 37 nel solo 2014⁹ - presso stabilimenti produttivi (di fornitori e subfornitori) localizzati in Asia, Centro e Sud America, Nord Africa ed Europa dell'Est. Le verifiche sono state effettuate da società internazionali specializzate, selezionate tramite gara, e hanno riguardato un totale di circa 540.000¹⁰ lavoratori. I fornitori inclusi nelle campagne di audit appartengono ai comparti di produzione di dispositivi e apparati d'utente, apparati di rete e apparecchiature IT.

⁹ 97 sui fornitori di Telecom Italia di cui 24 nel solo 2014.

¹⁰ Di cui 458.000 sui fornitori di Telecom Italia.



La seguente tabella mostra le non conformità relative ai diritti umani riscontrate nel corso degli audit sui fornitori del Gruppo Telecom Italia.

| | 2014 | 2013 | 2012 |
|-------------------------|---------|---------|---------|
| Ambiente | 14 (12) | 13 (3) | 9 (8) |
| Discriminazioni | 2 (2) | 2 (1) | 2 (2) |
| Etica del Business | 18 (18) | 32 (19) | 31 (27) |
| Lavoro Forzato | 5 (4) | 5 (4) | 4 (3) |
| Lavoro minorile | 8 (8) | 11 (5) | 9 (9) |
| Libertà di Associazione | 2 (2) | 5 (1) | 2 (2) |
| Orari di Lavoro | 23 (20) | 34 (19) | 23 (21) |
| Paghe | 6 (3) | 11 (7) | 9 (6) |
| Pratiche Disciplinari | 4 (3) | 2 (1) | 0 (0) |
| Salute e Sicurezza | 79 (68) | 79 (31) | 64 (55) |

(in parentesi i dati relativi a fornitori che operano anche per la BU Brasil).

Per tutte le non conformità riscontrate, sono stati redatti specifici piani di azioni correttive che definiscono, tra le altre, le modalità e le tempistiche di soluzione. L'attuazione di detti piani è costantemente monitorata dai membri del JAC¹¹.

Nel gennaio 2014 ha avuto luogo a Chengdu (Cina) il terzo "JAC CSR Forum", al quale hanno partecipato circa 130 ospiti in rappresentanza di operatori di TLC, fornitori, organizzazioni attive nell'ambito della CSR e Organizzazioni Non Governative.

Il tema del Forum, fra i cui obiettivi rientrano la crescita e un maggior coinvolgimento dei fornitori nei temi della sostenibilità, è stato: "CSR, an integrative driving force". Nel corso del Forum si è data evidenza dei risultati ottenuti e si è discusso delle sfide da affrontare per accrescere la sostenibilità del comparto. Sono state inoltre presentate ufficialmente, e discusse, le "JAC Supply Chain Sustainability Guidelines" il cui obiettivo è informare i fornitori delle aspettative in merito alla loro performance di sostenibilità da parte dei membri del JAC e fornire allo stesso tempo una guida in base alla quale condurre un'autovalutazione e migliorare la propria organizzazione. Le Guidelines verranno progressivamente arricchite con KPI specifici che potranno essere utilizzati per misurare la performance di sostenibilità rispetto alle varie tematiche presenti nelle Guidelines e valutare i progressi nel tempo. L'iniziativa ha destato fin dall'inizio l'interesse di altri operatori di telecomunicazioni, alcuni dei quali, come già citato, hanno aderito all'iniziativa nel corso degli anni. I membri del JAC stanno attualmente valutando ulteriori richieste di adesione pervenute.

¹¹ [G4-DMA Supplier Human Rights Assessment], [G4-HR11e] Siccome lo scopo dell'iniziativa è di aiutare i fornitori nei Paesi in via di sviluppo a migliorare le proprie performance di sostenibilità, le non conformità portano sempre ad azioni correttive e non alla chiusura del rapporto d'acquisto.

INIZIATIVE DI COINVOLGIMENTO

È ormai consolidato l'utilizzo del Portale Fornitori (Vendors Hub), avviato a fine 2011 con lo scopo di migliorare la comunicazione e ottimizzare i processi operativi, applicando le logiche del social networking al contesto di business. Il Portale conta 2.395 vendor attivi sulla piattaforma applicativa. Il ricorso al Portale consente al fornitore di accedere ad un'area riservata con visibilità sui principali dati ed eventi rilevanti nella relazione con Telecom Italia e gestire direttamente tutte le informazioni che lo riguardano con rilevanti vantaggi in termini di fluidità e trasparenza della relazione. All'interno del Vendors Hub è attiva anche un'area pubblica contenente informazioni destinate ai fornitori potenziali.

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

Per l'ottavo anno consecutivo i principali fornitori del Gruppo sono stati coinvolti nel sondaggio di soddisfazione sull'area Acquisti e, più in generale, su Telecom Italia. Il questionario on-line, composto da 28 domande, è rimasto attivo per 2 settimane. L'analisi ha coinvolto 1.240 fornitori attivi in Vendors Hub con una percentuale di adesione pari al 54,9%, più alta di quella registrata nelle precedenti edizioni e superiore di circa 7 punti percentuali a quella ottenuta nel 2013. La valutazione globale del rapporto di fornitura con il Gruppo Telecom Italia ha ottenuto il punteggio di 78/100, con un miglioramento di tre punti percentuali rispetto al 2013. Si consolida quindi il positivo risultato della soddisfazione registrato nelle rilevazioni passate.



IMPEGNI¹²

[G4-DMA Non-discrimination], [G4-DMA Child Labor], [G4-DMA Forced or Compulsory Labor], [G4-DMA Security Practices], [G4-DMA Indigenous Rights], [G4-DMA Supplier Human Rights Assessment]

| INDICATORE | OBIETTIVO | ANNO OBIETTIVO | DETTAGLI |
|--|---|----------------|---|
| % di fornitori soggetta a audit | 90% dei fornitori ad alto rischio come definitivi nel paragrafo "iniziative di sostenibilità" | 2015 | Somma cumulata dei fornitori ad alto rischio che hanno ricevuto un approfondito audit di sostenibilità a partire dal 2010 |
| % di fornitori valutata | 100% dei fornitori qualificati, come definiti nel paragrafo "generalità" | 2015 | Fornitori che sono stati valutati con un questionario di base sull'etica. Inoltre, i fornitori appartenenti ai settori a rischio, sono valutati con un questionario più complesso |
| % del personale addetto agli acquisti che ha ricevuto formazione sui rischi ESG pertinenti alle decisioni sugli acquisti | 90% | 2015 | % di staff direttamente coinvolto nelle attività di acquisto, che ha partecipato ad almeno una sessione di formazione su tematiche ambientali, sociali e di governance |
| % di contratti contenenti clausole legate ai rischi ESG | 100% | 2015 | |
| % di fornitori con certificazioni ISO 14001 o equivalente | 25% dei fornitori di rete | 2015 | |
| Integrazione del profilo di rischio ESG nel profilo generale di rischio del fornitore | 100% dei fornitori qualificati, come definiti nel paragrafo "generalità" | 2015 | |

12 Riferiti a Telecom Italia S.p.A.



ISTITUZIONI

Le relazioni con le istituzioni sono di fondamentale importanza per dare una risposta efficace alle reali necessità dei Paesi in cui operiamo

[G4-DMA Public Policy]

STRATEGIA

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

STAKEHOLDER RILEVANTI

Gli interlocutori di riferimento sono:

- le istituzioni nazionali centrali: Parlamento, Governo, Ministeri, Pubblica Amministrazione;
- le istituzioni locali e loro associazioni rappresentative: Regioni, Province, Comuni, Comunità montane, Associazione Nazionale Comuni Italiani (ANCI), Unione delle Province d'Italia (UPI);
- l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) (cfr. Concorrenti), l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) (cfr. Concorrenti) e il Garante per la protezione dei dati personali;
- le istituzioni europee e internazionali: la Commissione Europea e i Comitati di regolamentazione da questa presidiati, il Consiglio e il Parlamento Europeo, il BEREC (Body of European Regulators for Electronic Communication), l'OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico);
- l'Organizzazione per le Nazioni Unite (ONU): in particolare il Global Compact, l'UNEP (United Nations Environment Programme), l'UNFCCC (United Nations Framework Convention on Climate Change), l'ITU (International Telecommunication Union) e le altre agenzie ONU (per es. UNHCR).

ISTITUZIONI NAZIONALI CENTRALI

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

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

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

L'attività legislativa nazionale oggetto di specifica attenzione e presidio da parte di Telecom Italia nel corso del 2014 ha riguardato principalmente i disegni di legge all'esame delle Camere e i de-



creti legge varati dal Governo Letta e dal Governo Renzi (quest'ultimo, in carica dal 22 febbraio 2014), di possibile impatto sul comparto delle comunicazioni elettroniche.

Sono stati quindi monitorati gli iter dei seguenti provvedimenti legislativi:

- legge Europea 2013 (Disposizioni per l'adempimento degli obblighi derivanti dall'appartenenza dell'Italia all'Unione europea);
- decreti attuativi della legge sul "golden power" (legge n.56/2012). La legge ha uniformato la normativa italiana alla disciplina UE, ridefinendo i poteri di opposizione esercitabili dallo Stato nelle aziende pubbliche e private operanti nei settori energia, trasporti e telecomunicazioni per la tutela degli interessi strategici del Paese in tali settori. In attuazione di tale normativa, il Governo ha quindi adottato, a seguito di un lungo iter legislativo, due Decreti del Presidente della Repubblica attuativi; il primo (DPR 25 marzo 2014 n.85) è finalizzato ad individuare gli attivi di rilevanza strategica nei settori sopra indicati, oggetto di poteri speciali che, per il settore delle comunicazioni, sono rappresentati dalle reti e dagli impianti utilizzati per l'accesso agli utenti finali nei servizi rientranti negli obblighi del servizio universale e dei servizi a banda larga e ultralarga; il secondo (DPR 25 marzo 2014 n.86) reca l'individuazione delle procedure per l'attivazione dei poteri speciali negli stessi settori, definendo quindi le modalità organizzative per lo svolgimento delle attività propedeutiche all'esercizio dei poteri speciali;
- Decreto Legislativo n.21/2014 attuativo della Direttiva europea 2011/83/UE sui diritti dei consumatori, che ha armonizzato taluni aspetti dei contratti a distanza conclusi dai consumatori e dei contratti da essi negoziati fuori dai locali commerciali. Si è monitorato l'iter del provvedimento con specifico riferimento alla disposizione che, nell'ambito del diritto di recesso, salvaguarda la tutela del consumatore nel caso di contratti telefonici attraverso la generale prescrizione della conferma scritta, anche con firma elettronica, ma altresì tramite la conferma del supporto durevole (cd. Verbal Order); il Decreto contiene anche un'importante disposizione che ha eliminato la sovrapposizione dei ruoli AGCOM/AGCM in materia di pratiche commerciali scorrette;
- Decreto Legge 145/2013, cd "Destinazione Italia" (legge n.9 del 21 febbraio 2014) che, al fine di favorire la diffusione della banda larga ed ultralarga anche tramite l'utilizzo di tecniche innovative di scavo che non richiedono il ripristino del manto stradale (quali la tecnica della "microtrincea"), ha previsto l'emanazione di un Decreto MISE/MIT (in attesa di adozione, dal 23 aprile u.s.) di rivisitazione delle specifiche tecniche già disciplinate dal "Regolamento Scavi" del 2013, che dovrà definire ulteriori misure riguardanti la posa in opera delle infrastrutture a banda larga e ultralarga. Inoltre "Destinazione Italia" ha disposto, in tema di politiche di sviluppo per la diffusione della banda ultralarga, anche misure a favore della digitalizzazione delle piccole e medie imprese (PMI), sotto forma di voucher e credito d'imposta per le spese sostenute per l'attivazione di servizi di connettività digitale;
- Decreto Legge "Competitività" n.91/2014 (legge 11 agosto 2014, n.116), che, innovando il DL 179/2012, ha previsto l'adozione di linee guida (a cura di ISPRA-ARPA/APPA e Ministero Ambiente) concernenti le modalità di calcolo delle emissioni elettromagnetiche degli impianti

di telefonia mobile; tali linee guida, particolarmente attese dagli operatori, dovrebbero facilitare un effettivo deployment delle reti LTE/4G. L'iter del DL è stato monitorato anche:

- per le disposizioni in materia di agevolazioni sulla bolletta dei clienti di energia elettrica in media e bassa tensione con potenza disponibile superiore a 16.5 kW (misure che includerebbero tra i beneficiari anche Telecom Italia);
- per la disposizione di revisione della normativa OPA, che introduce una doppia soglia (quella del 25% che si aggiunge alla soglia attuale del 30%) per la quale si prevede l'obbligo di OPA per le società diverse da PMI, da parte di chiunque detenga una partecipazione superiore alla soglia del 25% in assenza di altro socio con partecipazione più elevata;
- Decreto Legge "Sblocca Italia" n.133/2014 (legge 11 novembre 2014, n.164), che prevede una serie di agevolazioni fiscali, sotto forma di credito d'imposta (a valere su IRES e IRAP, entro il limite massimo del 50% del costo dell'investimento) per incentivare lo sviluppo delle reti a banda ultralarga; la misura riguarda interventi infrastrutturali per i quali non sono previsti contributi pubblici a fondo perduto realizzati su rete a banda ultralarga, relativi alla rete di accesso attraverso cui viene fornito il servizio a banda ultralarga all'utente. Il DL è stato oggetto di monitoraggio anche per le disposizioni finalizzate a semplificare le procedure di scavo e di posa aerea dei cavi e le autorizzazioni necessarie per lo sviluppo delle reti radiomobili. Il Decreto prevede, inoltre, l'adozione di linee guida per i limiti di esposizione delle emissioni elettromagnetiche in caso di pertinenze esterne con dimensioni abitabili, la possibilità da parte degli Enti Locali di esentare gli operatori dal pagamento di TOSAP e COSAP per infrastrutture in fibra ottica, la previsione di infrastrutturazione digitale all'interno di edifici nuovi o ristrutturati e la creazione di un sistema informativo federato delle infrastrutture;
- Disegno di legge di riforma titolo V della Costituzione, attualmente all'esame del Parlamento, che abolisce la c.d. "potestà legislativa concorrente" tra Stato e Regioni e riporta l'ordinamento della comunicazione nell'ambito della potestà esclusiva dello Stato; la disposizione agevolerebbe il superamento del rilevante contenzioso costituzionale in atto, in particolare per quanto riguarda l'installazione delle infrastrutture fisse e mobili;
- Legge n. 183 del 10 dicembre 2014 in materia di politiche del lavoro "Jobs Act", che mira, tra l'altro, ad estendere la delega governativa anche alla revisione delle regole di funzionamento dei contratti di solidarietà, oltre che a recare deleghe in materia di riordino delle forme contrattuali e dell'attività ispettiva;
- Legge n. 190 del 23 dicembre 2014 - Legge di Stabilità 2015 - che reca diverse disposizioni di carattere generale di natura fiscale e previdenziale d'interesse, quali ad esempio l'erogazione, in via sperimentale, delle quote di TFR maturato in busta paga per il periodo 1° marzo 2015-30 giugno 2018, per i lavoratori dipendenti del settore privato con sottoposizione al regime di tassazione ordinaria; la decontribuzione (per un periodo di 3 anni) a favore dei datori di lavoro, per le nuove assunzioni a tempo indeterminato decorrenti dal 1° gennaio 2015; la costituzione di un fondo di 2 miliardi di euro a decorrere dal 2015 per gli oneri derivanti dall'attuazione del DDL delega in materia di lavoro; la deduzione integrale, agli effetti IRAP, del costo del lavoro



dipendente a tempo indeterminato; la stabilizzazione del bonus IRPEF di 80 euro. Inoltre, per quanto concerne gli aspetti di specifico interesse aziendale, reca una disposizione che fissa i termini per la gara per l'aggiudicazione della c.d. "Banda L" (1452-1492 MHz), attualmente in uso sia al servizio fisso che al servizio di radiodiffusione, da destinare ai servizi di comunicazioni mobili a larga banda.

Sono infine oggetto di monitoraggio alcune indagini conoscitive parlamentari, tra cui quella sui servizi media audiovisivi e radiofonici, in corso presso la Commissione Trasporti, Poste e TLC della Camera. Lo scopo di tale indagine è quello di verificare se la vigente normativa sia adeguata a regolamentare il processo di convergenza tecnologica tra servizi tradizionali di emittenza televisiva ed internet, con la possibilità di fruire dei contenuti audiovisivi tramite molteplici piattaforme; in tale ambito sarà svolta, nel corso del mese di marzo p.v., anche l'audizione di Telecom Italia.

ISTITUZIONI NAZIONALI LOCALI

[G4-DMA Indirect Economic Impacts]

A livello locale, Telecom Italia dialoga costantemente con le istituzioni su tematiche di carattere generale relative al settore delle comunicazioni elettroniche, con particolare riferimento allo sviluppo delle reti e ad altre tematiche di interesse per il business aziendale. L'obiettivo è quello di risolvere i problemi rilevati, indirizzare la produzione normativa locale al rispetto del quadro di riferimento nazionale, promuovere l'immagine del Gruppo e rappresentarne la posizione al riguardo. Il dialogo si svolge sia direttamente con gli enti locali sia con le loro associazioni rappresentative: ANCI e UPI.

Il monitoraggio e l'interazione costante con i centri decisionali delle istituzioni locali avvengono per mezzo di audizioni, anche attraverso la presentazione di documenti di posizionamento relativi alla produzione normativa locale, partecipazioni ai workshop, ai lavori delle commissioni regionali e ai tavoli di lavoro specialistici. Inoltre Telecom Italia organizza frequentemente iniziative di comunicazione su tematiche specifiche di interesse locale.

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

Tra i temi principali, oggetto del dialogo con gli Enti Locali nel corso del 2014, si evidenzia:

- lo sviluppo delle nuove reti ultra broadband (NGAN - Next Generation Access Network) e del nuovo standard LTE (Long Term Evolution), la copertura territoriale e la riduzione del digital divide;
- la stipula di protocolli con gli enti locali per favorire nei lavori di scavo l'utilizzo di tecniche non invasive (minitrincee), anche per accelerare lo sviluppo della copertura delle reti di accesso di nuove generazione;

- proposte di leggi regionali e di regolamenti comunali in materia d'installazione di impianti di telefonia mobile e campi elettromagnetici (ad esempio Legge Umbria, Regolamento Comune di Roma, Regolamento Urbanistico Comune di Firenze) al fine di rappresentare le esigenze aziendali (anche attraverso la presentazione di emendamenti), consentendo un'equa coesistenza dei diversi interessi coinvolti, nell'ottica di semplificare la normativa e omogeneizzarla alle disposizioni nazionali di riferimento;
- proposte di regolamento scavi, al fine di uniformare l'iter autorizzatorio e la relativa disciplina a quanto previsto dalle norme di riferimento nazionali anche in ottica di ulteriore semplificazione a livello locale;
- la rimozione di impianti di telefonia pubblica (cabine telefoniche) per la quale è stata anche prevista una fase d'ascolto dei cittadini nell'ambito della procedura concordata con l'AGCOM;
- la promozione di iniziative di digital inclusion di Telecom Italia per favorire l'apprendimento delle nuove tecnologie e il loro corretto uso, anche attraverso la ricerca di forme di collaborazione con i Comuni, partnership e rilascio di patrocini;
- la promozione del sistema dei servizi digitali di Telecom Italia per la realizzazione di smart cities e in particolare il sostegno alle città di Genova e Torino per la candidatura al progetto europeo Smart City della Commissione UE. Al riguardo si segnalano: la partecipazione alle attività del comitato direttivo dell'associazione Genova Smart City (con il Comune di Genova è stato firmato un protocollo per la realizzazione congiunta di iniziative relative all'efficientamento energetico degli edifici scolastici e alla didattica digitale); la partecipazione in qualità di socio fondatore alla Fondazione Torino Wireless (distretto tecnologico ICT che vede il coinvolgimento di istituzioni nazionali e locali, università e centri di ricerca, imprese e istituti finanziari) e la collaborazione con il Comune di Torino e la Fondazione Torino Smart City per la presentazione di progetti collaborativi attivabili nell'ambito delle iniziative Smart City;
- la firma di un protocollo d'intesa con l'ANCI per il "Progetto Comuni 3.0" che prevede la sperimentazione da parte di Telecom Italia, in quattro Comuni (Piacenza, Pordenone, Lecce, Benevento), di soluzioni inerenti servizi digitali innovativi in ambito urbano in una ottica di Smart City. I Comuni prescelti collaborano alla definizione degli obiettivi e delle funzionalità dei servizi che verranno presentati come casi di studio e di eccellenza a livello nazionale e diffusi attraverso l'Osservatorio Nazionale Smart City dell'ANCI;
- la presentazione di tre studi realizzati in collaborazione con autorevoli Atenei sui temi della scuola e della sanità. In particolare: con l'Università Bocconi è stato realizzato uno studio sullo sviluppo del Fascicolo Sanitario Elettronico in alcune Regioni italiane, presentato in occasione di un incontro del Network dei Direttori delle Aziende Sanitarie Pubbliche a giugno 2014. Il secondo studio, presentato a novembre 2014 in occasione della Fiera ABCD di Genova, è stato realizzato con l'Università di Bologna ed è relativo all'introduzione di soluzioni digitali nella didattica. Il terzo studio, realizzato con l'Università LUISS, è relativo all'utilizzo delle risorse della politica di coesione 2014–2020 nelle Regioni del Mezzogiorno; il rapporto è stato presentato in un evento dedicato tenutosi presso la LUISS a gennaio 2014;



- la redazione di Policy Report regionali finalizzati a fare il punto sullo stato dell'arte e sugli sviluppi delle policy regionali in materia di servizi digitali, infrastrutture di rete e smart cities. A settembre 2014 è stata ultimata la seconda edizione aggiornata dei Policy Report relativi a tutte le regioni italiane.

ISTITUZIONI COMUNITARIE E INTERNAZIONALI

Le relazioni con le istituzioni comunitarie e sovranazionali sono sia di tipo istituzionale (per esempio partecipazione a piattaforme di discussione, consultazioni pubbliche, *workshop*, riunioni delle Commissioni parlamentari) sia di tipo collaborativo (incontri con la Commissione UE, con i Rappresentanti Permanenti degli Stati Membri presso la UE, con il Parlamento Europeo, con Agenzie o gruppi di lavoro e studi specialistici sotto l'egida delle istituzioni UE quali, ad esempio, il Center for the European Policy study, ecc.). Il posizionamento verso il BEREC e la Commissione avvengono attraverso azioni individuali e/o con la partecipazione degli altri operatori.

Tra le tematiche affrontate a livello europeo, oggetto dei principali atti normativi/regolamentari d'interesse del Gruppo, si citano, a titolo non esaustivo, la proposta della Commissione Europea di un Regolamento per il raggiungimento del mercato unico europeo per le telecomunicazioni, la Raccomandazione sulle metodologie di costing e principi di non discrimination, la Review del quadro regolamentare, le procedure di notifica delle decisioni delle Autorità di regolamentazione nazionali presso la Commissione ex art. 7 quadro, l'implementazione della nuova Raccomandazione sui mercati rilevanti, i documenti oggetto di consultazione pubblica del BEREC, e i documenti interpretativi del quadro regolamentare e della sua implementazione discussi e adottati nell'ambito del Programma annuale di lavoro del BEREC, la revisione della Direttiva sui servizi di pagamento, il processo di adozione del nuovo Regolamento per la protezione dei dati personali, la partecipazione ai Gruppi di esperti sul Cloud Computing (C-SIG) in merito alla stesura di Service Level Agreements standard –SLAs-, di un Codice di Condotta sulla protezione dei dati in ambito Cloud e alla stesura delle clausole contrattuali standard per i servizi cloud, il processo di adozione della nuova Direttiva sulla cybersicurezza e la Piattaforma NIS, il nuovo regolamento sull'identità elettronica e i servizi fiduciari e relativi atti implementativi. Telecom Italia è inoltre particolarmente attiva sui tavoli europei e internazionali relativi alla distribuzione dei contenuti digitali e la protezione dei diritti, in particolare su temi quali la revisione del copyright nello scenario digitale e il suo enforcement, le discussioni e le proposte relative alla responsabilità degli operatori/ISP, in particolare quelle relative alle azioni degli hosting providers per il contrasto delle attività illecite online, la riforma della direttiva europea sui servizi media audiovisivi, inclusa la consultazione (Libro Verde) sulle connected TV e sulla convergenza delle telecomunicazioni. Con riferimento alla tutela dei minori, Telecom Italia partecipa attivamente a due iniziative particolarmente rilevanti volte ad accrescere la sicurezza dei minori quando navigano in internet: si tratta della piattaforma "Better Internet for Kids" (tavolo lanciato dalla Commissaria Kroes nel 2011) e della ICT Coalition (tavolo delle industrie ICT europee).

Per quanto riguarda i rapporti con l'ONU, particolare rilievo assumono le attività svolte nell'ambito del Global Compact (GC) che si sostanziano nella partecipazione al gruppo di lavoro sui Diritti Umani organizzato dal GC network Germania e alle attività varie del network italiano. Telecom Italia e Tim Brasil, le due società del Gruppo che hanno aderito al Global Compact, compilano annualmente la "Communication on Progress", il documento che riporta i progressi registrati dalle aziende nella promozione e nell'applicazione concreta dei dieci principi del Global Compact. La CoP redatta da Telecom Italia nell'estate 2014 e relativa all'intero 2013 le riconosce lo status di "Active" e il livello di "Advanced" (conformità ai ventuno criteri richiesti). Per ulteriori informazioni a riguardo si rimanda al paragrafo Diritti Umani e al sito telecomitalia.com.

Telecom Italia partecipa attivamente in qualità di sector member all'ITU (agenzia dell'ONU per le telecomunicazioni internazionali), nei tre settori in cui è suddiviso (ITU Radiocommunication Sector, ITU Telecommunication Standardization Sector, ITU Telecommunication Development Sector). Partecipa, inoltre, regolarmente agli eventi maggiormente significativi dell'ITU.

Telecom Italia segue attivamente i lavori dell'OCSE, attraverso il BIAC (associazione che raggruppa una serie di aziende dei paesi membri) e la Rappresentanza Permanente dell'Italia presso l'OCSE, e quelli dei Comitati competenti su materie di rilevanza per l'Azienda tra cui, il CDEP (Comitato per l'economia digitale), il Comitato per la competitività, e i rispettivi Gruppi di lavoro, come il Working Party (di seguito WP) per le Politiche delle Infrastrutture e dei Servizi della Comunicazione, il WP per la Sicurezza e la Privacy, il WP sulla tutela dei consumatori. Le questioni trattate durante il 2014 hanno riguardato il progetto sulla Knowledge Based Economy con un focus sul capitolo big data e Intellectual property, la revisione delle linee guida sulla sicurezza, la transizione verso l'IPv6, l'international traffic termination, lo spettro, lo sviluppo delle reti fisse broadband, connected tv, la revisione delle linee guida sul commercio elettronico, Internet of Things. Inoltre, sono state avviate le discussioni e i lavori relativi alla riunione Ministeriale OCSE prevista a maggio 2016 a Cancun, Messico.

Telecom Italia si interfaccia con le istituzioni, in particolare quelle sovranazionali, sia in via individuale che nella sua qualità di membro di alcune associazioni di rilievo attive sulla scena europea e internazionale, quali ad esempio ETNO, GSMA, Business Europe, TABC.



I RAPPORTI CON LE ISTITUZIONI IN BRASILE

TIM Brasil ha instaurato relazioni eccellenti con tutte le istituzioni governative e parlamentari e con le autorità regolatorie. Il dialogo, frequente e costruttivo, si basa su proposte oggettive e posizioni il cui scopo spesso va oltre gli interessi aziendali e coinvolge l'intero settore.

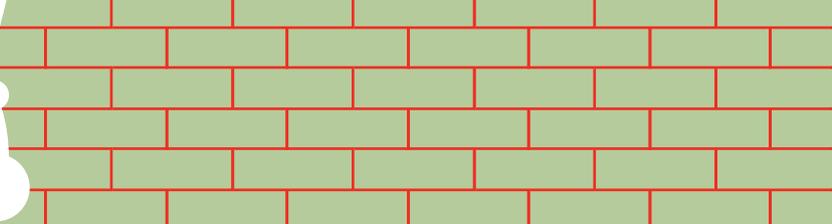
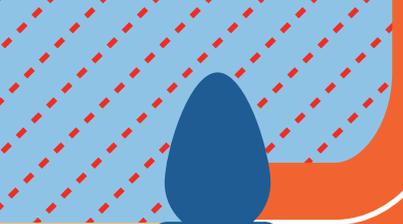
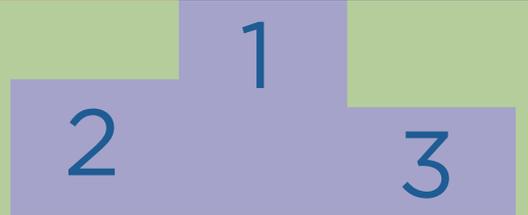
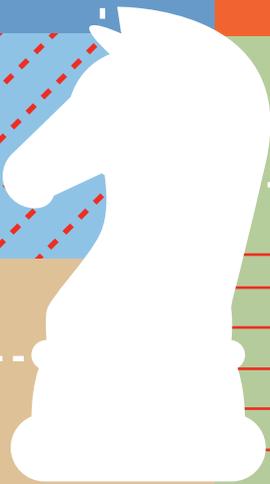
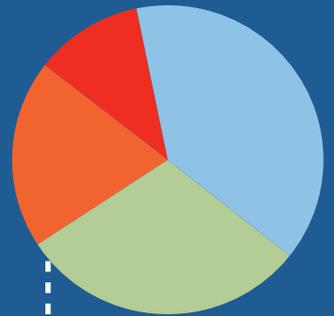
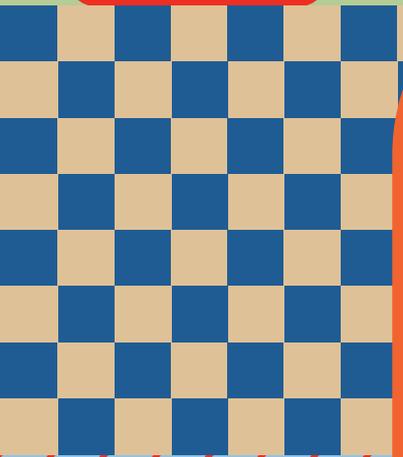
A livello federale, le relazioni con il Governo avvengono principalmente con il Ministero delle Comunicazioni e anche con i dipartimenti rilevanti della Presidenza del Consiglio e dei ministeri che si occupano di sviluppo economico, giustizia, formazione, ricerca ed enti locali. TIM ha inoltre sviluppato un fitto dialogo con i membri dei Comitati parlamentari che hanno pertinenza, anche se non esclusiva, su tematiche di natura economico/finanziaria, privacy, telecomunicazioni e tutela del consumatore.

A livello locale, TIM Brasil è in costante contatto con le istituzioni e le autorità locali su tematiche relative alle telecomunicazioni e, in particolare, sullo sviluppo delle infrastrutture e la copertura della rete, così come su tematiche di interesse specifico delle comunità locali.

Nella pratica quotidiana, le attività di engagement con le istituzioni si concretizzano nella formulazione di proposte, nello stimolo al dibattito, nella partecipazione attiva in audizioni pubbliche e in incontri su temi specifici con gli stakeholder coinvolti.

Le principali associazioni di categoria di cui fa parte TIM Brasil sono:

- ABR Telecom (associazione brasiliana delle risorse di telecomunicazioni), per la gestione centralizzata e condivisa delle soluzioni di Telecomunicazioni;
- TelComp (associazione brasiliana per la competitività delle telecomunicazioni), che rappresenta gli interessi di 60 operatori per la competitività del settore;
- SINDITELEBRASIL (sindacato nazionale degli operatori di telecomunicazioni), che lavora al fine di coordinare, difendere e rappresentare in sede legale le aziende associate, e che include tutti gli operatori di telefonia fissa e mobile;
- GSMA, che rappresenta gli interessi degli operatori mobili nel mondo;
- AHCIET (associazione latino americana dei centri di ricerca e delle aziende di telecomunicazione), che, focalizzandosi su studi e ricerche, ha l'obiettivo di trovare un punto di convergenza tra le varie sfide del mondo delle telecomunicazioni in Amerca Latina attraverso il dialogo tra il pubblico e il privato.



CONCORRENTI

L'importanza di una competizione leale
per tutti gli stakeholder

[G4-DMA Anti-competitive Behavior]

STRATEGIA

Telecom Italia promuove una competizione leale, considerata funzionale ai propri interessi e a quelli di tutti gli operatori di mercato, dei clienti e degli stakeholder in genere, promuovendo e partecipando a iniziative e progetti in collaborazione con i concorrenti, alla gestione di tavoli tecnici e alle attività delle associazioni di categoria.

STAKEHOLDER RILEVANTI

I nostri interlocutori in questo ambito sono:

- gli OLO (Other Licensed Operator), operatori alternativi di telecomunicazioni grandi e piccoli, di rete fissa e di rete mobile;
- l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM);
- l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM);
- le associazioni, le federazioni e le associazioni di categoria:
 - in Italia: Confindustria, CD Confindustria Digitale, Asstel, Assinform, Fondazione Ugo Bordoni, Distretto dell'audiovisivo e dell'ICT, FRT (Federazione Radio e Televisioni), HD Forum (Forum per l'Alta Definizione), DGTVi (l'Associazione nazionale per il digitale terrestre), Auditel, CNID (Comitato Nazionale Italia Digitale);
 - nel mondo: ETNO (European Telecommunications Network Operators' Association), EIF (European Internet Foundation), EABC (European-American Business Council), ITU (International Telecommunication Union), EITO (European Information Technology Observatory), BIAC (Business and Industry Advisory Committee), BEREC (Body of European Regulators for Electronic Communications), GeSI (Global e-Sustainability Initiative).

LA RELAZIONE CON GLI STAKEHOLDER

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

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

Il Gruppo aderisce a oltre 100 associazioni territoriali tra cui, in particolare, CD Confindustria Digitale e Asstel. Dal 2010 Telecom Italia ha aderito ad Assinform, l'Associazione nazionale delle principali aziende di Information Technology operanti sul mercato italiano, che svolge un ruolo di



collegamento tra le principali forze economiche, politiche e istituzionali per lo sviluppo dell'Italia come sistema Paese, attraverso il ricorso all'innovazione e alle nuove tecnologie.

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

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

Telecom Italia Media partecipa a Confindustria Radio Televisioni, associazione per il cui tramite vengono rappresentate le posizioni dell'azienda in tema di frequenze televisive. L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni elabora, avvalendosi anche degli organi del Ministero delle Comunicazioni e sentite la concessionaria pubblica e le associazioni a carattere nazionale dei titolari di emittenti o reti private nel rispetto del piano nazionale di ripartizione delle frequenze, i piani di assegnazione delle frequenze. Confindustria Radio Televisioni è stata costituita a giugno 2013 da Rai, Mediaset, Telecom Italia Media, SKY, La7, le TV locali e le radio associate in FRT (FRT PMI). Per quanto riguarda le altre attività, il Gruppo TI Media è presente in:

- Tivù, società partecipata da Telecom Italia Media al 3,5%, volta a promuovere una piattaforma di servizi unica per il digitale terrestre e il satellitare (TivùSat). A fine 2014 sono state attivate oltre 2 milioni e 300 mila carte per la piattaforma satellitare gratuita;
- HD Forum, l'associazione che promuove lo sviluppo dell'alta definizione nonché iniziative di indirizzo normativo e di standardizzazione.

POSIZIONAMENTO COMPETITIVO

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

A partire dal mese di luglio, con cadenza trimestrale, è attivo il monitoraggio della reputazione di Telecom Italia sul web, attraverso una metodologia di ricerca automatica e di catalogazione semi-automatica che analizza il volume delle conversazioni attinenti a Telecom Italia nei siti web italiani più significativi e nei principali social network e consente di ottenere una classificazione in base alla fonte, alla valenza e alla categoria. L'obiettivo è tracciare la percezione in termini di immagine dei brand Telecom Italia e TIM. All'interno di questo processo viene calcolato anche un indice di rischio reputazionale, basato su un algoritmo che pondera l'importanza del sito/canale che ospita il messaggio (audience potenziale), la valenza di tale messaggio (positiva o negativa) e la rilevanza della categoria di conversazione per l'Azienda.

SERVIZI AGLI OLO

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

NWS definisce e propone annualmente le offerte di riferimento per i vari servizi wholesale regolamentati. L'iter di approvazione di ciascuna offerta di riferimento prevede approfondimenti congiunti e revisioni svolte a seguito di chiarimenti richiesti dall'AGCOM, che ne approva i contenuti e controlla l'operato di NWS a garanzia della tutela della concorrenza. L'AGCOM è anche il Garante e l'Autorità di riferimento nelle cause promosse dagli OLO/ISP e dagli utenti finali in materia regolamentare.

Oltre ai servizi regolamentati, NWS prevede un'offerta di infrastrutture e capacità trasmissiva, accesso e trasporto dati, ospitalità di apparati di TLC, outsourcing e tutti i servizi a valore aggiunto



che consentono di “virtualizzare” le reti degli operatori.

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

Per ulteriori informazioni sulle iniziative di dialogo e di coinvolgimento (Wholesale Forum, Wholesale Tour, Portale Wholesale), nonché sulle iniziative di caring e di rilevazione della soddisfazione degli OLO, si rinvia al sito www.wholesale.telecomitalia.com.

AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI (AGCOM)

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

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

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

AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO (AGCM)

Nell'ambito della tutela della concorrenza e del consumatore il Gruppo Telecom Italia interagisce con l'Antitrust sia in via preventiva sia in occasione dei procedimenti da questa avviati.

Oltre a rispondere alle richieste pervenute dall'Autorità, le funzioni aziendali organizzano periodicamente e in via preventiva degli incontri informativi con l'obiettivo di agevolare, in ottica di trasparenza, la comprensione dell'evoluzione del mercato e gli effetti sulle aree di competenza della stessa Autorità.

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

In caso di apertura di procedimenti di contestazione, il Gruppo fa valere le proprie ragioni nelle sedi opportune in alcuni casi presentando all'Autorità impegni che fanno venir meno i presunti profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria. L'Autorità, valutati tali impegni, può renderli obbligatori e chiudere il procedimento senza irrogare alcuna sanzione pecuniaria.

All'interno dell'Azienda esistono controlli preventivi sui processi, con impatti potenzialmente rilevanti ai fini Antitrust come, per esempio, la predisposizione dei piani di marketing, l'evoluzione della contrattualistica, le condizioni di offerta dei servizi di telecomunicazioni, l'evoluzione dei sistemi informativi aziendali. I controlli mirano ad assicurare che la gestione operativa dei processi tenga in considerazione tali impatti potenziali. Per sensibilizzare e diffondere un corretto approccio al tema, a seguito del programma di formazione online avviato nel 2010, nel corso del 2013 è stato proposto al management uno specifico corso formativo in aula sull'applicazione della normativa sulla concorrenza. Nel 2014 l'attività formativa è proseguita nei confronti del personale appartenente alla funzione NWS.



IMPEGNI RELATIVI ALLA RETE DI ACCESSO

Nel dicembre 2008 l'AGCOM ha approvato gli impegni volontari presentati da Telecom Italia con la Delibera 718/08/CONS, suddivisi in 14 gruppi (ai quali vanno aggiunti ulteriori 3 gruppi di tipo metodologico: variazione, scadenza, modulazione). L'impatto degli impegni sugli stakeholder interni (Azionisti) ed esterni (Clienti, Istituzioni, Concorrenti, Comunità) è riconducibile a differenti aspetti. In particolare:

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

Fondamentali per gli impegni sono lo sviluppo di una nuova cultura centrata sul concetto di Equivalence¹ e il ruolo di Open Access, struttura aziendale responsabile della fornitura dei servizi di accesso alla direzione commerciale Retail di Telecom Italia e agli operatori alternativi attraverso NWS (per ulteriori informazioni cfr. Servizi agli OLO). La rete di accesso è un'infrastruttura di primaria importanza per l'intero Paese attraverso la quale i player alternativi di mercato collegano le proprie infrastrutture e offrono servizi alla Comunità. Le attività di Open Access e NWS per la produzione e la vendita di servizi di accesso sono separate e gestite autonomamente dalle altre funzioni commerciali del Gruppo Telecom Italia. Sempre nel 2008 è stato costituito l'Organo di Vigilanza, un Comitato di garanzia che verifica la corretta esecuzione degli impegni, la parità di accesso degli altri operatori all'infrastruttura di rete fissa e il raggiungimento degli obiettivi di qualità del servizio.

¹ Il concetto di Equivalence, introdotto con la Delibera 718 del 2008 supera il concetto di parità di trattamento di cui alla Delibera 152 del 2002. In sintesi "essere equivalenti" significa:

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

A fine 2011 AGCOM, con delibera 600/11/CONS, ha riconosciuto la piena attuazione degli impegni da parte di Telecom Italia, pur proseguendo le attività di monitoraggio specialmente con riferimento ad alcuni aspetti di particolare rilevanza rispetto alle garanzie di Equivalence (nuovo sistema di provisioning, data base informativi e indicatori di parità di trattamento).

A valle della delibera AGCOM 1/12/CONS con cui Telecom Italia è stata designata operatore avente significativo potere di mercato anche sui servizi di accesso NGAN, a partire dal luglio 2012 il modello di equivalence è stato esteso anche a tali servizi.

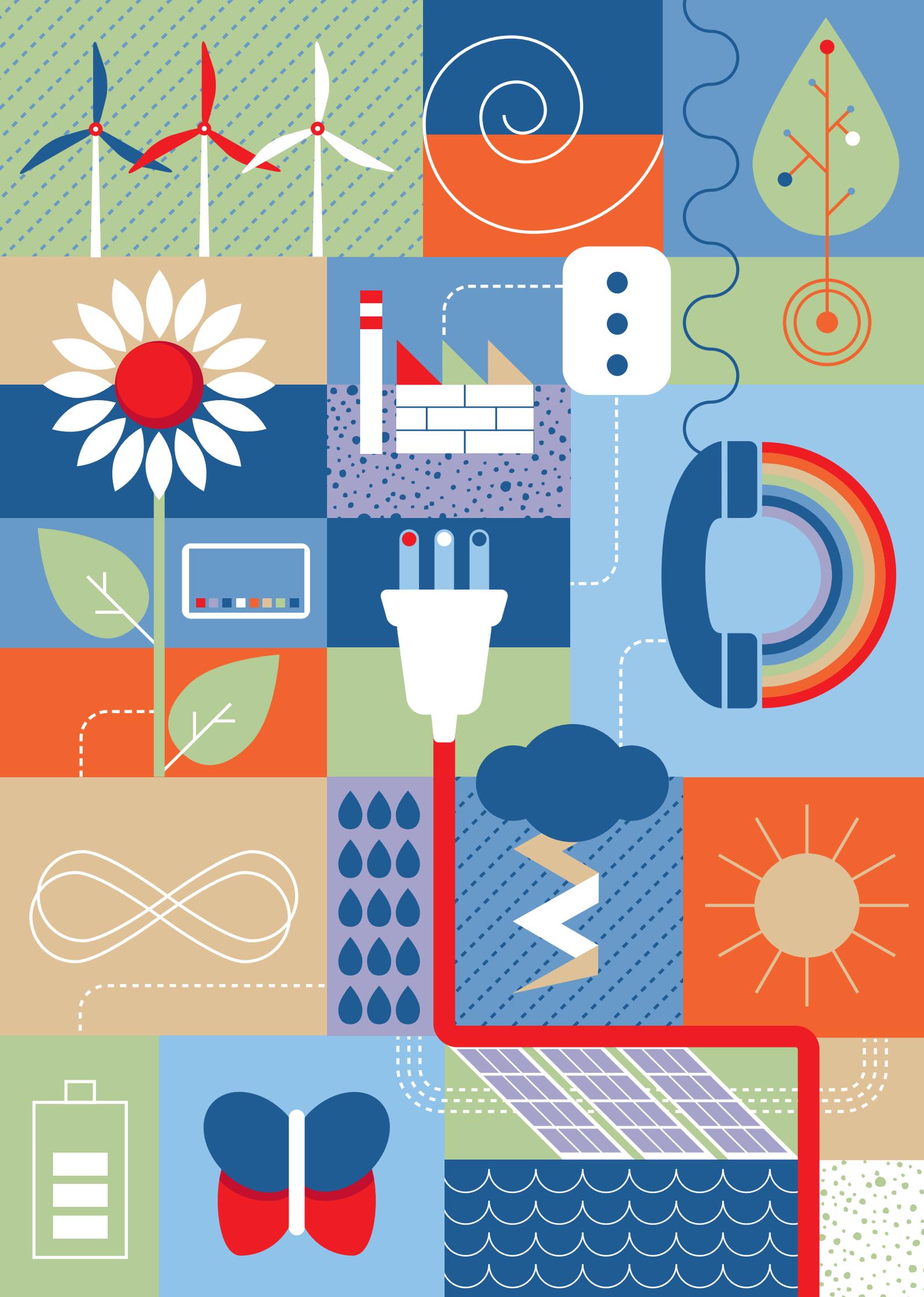
Il modello di equivalence, costantemente presidiato dall'AGCOM e dall'Organo di Vigilanza, è evoluto accogliendo le disposizioni recentemente definite dall'Autorità in merito allo sviluppo delle reti di nuova generazione con particolare riferimento alle modalità di realizzazione degli obblighi di co-locazione e accesso al cabinet (delibere 747/13/CONS e 155/14/CONS).

RELAZIONI CON LE AUTORITÀ PER LA REGOLAMENTAZIONE E LA CONCORRENZA IN BRASILE

TIM Brasil mantiene relazioni partecipative e collaborative con ANATEL e CADE, le autorità che si occupano, rispettivamente, di regolamentazione nel settore delle telecomunicazioni e di concorrenza e mercato.

Con ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicações) TIM Brasil coopera per lo sviluppo del dibattito su un quadro regolatorio delle telecomunicazioni che faciliti la crescita del settore e dell'intera economia. Il dialogo è volto principalmente all'identificazione dei temi più rilevanti e alla riduzione delle barriere tipiche del settore, in particolar modo per lo sviluppo di importanti testi regolatori su temi come la gestione dello spettro delle frequenze, la qualità del servizio, l'interconnessione e la condivisione della rete, la copertura delle aree rurali.

TIM Brasil ha una relazione trasparente e collaborative con CADE (Conselho Administrativo de Defesa Econômica), verso il quale ha l'obbligo di notificare fusioni, acquisizioni e accordi, e di fornire per tempo l'informativa richiesta. Inoltre, l'azienda promuove dibattiti e studi e coopera con le istituzioni accademiche per sostenere la ricerca sulle politiche in merito al mercato e alla competizione in Brasile.



AMBIENTE

Il contributo delle soluzioni offerte dalle Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione alla salvaguardia del pianeta per noi e per le generazioni future

STRATEGIA

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

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 energetica e ambientale attraverso la minimizzazione degli impatti negativi e la massimizzazione di quelli positivi;
- adozione di politiche di acquisto sensibili alle tematiche ambientali;
- diffusione di un corretto approccio alle tematiche ambientali.

Per gestire in modo efficace e sostenibile i propri processi operativi caratterizzati da particolari impatti ambientali Telecom Italia si è dotata di un Sistema di Gestione Ambientale (SGA) certificato in base alla norma ISO 14001. In alcune realtà il Sistema di Gestione Ambientale è integrato con quello per la Gestione della Qualità basato sulla norma ISO 9001 e anche con il sistema per la Gestione della Sicurezza basato sulla norma OHSAS 18001: per tutti è stata ottenuta la relativa certificazione. Per alcune attività è stata ottenuta anche la certificazione del sistema per la Gestione dell'Energia in base alla norma ISO 50001. Per ulteriori dettagli sul tema si rinvia al sito telecomitalia.com.

Gli indicatori principali attraverso cui viene misurata la performance ambientale del Gruppo Telecom Italia nel 2014 hanno mostrato i seguenti andamenti:

| Indicatore | Trend |
|--|------------------------------|
| Totale energia elettrica acquistata e prodotta | In crescita |
| Totale emissioni in atmosfera di CO ₂ | In significativa diminuzione |
| Totale consumo di acqua | In diminuzione |
| Eco-efficienza | In crescita |



STAKEHOLDER RILEVANTI

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

- associazioni ambientaliste nazionali e internazionali;
- istituzioni nazionali e sovranazionali;
- la Comunità in genere, con particolare riferimento alle aree territoriali in cui Telecom Italia opera;
- associazioni di settore e organizzazioni non profit attive su tematiche di rilievo ambientale. Fra queste in particolare: CSR Europe, Academy of Business in Society (ABIS), European Telecommunications Network Operators' Association (ETNO), European Telecommunications Standards Institute (ETSI), Global e-Sustainability Initiative (GeSI), Carbon Disclosure Project (CDP), European Round Table of Industrialists (ERT), International Telecommunication Union (ITU).

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

PERFORMANCE AMBIENTALE

Le informazioni sulla performance ambientale sono ricavate elaborando dati gestionali, in parte oggetto di stime. I dati riportati di seguito riguardano il consumo di energia (riscaldamento, autotrazione ed energia elettrica), l'eco-efficienza, le emissioni atmosferiche, i consumi di acqua, carta e la produzione di rifiuti. Alcuni dati relativi ai consumi della BU Media risultano in crescita rispetto al periodo precedente, pur avendo una incidenza molto bassa rispetto al Gruppo, questo a causa di variazioni nel perimetro di attività della BU.

Energia

[G4-EN3], [G4-EN6] I consumi di energia del Gruppo Telecom Italia vengono presentati seguendo le linee guida proposte dal Global Reporting Initiative con riferimento ai consumi diretti per riscaldamento, generazione di energia elettrica e autotrazione (Scope 1, secondo il Greenhouse Gas Protocol¹) e a quelli indiretti per acquisto e consumo di energia elettrica (Scope 2).

¹ Il Greenhouse Gas (GHG) Protocol, sviluppato dal World Resources Institute (WRI) e del World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), definisce gli standard di riferimento per misurare, gestire e rendicontare le emissioni di gas serra.

Riscaldamento
% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo e variazione % rispetto ai 2 anni precedenti

| | | Gruppo 2014 | Domestic | Brasile | Media |
|---|-----------|--------------------|-------------|-----------|-----------|
| Energia generata da Gasolio | MJ | 107.863.648 | 100% | 0% | 0% |
| Energia generata da Gas Naturale | MJ | 609.854.508 | 100% | 0% | 0% |
| Totale energia per riscaldamento | MJ | 717.718.156 | 100% | 0% | 0% |
| 2014 su 2013 | | (10)% | (10)% | 0% | 0% |
| 2014 su 2012 | | 11% | 12% | 0% | (100)% |

I dati della tabella evidenziano nel 2014 una significativa riduzione rispetto al 2013 ed un incremento rispetto al 2012; questo effetto era atteso ed era stato già evidenziato lo scorso anno, sottolineando che il significativo aumento riportato non rappresentava un reale incremento dei consumi ma era conseguenza del conguaglio rispetto al periodo precedente. Il sistema di rilevazione dei consumi sui grandi stabili è ora più efficiente e puntuale.

In Brasile, in considerazione delle particolari condizioni climatiche durante tutto l'anno, non si fa ricorso al riscaldamento degli ambienti. La BU Media è operativa per le attività trasmissive e, come già detto, la sua dimensione rispetto al Gruppo è estremamente ridotta.

Autotrazione ^(†)
% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo e variazione % rispetto ai 2 anni precedenti

| | | Gruppo 2014 | Domestic | Brasile | Media |
|---|-----------|--------------------|------------|-----------|-----------|
| Energia da benzina senza piombo | MJ | 57.556.026 | 17% | 83% | 0% |
| Energia da gasolio | MJ | 640.450.882 | 99% | 0% | 1% |
| Energia da GPL | MJ | 4.846.838 | 100% | 0% | 0% |
| Energia da gas naturale | MJ | 375.843 | 100% | 0% | 0% |
| Totale energia per autotrazione ^(‡) | MJ | 703.229.589 | 92% | 7% | 1% |
| 2014 su 2013 | | (3)% | (3)% | (4)% | 2% |
| 2014 su 2012 | | (6)% | (6)% | 4% | (20)% |
| Numero totale veicoli | n. | 20.049 | 95% | 5% | 0% |
| 2014 su 2013 | | 0% | 0% | (3)% | (7)% |
| 2014 su 2012 | | (1)% | (1)% | 14% | (48)% |
| Percorrenza totale veicoli | Km | 301.777.289 | 94% | 5% | 1% |
| 2014 su 2013 | | (3)% | (3)% | (6)% | 1% |
| 2014 su 2012 | | (6)% | (6)% | 3% | (31)% |

(†) 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.

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



Continua il trend di contenimento dei consumi energetici per autotrazione corrispondentemente alla riduzione delle percorrenze chilometriche.

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

Energia elettrica acquistata e prodotta

% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo e variazione % rispetto ai 2 anni precedenti

| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media |
|--|-----|----------------------|------------|------------|-----------|
| Energia elettrica da fonti miste | kWh | 604.934.214 | 16% | 80% | 4% |
| 2014 su 2013 | | (74)% | (95)% | 20% | 39% |
| 2014 su 2012 | | (74)% | (95)% | 33% | 5% |
| Energia elettrica da fonti rinnovabili | kWh | 1.911.262.764 | 100% | 0% | 0% |
| 2014 su 2013 | | 4.785% | 4.785% | 0% | 0% |
| 2014 su 2012 | | 3.842% | 3.842% | 0% | 0% |
| Totale energia elettrica | kWh | 2.516.196.978 | 80% | 19% | 1% |
| 2014 su 2013 | | 5% | 1% | 20% | 39% |
| 2014 su 2012 | | 5% | 0% | 33% | 5% |

I consumi energetici a livello di Gruppo risultano in crescita per effetto dell'aumentato volume di traffico gestito e dei servizi offerti alla clientela. In particolare il ritmo di crescita è significativo in Brasile per effetto dell'espansione della rete e del mercato.

Nel 2014 Telecom Italia ha concluso un accordo, che copre anche il 2015, per l'acquisto di garanzie d'origine che certificano l'energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili, e questo spiega in questa tabella le elevate variazioni percentuali relative ai quantitativi di energia elettrica consumati, per tipologia, rispetto agli anni precedenti.

Il Gruppo, in linea con la politica energetica adottata, ha proseguito nella continua ricerca della performance energetica mediante:

- da un lato il recupero energetico senza azioni strutturali, ma attraverso azioni organiche – per es. allineamento delle temperature e ridefinizione delle policy di Gruppo, miglioramento dell'efficienza degli impianti esistenti di cogenerazione, stazioni di energia, ricalibratura dei set-point in siti con più impianti, gruppi frigo con cogenerazione, free cooling, disalimentazione degli apparati obsoleti; dall'altro grazie a interventi di upgrade tecnologico e generazione distribuita, con investimenti rivolti alla ricerca di un "minor consumo ad un minor costo", come nuove tecnologie di free cooling con priorità su condizionamento, illuminazione su uffici e siti industriali,

- impianti di trigenerazione (anche micro), geotermia e altre fonti rinnovabili;
- interventi sulla consapevolezza d'impatto dei propri comportamenti per enfatizzare i "fattori abilitanti" in materia di risparmio energetico e impronta di carbonio, definendo ruoli dedicati per guidare l'implementazione delle iniziative divulgando i risultati raggiunti a tutti i livelli e sostenendo in Azienda la cultura dell'efficienza energetica e del rispetto dell'ambiente.

In dettaglio, in Italia nel corso del 2014, sono proseguite le iniziative di risparmio energetico avviate in precedenza e sono state messe in campo nuove iniziative:

- i progetti di ammodernamento tecnologico ed efficientamento degli impianti asserviti alle centrali e alle Stazioni Radio Base (SRB), hanno riguardato nel corso dell'anno 552 stazioni di energia, 676 impianti di condizionamento e 1.169 batterie;
- sono proseguite le attività di valutazione e ottimizzazione dell'efficienza della rete mobile con obiettivi pluriennali complessivamente valutati nei 5 anni pari al risparmio energetico del 10% nelle parti infrastrutturali e del 20% negli apparati trasmissivi. Al raggiungimento di tali target verrà garantito il beneficio di sconto del 3% sull'importo per l'ottenimento delle licenze LTE in Italia;
- ammodernamento dei nodi della rete di accesso mobile in ottica "green" ovvero con particolare attenzione per i saving di energia e relativa certificazione energetica delle soluzioni adottate e in ottica "future proof" in grado cioè di anticipare gli sviluppi futuri e i vantaggi della tecnologia attraverso l'adozione di tecnologie multistandard integrate 2G/3G/4G;
- sono state adottate nuove soluzioni che hanno permesso di ottenere una maggiore efficienza energetica delle stazioni radio base GSM; queste soluzioni che hanno previsto unicamente interventi sul software sono state realizzate in collaborazione con i fornitori (Ericsson, Nokia e Huawei);
- nell'ambito dei progetti di efficienza di Information Technology sono proseguite le iniziative di sostituzione e ammodernamento delle piattaforme tecnologicamente obsolete con conseguente migrazione dei servizi di rete dati verso piattaforme innovative e più performanti; la progressiva liberazione di spazi conseguente allo spostamento della clientela tradizionale voce su piattaforma VoIP e il graduale ampliamento della rete UltraBroadband fissa rendono possibile il processo di compattamento nelle centrali di commutazione della rete PSTN² per gli apparati di rete fissa e la concentrazione di 2 o più SGU³ (Progetto SuperSGU) con significativi saving nei consumi di energia elettrica;
- è proseguita l'attività di efficientamento a seguito degli audit energetici effettuati sui 6 uffici e i Centri Elaborazione Dati (CED) di Bari e Rozzano;
- interventi di efficienza estesi ai consumi di gas per riscaldamento negli immobili tramite utilizzo di un software per la regolazione dinamica ed automatica delle caldaie. L'intervento ha riguardato i primi 10 immobili ordinati per consumo;
- nell'ambito del progetto lighting è stata avviata l'installazione delle plafoniere negli spazi riservati agli uffici. Gli impianti illuminanti saranno dotati di rilevatori di presenza e di regolazione

2 PSTN = Public Switched Telephone Network, o Rete Telefonica Generale.

3 SGU = Stadio di Gruppo Urbano; è un tipo di centrale che assicura la commutazione del traffico telefonico urbano.



della quantità di luce necessaria in funzione dell'illuminazione esterna. Nel corso del 2014 sono state installate circa 15.000 plafoniere;

- nell'ambito degli interventi per incrementare l'autoproduzione di energia, sono stati realizzati 7 nuovi impianti di cogenerazione che saranno collaudati nel primo semestre del 2015.

Si prevede inoltre di avviare nel 2015 ulteriori interventi di risparmio energetico:

- sempre nell'ambito delle soluzioni informatiche che non richiedono sostituzioni di hardware, si proseguirà con test in campo e successiva adozione di soluzioni di efficienza energetica su tutte le stazioni 2G idonee, e sono previste soluzioni analoghe anche per le reti di accesso 3G e LTE;
- il progetto "SuperSGU" accennato precedentemente comporta, oltre alla diminuzione del rischio di interruzione del servizio e dell'obsolescenza degli apparati nonché il contenimento dei costi operativi, l'ottenimento di Titoli di Efficienza Energetica previsto già nel biennio 2015-2016;
- a valle degli audit energetici già realizzati si prevede di intervenire anche sui CED di Bologna, Padova e Pomezia;
- installazione di plafoniere più efficienti proseguirà al ritmo di circa 1.000 sostituzioni a settimana;
- le ottimizzazioni realizzate sui consumi di gas per riscaldamento ad uso civile verranno estese ad altri immobili su scala nazionale.

Nel corso del 2014 sono stati riconosciuti a Telecom Italia Titoli di Efficienza Energetica (TEE) per 27 progetti relativi ad anni pregressi, corrispondenti a circa 47.000 TEP (Tonnellate Equivalenti di Petrolio) annui risparmiate e ad un valore economico stimato, su 5 anni, pari a 49 milioni di euro. I Titoli, detti anche certificati bianchi, certificano il conseguimento di risparmi energetici negli usi finali di energia attraverso interventi e progetti di incremento dell'efficienza energetica. Istituiti con decreto ministeriale del 20 luglio 2004, tali certificati sono emessi dal GSE⁴ per premiare i soggetti che realizzano progetti innovativi che portano ad un significativo risparmio di energia elettrica o carburante. Un Certificato Bianco corrisponde a 1 TEP risparmiata, ed ha un valore economico negoziabile. Infatti le aziende distributrici di energia elettrica e gas – i c.d. "soggetti obbligati", in quanto tenuti a raggiungere annualmente determinati obiettivi quantitativi di risparmio di energia primaria – possono assolvere il proprio obbligo realizzando progetti di efficienza energetica che diano diritto ai certificati bianchi oppure acquistato i TEE da altri soggetti sul mercato dei titoli di efficienza energetica organizzato dal GME⁵.

Nel corso del 2014 la certificazione ISO 50001, ottenuta nel 2013 con un audit per la sede di Roma Parco de' Medici, è stata estesa alla sede di Bologna Corticella che accoglie uffici e un'importante centrale telefonica. La ISO 50001 è una norma di carattere volontario applicabile a tutte le tipologie di organizzazioni, pubbliche e private, che definisce i requisiti che deve avere un modello di organizzazione e gestione orientato al miglioramento dell'efficienza energetica, pro-

⁴ Gestore dei Servizi Energetici, GSE S.p.A. – www.gse.it.

⁵ Gestore del Mercato Elettrico, GME S.p.A. – www.mercatoelettrico.org

muove le migliori pratiche di gestione dell'energia e supporta i progetti e le iniziative di riduzione delle emissioni di gas a effetto serra.

Sempre in tema di certificazioni:

- il sito di Bologna Corticella, oltre alla certificazione ISO 50001, ha ottenuto anche la certificazione ISO 14064. L'obiettivo principale della norma ISO 14064 è fornire alle organizzazioni strumenti e procedure basati su un approccio scientifico e sistematico per quantificare, monitorare, rendicontare e convalidare o verificare inventari di emissioni di gas a effetto serra (GHG) o progetti relativi alla riduzione delle stesse emissioni;
- è terminata la sperimentazione sul data center di Rozzano 2, per definirne il livello di certificazione energetica, denominato Power Usage Effectiveness (PUE)⁶. Il valore dell'indice PUE di Rozzano 2 è risultato pari a 1,66 a febbraio 2014: si tratta di un valore molto buono, che ci colloca al top tra i player di settore in Europa. Sono state avviate nell'ultima parte dell'anno le attività per misurare l'indice PUE anche dei data center di Cesano Maderno, Torino, Pomezia e Rozzano 1 e 3.

INDICATORE DI ECO-EFFICIENZA

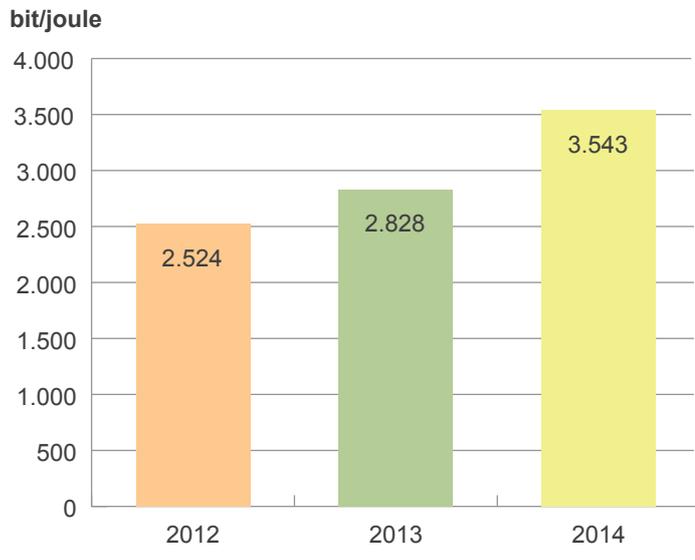
[G4-EN5] Il Gruppo Telecom Italia misura la propria efficienza energetica mediante un indicatore che mette in relazione il servizio offerto alla clientela in termini di bit trasmessi con l'impatto sull'ambiente rappresentato dai joule di energia consumati. Vengono presi in considerazione i valori di traffico dati e voce da rete fissa/mobile e i consumi energetici industriali (per uso trasmissivo e di condizionamento delle centrali), civili (energia elettrica per uso ufficio, condizionamento e riscaldamento sedi) e i consumi per autotrazione. I grafici che seguono mostrano l'andamento dell'indicatore di eco-efficienza negli ultimi tre anni per le BU Domestic e Brasile.

⁶ L'indice PUE, è un parametro usato a livello internazionale per misurare i consumi e i fabbisogni energetici dei data center. È stato promosso dal consorzio industriale statunitense The Green Grid, e rapporta il consumo dei componenti IT rispetto ai consumi totali direttamente riconducibili al funzionamento delle sale server. Più questo indicatore si avvicina a 1 più l'utilizzo dell'energia nel DC è efficiente ai fini dell'erogazione dei servizi ICT.



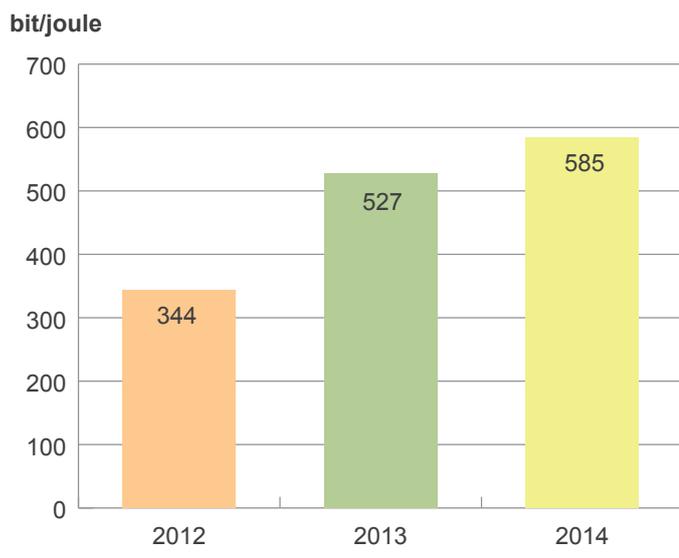
Eco-efficienza

Indicatore di Eco-efficienza - BU Domestic



Nel 2014 il valore dell'indicatore calcolato per la BU Domestic è risultato ancora una volta al di sopra delle attese e l'impegno prosegue con la definizione per il 2015 di un obiettivo di 4.700 bit/joule, con un incremento di +32% rispetto al dato 2014 (cfr. *Obiettivi 2015* in *Appendice*).

Indicatore di Eco-efficienza - Brasile



Anche l'indicatore di Eco-efficienza calcolato per il Brasile mostra un continuo miglioramento nel tempo: nel 2014 è cresciuto dell'11% rispetto al 2013 e del 70% rispetto al 2012.

I valori degli indicatori calcolati rispettivamente per l'Italia e per il Brasile non sono confrontabili direttamente in quanto le due realtà sono molto diverse dal punto di vista operativo e ambientale: per esempio in Brasile il traffico è prevalentemente da rete mobile, e come già menzionato non vengono utilizzati combustibili per riscaldamento date le particolari condizioni climatiche.

EMISSIONI ATMOSFERICHE

[G4-EN15], [G4-EN16], [G4-EN19] 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.

Anche per le emissioni in atmosfera vengono seguite le linee guida del Global Reporting Initiative - GRI Version 4 - che rimandano alle definizioni del GHG Protocol - distinguendo tra emissioni dirette (Scope 1: utilizzo di combustibili fossili per autotrazione, riscaldamento, generazione di energia elettrica), emissioni indirette (Scope 2: acquisto di energia elettrica a uso industriale e civile) e altre emissioni indirette (Scope 3). Le emissioni in atmosfera riportate nel presente Bilancio, salvo diversa indicazione, sono state calcolate in base ai coefficienti aggiornati resi disponibili dal GHG Protocol⁷.

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

⁷ Per il calcolo delle emissioni legate al consumo di energia elettrica prodotta da fonti miste acquistata sul mercato italiano nel 2012, 2013 e 2014 è stato utilizzato il coefficiente pubblicato dal GHG Protocol (2009) - che prende in considerazione il mix energetico nazionale - pari a 386 grammi di CO₂/kWh. Per il Brasile sono stati utilizzati i coefficienti medi per il 2012, 2013 e 2014 calcolati e pubblicati dal locale Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, pari rispettivamente a circa 65,3, 96 e 135,5 grammi di CO₂/kWh. Questa tendenza dimostra un sempre maggiore ricorso da parte del Brasile all'utilizzo di combustibili fossili per la produzione di energia elettrica.



Emissioni atmosferiche

% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo e variazione % rispetto ai 2 anni precedenti

| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media |
|---|-----------|--------------------|------------|------------|------------|
| Emissioni di CO ₂ per autotrazione | kg | 52.408.809 | 92% | 7% | 1% |
| Emissioni di CO ₂ per riscaldamento | kg | 41.174.283 | 100% | 0% | 0% |
| Emissioni di CO ₂ equivalenti per dispersioni HCFC/HFC(*) | kg | 7.357.860 | 100% | 0% | 0% |
| Emissioni di CO ₂ da generazione elettrica da cogenerazione | kg | 36.858.508 | 100% | 0% | 0% |
| Emissioni di CO ₂ da generazione elettrica mediante gasolio | kg | 2.851.373 | 81% | 16% | 3% |
| Totale emissioni dirette di CO₂ – ex Scope 1 GRI | kg | 140.650.833 | 97% | 3% | 0% |
| 2014 su 2013 | | (11)% | (11)% | (4)% | 2% |
| 2014 su 2012 | | (3)% | (3)% | 3% | (24)% |
| Emissioni di CO ₂ da acquisto di energia elettrica prodotta da fonti miste | kg | 79.005.678 | 4% | 83% | 13% |
| Totale emissioni indirette di CO₂ – ex Scope 2 GRI | kg | 79.005.678 | 4% | 83% | 13% |
| 2014 su 2013 | | (90)% | (100)% | 69% | 39% |
| 2014 su 2012 | | (90)% | (100)% | 176% | 5% |
| Emissioni di CO ₂ da spostamenti casa-lavoro(†) | kg | 65.983.516 | 94% | 6% | 0% |
| Emissioni di CO ₂ da spostamenti aerei(‡) | kg | 11.370.398 | 55% | 45% | 0% |
| Totale altre emissioni indirette di CO₂ – ex Scope 3 GRI | kg | 77.353.914 | 88% | 12% | 0% |
| 2014 su 2013 | | (4)% | (6)% | 14% | 5% |
| 2014 su 2012 | | (4)% | (5)% | 8% | 1% |
| Totale emissioni di CO₂ | kg | 297.010.425 | 70% | 26% | 4% |
| 2014 su 2013 | | (70)% | (78)% | 54% | 36% |
| 2014 su 2012 | | (70)% | (78)% | 118% | 3% |

(*) 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.

(†) Nella determinazione dell'impatto degli spostamenti casa-lavoro si prendono a riferimento dati statistici elaborati sul personale aziendale. Il perimetro preso in considerazione è stato esteso nel 2014 a tutta la BU Domestic mentre negli anni precedenti erano state considerate solo le società principali. Le emissioni sono state ricalcolate per l'analogo perimetro anche per gli anni 2013 e 2012 al fine di permettere un confronto puntuale.

(‡) Il calcolo delle emissioni per gli spostamenti aerei è stato effettuato a cura del centro studi e ricerche della American Express (l'Agenzia di Viaggi a cui si appoggia Telecom Italia) supportato dal DEFRA (Department of Environment, Food and Rural Affairs) sulla base del numero di tratte effettivamente operate, suddivise in funzione della tipologia di durata del singolo viaggio (breve o lunga).

La tabella delle emissioni di anidride carbonica, ed in particolare di quelle ex Scope 2 GRI, è fortemente e positivamente influenzata rispetto agli anni precedenti dall'accordo concluso per l'acquisto, per gli anni 2014 e 2015, di garanzie d'origine che certificano l'energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili. L'accordo ha riguardato, nel 2014, quasi il 100% dell'energia elettrica consumata dalla BU Domestic.

ACQUA

[G4-EN8]

Consumo di acqua

% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo e variazione % rispetto ai 2 anni precedenti

| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media |
|---|----------------------|------------------|------------|-----------|-----------|
| Consumo di acqua prelevata da pozzi artesiani | m ³ | 139.087 | 100% | 0% | 0% |
| Consumo di acqua prelevata da enti erogatori | m ³ | 4.628.029 | 95% | 5% | 0% |
| Consumo di acqua prelevata da altre fonti | m ³ | 22.475 | 0% | 100% | 0% |
| Totale consumo di acqua⁽¹⁾ | m³ | 4.789.591 | 95% | 5% | 0% |
| 2014 su 2013 | | (2)% | (3)% | 9% | (27)% |
| 2014 su 2012 | | (16)% | (17)% | 17% | (98)% |

I consumi di acqua mostrano un trend di contrazione rispetto ai periodi precedenti che, in particolare rispetto ai consumi del 2012, ha una valenza significativa e riflette gli sforzi di riduzione degli sprechi e rapidità degli interventi manutentivi. L'acqua continua ad avere una grande valenza fra gli indicatori di performance ambientale e corretto approccio all'utilizzo delle risorse naturali.

CARTA

Carta per uso ufficio

% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo e variazione % rispetto ai 2 anni precedenti

| | | Group | Domestic | Brazil | Media |
|----------------------------------|-----------|----------------|------------|------------|-----------|
| Carta non riciclata acquistata | Kg | 1.569 | 100% | 0% | 0% |
| Carta riciclata acquistata | Kg | 0 | 0% | 0% | 0% |
| Carta certificata FSC acquistata | Kg | 350.700 | 87% | 13% | 0% |
| Totale carta acquistata | Kg | 352.269 | 87% | 13% | 0% |
| 2014 su 2013 | | (3)% | (1)% | (16)% | 103% |
| 2014 su 2012 | | (24)% | (21)% | (30)% | (89)% |

Gli acquisti di carta continuano a essere orientati, sia per gli usi d'ufficio sia per l'uso commerciale (bollette telefoniche), verso le tipologie che rispondono ai più elevati standard ambientali basati sulla gestione responsabile delle foreste secondo i requisiti del Forest Stewardship Council (FSC, cfr. fsc.org). La riduzione dei consumi di carta per uso di ufficio esposta in tabella segue un trend storico frutto dell'opera di sensibilizzazione sull'utilizzo responsabile della carta in ambito lavorativo e di razionalizzazione dei consumi ottenuta attraverso il progetto "printing on demand" che prevede



l'impiego di stampanti condivise ad alte prestazioni e modalità di stampa che permettono di ridurre i consumi energetici e risparmiare materiale. Sono continuate le attività volte alla riduzione complessiva dei consumi di carta per uso commerciale, tra cui la promozione presso i clienti del ricorso a fatture ed estratti conto in formato elettronico.

RIFIUTI

[G4-EN23] I dati indicati nella tabella si riferiscono alle quantità di rifiuti conferiti⁸ e contabilizzati per legge⁹.

Rifiuti conferiti

% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo e variazione % rispetto ai 2 anni precedenti

| | | Gruppo | Domestic | Brasile | Media |
|---|-----------|-------------------|------------|-----------|-----------|
| Rifiuti pericolosi | kg | 4.033.285 | 100% | 0% | 0% |
| Rifiuti non pericolosi | kg | 9.017.050 | 95% | 5% | 0% |
| Totale rifiuti conferiti^(*) | kg | 13.050.335 | 97% | 3% | 0% |
| 2014 su 2013 | | (21)% | (20)% | (41)% | (3)% |
| 2014 su 2012 | | (32)% | (32)% | (36)% | (87)% |
| Rifiuti avviati a riciclo o recupero | kg | 12.617.183 | 99% | 1% | 0% |
| % Rifiuti avviati a riciclo o recupero | | 97% | 99% | 39% | 0% |

(*) I dati non includono i pali telefonici di competenza della BU Domestic in quanto non conferiti come rifiuti ordinari ma gestiti in base all'accordo di programma concluso nel 2003 con il Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio, il Ministero delle Attività Produttive e le imprese di produzione e di recupero, previo parere favorevole della conferenza Stato-Regioni-Province autonome. Nel 2014 sono stati dismessi da Telecom Italia 120.156 pali, per un peso equivalente di 9.612.420 kg.

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

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 con la conseguente iscrizione in qualità di "distributore" all'Albo nazionale gestori ambientali.

Telecom Italia ha stipulato contratti mirati con società specializzate nella gestione di prodotti usati, guasti e giunti a fine vita, con l'obiettivo di permettere il recupero della componentistica e delle ma-

⁸ Per "rifiuti conferiti" si intendono i rifiuti consegnati al trasportatore per l'avvio a riciclo e recupero o smaltimento.

⁹ 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.

terie prime. Nel 2014 ciò ha permesso di evitare che 1.200.000 prodotti venissero inviati in discarica ottenendo al contempo tangibili benefici economici derivanti appunto dalla loro valorizzazione. Le varie attività di gestione hanno consentito di rigenerare prodotti di logistica e materiali di rete (121.653 pezzi), rigenerare prodotti di logistica commerciale (156.527 pezzi), inviare al recupero della componentistica e delle materie prime (824.213 pezzi) e rivendere prodotti usati (95.104 pezzi). Tale attività ha una duplice valenza: contribuire alla riduzione dei RAEE prodotti e al contempo generare un beneficio economico derivante dalla differenza tra il costo che dovrebbe essere sostenuto per l'acquisto di apparati nuovi e il costo di rigenerazione.

EMISSIONI ELETTROMAGNETICHE

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

- nella gestione attenta degli impianti durante tutto il ciclo di vita e nel rispetto della normativa vigente e degli standard interni di efficienza e di sicurezza;
- nell'uso e nella ricerca costante di strumenti tecnologici all'avanguardia per l'attività di controllo e di verifica.

Il monitoraggio sistematico dei livelli di emissioni elettromagnetiche degli impianti è finalizzato a garantire il rispetto dei limiti di legge e il mantenimento di elevati standard di sicurezza per la popolazione e per i lavoratori. In base ai controlli effettuati sul territorio italiano le emissioni elettromagnetiche generate rientrano ampiamente nei limiti di legge.

Nell'ambito dell'attività di certificazione dei terminali per telefonia mobile venduti sul mercato con il brand TIM, TILab svolge su tutti i prodotti tecnologicamente innovativi i test per la verifica del SAR (Specific Absorption Rate) dichiarato dai fornitori. Tale parametro stima la quantità di energia elettromagnetica per unità di massa corporea assorbita dal corpo umano in caso di esposizione al campo elettromagnetico generato da telefoni e altri dispositivi mobili. Telecom Italia certifica e mette in vendita attraverso la propria rete commerciale solo terminali mobili che presentano un valore di SAR inferiore al valore limite fissato dalla normativa europea. Nel determinare tale conformità Telecom Italia segue le indicazioni definite nelle linee guida ICNIRP (International Commission on Non-Ionizing Radiation Protection) e successive dichiarazioni di conformità¹⁰. Tale qualificazione, effettuata nella fase di pre-commercializzazione quando spesso Telecom Italia non dispone del valore di SAR dichiarato dal fornitore, conferisce al test un valore ulteriore rispetto a un semplice controllo di qualità.

Sono inoltre in corso attività congiunte con alcune ARPA per la valutazione dei campi elettromagnetici irradiati dalle SRB, tenendo conto dell'effettiva potenza trasmessa in funzione del traffico e dei meccanismi di power control, in conformità con le variazioni del DPCM 8/7/2003 contenute nel Decreto legge sulla crescita 179/2012. Analoga attenzione è posta alle emissioni dei terminali mobili attivi sulle bande di frequenza operate da Telecom Italia.

¹⁰ 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.



CONFORMITÀ CON LA LEGISLAZIONE AMBIENTALE VIGENTE

Le Società del Gruppo quali componenti attive e responsabili delle comunità in cui operano sono impegnate a rispettare e far rispettare al proprio interno le leggi vigenti negli Stati in cui svolgono la propria attività, e adottano strumenti organizzativi atti a prevenire la violazione di disposizioni di legge¹¹. L'efficacia di tali strumenti è dimostrata dal fatto che nel corso del 2014 non sono state inflitte alle aziende del Gruppo sanzioni pecuniarie significative¹² per violazioni alla legislazione ambientale riscontrate nelle aree in cui le stesse svolgono le proprie attività. Tale considerazione ha valenza per la BU Domestic, come per la BU Media e la BU Brasile ed è stata riscontrata in questi termini anche per i due anni precedenti,

Parimenti non sono da segnalare nell'anno 2014 e nei due anni precedenti sanzioni amministrative non pecuniarie e casi di risoluzione di controversie ambientali attraverso meccanismi di conciliazione.

In Brasile non è prevista la forma di risoluzione conciliativa delle eventuali controversie ambientali.

CAMBIAMENTO CLIMATICO

La Green Economy viene riconosciuta come elemento trainante verso lo sviluppo sostenibile e lo sradicamento della povertà. Il settore dell'Information and Communication Technology (ICT) può fornire un contributo importante allo sviluppo dell'economia, al miglioramento dell'efficienza energetica e alla lotta contro i cambiamenti climatici, come dimostrato da vari studi e analisi del settore ICT, recentemente riaffermato dal Rapporto SMARTer 2020¹³, pubblicato nel mese di dicembre del 2012 dalla Global e-Sustainability Initiative.

L'approccio seguito dal Gruppo per contrastare il cambiamento climatico si fonda su tre livelli sinergici di azione:

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

¹¹ Principi enunciati nel Codice Etico e di Condotta di Gruppo.

¹² Si considerano sanzioni pecuniarie significative per il Gruppo quelle per un importo superiore a € 500.000 euro; il Brasile utilizza per la propria rendicontazione un importo di 100.000 reais.

¹³ Il rapporto "GeSI SMARTer 2020: The Role of ICT in Driving a Sustainable Future" rappresenta l'aggiornamento del rapporto SMART2020 pubblicato nel 2008.

LA RIDUZIONE DELLE EMISSIONI

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

Per quanto riguarda le iniziative di riduzione messe in atto si rinvia ai paragrafi Performance ambientale/Energia e Performance ambientale/Emissioni.

I RISCHI LEGATI AI CAMBIAMENTI CLIMATICI

I rischi legati ai cambiamenti climatici per il settore delle telecomunicazioni hanno implicazioni di tipo fisico, economico e regolamentare con ricadute importanti perfino sull'immagine e la reputazione delle società. I cambiamenti climatici provocano alterazioni dei modelli meteorologici che possono condurre anche a situazioni estreme.

In Italia, in particolare, negli ultimi anni si sono verificati fenomeni esondativi di notevole portata che hanno avuto un impatto devastante su vaste aree di territorio, sulle città e sulle infrastrutture. Le installazioni, le infrastrutture di rete e i Data Centre di Telecom Italia sono distribuiti su tutto il territorio nazionale, e l'azienda considera quello di esondazione uno dei rischi fisici più seri e con la maggiore probabilità di verificarsi. Gli effetti valutati consistono in danni che vanno dalla riduzione d'uso fino alla perdita delle proprietà e, nel caso estremo, all'azzeramento della capacità di fornire il servizio alla clientela.

Per evitare o limitare i danni potenziali le nuove centrali e gli edifici di Telecom Italia sono costruiti a distanza di sicurezza da fiumi e bacini d'acqua in genere, e per garantire la continuità del servizio la rete è progettata considerando adeguati livelli di resilienza e ridondanza.

In Italia la situazione dell'infrastruttura di rete, con particolare attenzione alle zone caratterizzate da un elevato livello di rischio idro-geologico, viene monitorata attraverso il sistema aziendale Ci.Pro. (Civil Protection) che utilizza una base dati di informazioni relative al territorio e alle infrastrutture che viene continuamente aggiornata ricercando la rapida pianificazione degli interventi che si rendono necessari.

In ultimo, i rischi fisici a cui gli asset aziendali sono comunque soggetti, vengono gestiti tramite una copertura assicurativa che tenga conto del valore delle strutture e degli apparati come pure degli eventuali effetti che tali fenomeni catastrofici causerebbero sul servizio.

Le condizioni climatiche mutevoli danno origine sempre più spesso a condizioni meteorologiche estreme e TIM Brasil ha sviluppato tecnologie e applicazioni per il monitoraggio efficace e continuo, soprattutto nelle aree a maggior rischio. La Società ha inoltre fatto forti investimenti in infrastrutture e tecnologie avanzate, non solo per garantire la continuità e la qualità del servizio offerto ai propri clienti, ma anche per aumentare l'efficienza e ridurre i consumi associati alle proprie operazioni.

Al momento in Brasile la maggior parte dell'energia elettrica - pari al 76,9% nel 2014 secondo



i dati del Balanço Energético Nacional, BEN - viene generata da centrali idroelettriche. Periodi prolungati di siccità possono portare ad una diminuzione anche drastica della disponibilità di energia elettrica, oltre che all'aumento del costo della stessa e al ricorso sempre maggiore ai combustibili fossili. La generazione idroelettrica è diminuita del 5% rispetto all'anno precedente e tale diminuita disponibilità di acqua nei bacini idrici potrebbe portare al razionamento dell'energia e a fluttuazioni significative del costo per kWh.

In Brasile, dal punto di vista legislativo, la politica nazionale sui cambiamenti climatici, che è stata definita nel 2009 ed è regolata dai decreti No. 7.390/2010 e 7.643/2011 e integrata dai piani settoriali di mitigazione e adattamento ai cambiamenti climatici, prevede per il 2020 una riduzione delle emissioni di gas serra compresa tra 36,1% e 38,9%. Il settore delle telecomunicazioni non è per il momento direttamente coinvolto, ma potrebbe esserlo in un futuro non lontano. Negli stati di São Paulo e Rio de Janeiro, che sono quelli in cui sono maggiormente concentrate le attività industriali e commerciali del paese, sono state promulgate specifiche leggi statali sui cambiamenti climatici: è possibile che venga in futuro richiesto anche a TIM di sviluppare un proprio piano di riduzione delle emissioni di gas serra se il settore delle telecomunicazioni dovrà contribuire ponendosi obiettivi di riduzione quantitativi, anche se su base volontaria.

Una parte considerevole delle emissioni di TIM è legata ai consumi di energia elettrica, soprattutto da parte dell'infrastruttura di rete. Le politiche che riguardano il settore energetico tendono a far aumentare il costo dell'energia, e tali aumenti vengono a loro volta trasferiti agli utilizzatori e quindi anche a TIM (anche se il costo dell'energia elettrica rappresenta meno del 5% del totale dei costi operativi), che potrebbe veder aumentare anche il costo dei beni e dei servizi che acquista dai propri fornitori.

Condizioni climatiche estreme come tempeste di elevata intensità e frequenza possono danneggiare l'infrastruttura di rete, in particolare le torri e i tralicci di trasmissione, aumentando i costi di gestione e di assicurazione contro i rischi, e causando riduzione della copertura, indebolimento del segnale e interruzioni del servizio. Anche variazioni nel tasso di umidità e salinità dell'aria possono ridurre la vita utile delle apparecchiature. Inoltre un aumento della temperatura media potrebbe avere come conseguenza un maggiore consumo di energia elettrica per i sistemi di condizionamento e refrigerazione. Possibili inondazioni rendono difficoltosi gli spostamenti del personale e l'operatività diminuendo l'efficienza del sistema.

LE OPPORTUNITÀ LEGATE AI CAMBIAMENTI CLIMATICI

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

- i servizi di audio/videoconferenza e il telelavoro riducono la necessità di spostamenti fisici delle persone;
- la fatturazione e i pagamenti on line, oltre a permettere il risparmio di carta e quindi dell'energia

- relativa alla produzione e al trasporto, eliminano gli spostamenti per effettuare i pagamenti;
- i servizi di telemedicina riducono la necessità di incontri medico-paziente;
- i sistemi di infomobilità, utilizzando informazioni ottenute da terminali mobili, permettono di ottimizzare i flussi di traffico riducendo i tempi di percorrenza e le emissioni di gas serra;
- i sistemi di monitoraggio e analisi dei consumi consentono di ottimizzare l'efficienza energetica di uffici e abitazioni.

Il miglioramento dell'efficienza, i risparmi ottenibili in termini economici e la riduzione degli impatti sull'ambiente associati all'utilizzo di tali servizi rappresentano un'interessante opportunità di business per l'Azienda, vista anche la sensibilità dei suoi stakeholder e dei cittadini in generale verso la necessità di abbattere in modo significativo le emissioni di gas serra per garantire un futuro sostenibile al pianeta e alla società. Un esempio è riportato nel box relativo al Programma Territorio Digitale.

Anche in Brasile, il cambiamento climatico può influenzare il comportamento degli investitori che tendono sempre di più a dare priorità alle aziende che sono trasparenti in relazione alla gestione delle proprie emissioni e dimostrano di saper valutare e anticipare i rischi potenziali e cogliere le opportunità. A testimonianza del proprio impegno TIM Participações S.A. nel 2015 è stata confermata nel BM&FBovespa's Corporate Sustainability Index (ISE) per il settimo anno consecutivo, e nel gennaio 2014 nel Carbon Efficient Index, ICO2, per il quinto anno.

TIM Brasil ritiene che in un futuro non lontano la legislazione brasiliana renderà obbligatoria la comunicazione delle proprie emissioni di gas serra per diversi settori industriali. In tal senso vengono quantificate e comunicate in modo trasparente le proprie emissioni fin dal 2008, oltre a rispondere al questionario CDP dal 2007 e partecipare al programma nazionale EPC (Empresas pelo Clima) dal 2010 e questo potrebbe costituire un vantaggio competitivo.



PROGRAMMA TERRITORIO DIGITALE (2012–2014) E SUO SVILUPPO IN DIGITAL LIFE (2015–2017)

Nell'ambito dei servizi indirizzati al settore pubblico, Telecom Italia in conformità all'ADI (l'Agenda Digitale Italiana) e alle Direttive europee, ha sviluppato la sua offerta di Smart Services (famiglia di servizi per l'efficienza energetica e i servizi digitali della città) che ha prodotto ricavi per 1.016.000 euro nel 2012 e 1.140.000 euro nel 2013.

Sempre nel 2013 Telecom Italia ha avviato una razionalizzazione dell'offerta Smart Services ai quali ha affiancato Urban Security e Nuvola It Energreen, che erogano nuovi servizi dedicati alla sicurezza, all'ambiente e alla gestione ottimale dell'energia, fornendo una risposta globale alle esigenze del territorio e delle città. L'obiettivo è promuovere il modello di "città intelligente" (Smart City) per il miglioramento della qualità della vita attraverso e lo sviluppo di servizi digitali innovativi. Il programma così definito (Territorio Digitale) nel 2014 ha prodotto ricavi pari a 2 milioni di euro.

Faranno parte del Programma Digital Life di Telecom Italia, e rappresenteranno i Service Elements per la realizzazione delle Smart Cities, le seguenti offerte¹:

Smart Town per la gestione integrata delle reti infrastrutturali del territorio (per la descrizione si rimanda al capitolo Clienti/Servizi innovativi). Il risparmio energetico è stimabile in un range di valori tra il 15% (illuminazione prodotta con lampade ad alta efficienza, p.e. a LED) ed oltre il 30% nel caso di illuminazione prodotta attraverso lampade di vecchio tipo (p.e. a vapori di sodio o incandescenza). A questi valori va aggiunta la possibilità di modulare l'illuminazione accendendo e/o riducendo l'intensità luminosa del singolo lampione.

Assumendo per l'illuminazione pubblica un consumo medio pro capite in Italia di 107 kWh² e applicando una riduzione del 20% (la sostituzione delle lampade convenzionali con quelle ad alta efficienze è in progress in molti comuni) ad un comune di 100.000 abitanti sarebbe possibile ottenere un risparmio complessivo su base annua di 2.140.000 kWh, pari a 827 t di emissioni di CO₂ evitate³.



¹ La denominazione definitiva dei servizi offerti potrebbe variare in corso d'opera.

² Fonte: dal blog del Commissario governativo italiano per la Spending Review.

³ Utilizzando il fattore di conversione 2009 per l'Italia calcolato dal GHG Protocol, pari a 0,3864 kgCO₂/kWh.

Smart Building per la gestione intelligente e l'automazione degli edifici. (per la descrizione si rimanda al capitolo Clienti/Servizi innovativi). Il risparmio energetico è stimabile in circa il 10% in relazione alla sola implementazione di funzionalità di Metering & Reporting, per arrivare anche oltre il 50 % per specifici progetti di efficientamento energetico.

Nuvola IT Urban Security per la gestione della sicurezza partecipata e controllo del territorio urbano (per la descrizione si rimanda al capitolo Clienti/Servizi innovativi).

Nuvola IT ENERGREEN, per la gestione remota dei consumi energetici, implementato su asset e servizi di Telecom Italia finalizzato al risparmio energetico. I servizi proposti sono i seguenti:

- Audit energetico on site: analisi on site per

l'efficienza energetica

- Metering & Reporting
- Efficiency strategy: reportistica avanzata e servizi di consulenza di Energy Management
- Energy Cost Management Services
- Special Project: interventi ad hoc di efficientamento energetico.

Il risparmio energetico è stimabile in circa il 10% in relazione alla sola implementazione di funzionalità di Metering & Reporting, per arrivare anche oltre il 50 % per specifici progetti di efficientamento energetico.

Il trend di ricavi (in milioni di euro) ipotizzato da Telecom Italia per questo programma nel prossimo triennio è il seguente:

- 2015: 4,5
- 2016: 6
- 2017: 8



L'ICT può 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. Può 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 in considerazione questi effetti puntando alla ricerca e sviluppo di prodotti a basso impatto ambientale lungo tutto il proprio ciclo di vita (cfr. *Clienti/Responsabilità di prodotto*).

Nel 2014 in Telecom Italia sono state gestite in maniera centralizzata 817 audio-conferenze e 5.219 videoconferenze fra le sedi di Roma e Milano. Attraverso il portale di prenotazione automatica dei servizi di audio e videoconferenza, sono state gestite autonomamente dai dipendenti 34.165 videoconferenze (+25% rispetto al 2013) e 81.727 audio-conferenze (+14% rispetto al 2013). Si stima che il ricorso a questi sistemi di comunicazione abbia permesso di evitare consistenti emissioni di anidride carbonica (e altri inquinanti) connesse all'utilizzo dei mezzi di trasporto¹⁴.

TELECOM ITALIA GREEN

Telecom Italia ha lanciato già alla fine degli anni 90 una serie di attività interne di ricerca e sviluppo per realizzare terminali a impatto ambientale ridotto. Migliorare l'efficienza ambientale dei prodotti proposti ai clienti, sia privati che business, significa avere cura degli aspetti energetici, ottimizzando i consumi rispetto alle esigenze dei servizi erogati e applicare regole di "Design For Environment" che riducano gli impatti sull'ambiente, in particolare nella fase di produzione e nella gestione del fine vita degli apparati.

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



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

¹⁴ 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 ad oltre 1.500 tonnellate di anidride carbonica.

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

Le dichiarazioni ambientali più recenti prodotte sono relative a 3 nuovi prodotti lanciati nel 2014, cioè:

- il decoder TIMvision, che permette di risparmiare oltre il 65% di energia elettrica rispetto al modello analogo della generazione precedente, dispone di un alimentatore ad alta efficienza energetica (maggiore dell'84%) e viene fornito all'interno di un package le cui parti in carta e cartone sono ottenute con materiale riciclato al 100%;
- il telefono Cordless Facile Start, che permette di risparmiare fino al 60% di energia elettrica rispetto ad un prodotto avente le stesse funzionalità della generazione precedente e dotato di una modalità ECO aggiuntiva, che consente ulteriori risparmi energetici di circa il 10%; il cartone utilizzato per l'imballo del prodotto è non plastificato e riciclato al 100%;
- il telefono fisso "Sirio." (Sirio punto) prodotto da ATLINKS, che pur essendo dotato di funzionalità avanzate consente di risparmiare oltre il 90% di energia elettrica: infatti è privo di alimentatore e funziona con tensione e corrente fornite da remoto, senza impatto sul consumo di energia elettrica del cliente; il peso complessivo dell'imballo è stato ridotto del 22% e il cartone utilizzato è non plastificato e riciclato all'80%.

A partire dal 2015 iniziative e prodotti eco-compatibili saranno caratterizzati dal nuovo logo TIM eco-friendly; la nuova immagine si colloca nel percorso di rebranding, volto a riposizionare TIM, quale unico marchio commerciale per gli ambiti fisso e mobile.





COMUNITÀ

Il ruolo di una grande Azienda
nelle comunità dei Paesi in cui opera

STRATEGIA

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

In coerenza con tali obiettivi e con le responsabilità assunte verso i diversi stakeholder, il Gruppo considera la ricerca e l'innovazione condizioni prioritarie di crescita e successo.

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

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

[G4-DMA Local Communities]

TEMI MATERIALI IN QUESTO CAPITOLO:

- *gestione dell'innovazioneⁱ*
- *copertura della rete e Disaster Recoveryⁱⁱ*
- *programmi di anticorruzione*

Policy aziendali rilevanti:

Codice Etico e di Condotta del Gruppo Telecom Italia, Policy anticorruzione, Procedura segnalazioni per il controllo interno, Procedura segnalazioni al Collegio Sindacale, Linee guida del Gruppo Telecom Italia per i contributi volontari alla comunità, Guidelines concerning the relations between Telecom Italia and Local Administrations and other Local Entities, Guidelines concerning stakeholder engagement in Telecom Italia, disponibili sul sito www.telecomitalia.com.

Efficacia e monitoraggio:

per tenere sotto controllo l'efficacia dei processi di gestione, oltre al monitoraggio previsto dai sistemi di gestione e dalle strutture preposte al controllo interno, l'azienda fa uso di alcuni KPI numerici. Il presente capitolo espone quelli relativi alla formazione sulle procedure anticorruzione, sugli episodi di corruzione rilevati in azienda e tra i suoi fornitori. Rilevanti sono inoltre i KPI relativi alla copertura del territorio con le infrastrutture di larga banda, esposti nel capitolo *Clienti*.

ⁱ Questo tema è trattato anche nel capitolo *Clienti*.

ⁱⁱ Questo tema è trattato anche nel capitolo *Clienti* e in *Essere sostenibili: rischi e opportunità*.



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

| MACRO AREE D'INTERVENTO | INDIVIDUAZIONE DEI PROGETTI | REALIZZAZIONE DEI PROGETTI |
|---|---|---|
| <p>Gli investimenti nella comunità riguardano due principali aree d'intervento:</p> <ul style="list-style-type: none">• attività volontarie coerenti con il core business del Gruppo, collegate all'offerta di servizi ICT¹;• attività finalizzate allo sviluppo generale della comunità che comprendono principalmente le attività di Fondazione Telecom Italia. | <p>Telecom Italia individua i progetti da realizzare sulla base di:</p> <ul style="list-style-type: none">• consultazione degli stakeholder e contatti diretti con le associazioni della società civile;• progetti di partnership con stakeholder e associazioni;• benchmark con gli altri operatori di TLC europei;• partecipazione ad associazioni di settore;• conoscenza delle problematiche di settore condivisa con le altre funzioni del Gruppo;• sollecitazioni esterne come risposta a urgenze sociali (per esempio nel caso di terremoti). | <p>La realizzazione di ciascun progetto passa attraverso 4 fasi:</p> <ul style="list-style-type: none">• pianificazione: vengono individuati gli obiettivi da raggiungere, i destinatari del progetto, le tempistiche delle singole attività, la durata complessiva dell'iniziativa, i modi per monitorare il progetto, il budget.• selezione:<ul style="list-style-type: none">- tramite bandi pubblici, come nel caso di molti dei progetti seguiti da Fondazione Telecom Italia;- tramite scelta diretta dell'Azienda, maturata a valle del processo di consultazione degli stakeholder, in coerenza con le linee guida per i contributi volontari alla comunità• gestione: di regola avviene attraverso partnership o accordi quadro. Talvolta vengono effettuate delle erogazioni in denaro lasciando la gestione dell'attività all'ente/associazione beneficiari.• controllo: avviene con modalità differenti a seconda delle peculiarità dei singoli progetti. |

- 1 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.
- 2 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.

STAKEHOLDER RILEVANTI

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

- la società civile: tutti i cittadini e quelli con particolari esigenze (giovani, anziani, diversamente abili, ecc.), le loro associazioni rappresentative e le 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.

RAPPORTI CON LE COMUNITÀ LOCALI

[G4-DMA Local Communities] Telecom Italia si impegna quotidianamente affinché le sue relazioni con le Amministrazioni e gli enti locali siano durature e soddisfacenti, nel convincimento che solo in questo modo si possano creare le condizioni per una crescita di entrambe le parti che consenta agli enti locali di migliorare la qualità della vita dei cittadini e a Telecom Italia di raggiungere i suoi obiettivi di business.

Per raggiungere questo obiettivo, Telecom Italia, nelle sue operazioni, pone in primo piano il rispetto dei diritti delle comunità locali e si offre per fornire soluzioni adeguate alle esigenze espresse dagli enti locali su temi relativi alle tecnologie delle comunicazioni, raccogliendo le istanze che sorgono spontaneamente e informando gli enti locali sulle innovazioni tecnologiche che possono migliorare la qualità della vita.

In Telecom Italia esiste una funzione centrale interamente dedicata alla gestione delle relazioni con gli enti locali, che, tra l'altro, coordina le relazioni intrattenute dalle funzioni territoriali con gli enti locali anche tramite i "local accounts". Inoltre, insieme a eventuali altri settori coinvolti per questioni specifiche, questa funzione centrale:

- definisce i criteri per selezionare gli enti locali con cui avere relazioni, così come le modalità di gestione delle relazioni;
- valuta i rischi e le opportunità derivanti da tali relazioni;
- stabilisce le priorità;
- contribuisce alla redazione di accordi con gli enti locali;
- ascolta sistematicamente le richieste e le segnalazioni degli enti locali e provvede al loro corretto indirizzamento presso le funzioni competenti all'interno Telecom Italia;
- organizza sessioni di ascolto e incontri informativi;
- supporta le altre funzioni di Telecom Italia nel momento in cui debbono realizzare un progetto che impatta sul territorio;
- organizza sessioni con i local accounts territoriali allo scopo di condividere informazioni su argomenti rilevanti;
- esercita un ruolo di facilitatore per la realizzazione di progetti.

Poiché la mission primaria di Telecom Italia è la fornitura di servizi ICT, particolare attenzione viene posta alle organizzazioni che hanno a che fare con tali servizi, in particolare a chi si occupa di:

- upgrade e sviluppo delle reti;
- miglioramento di servizi ICT pubblici;
- copertura broadband;
- inclusione digitale di tipo sociale;
- realizzazione dell'Agenda Digitale.

Le modalità di gestione dei progetti congiunti tra Telecom Italia e gli enti locali prevedono la speci-



fica di ruoli e doveri di ciascuna parte, di meccanismi di controllo formali e strumenti di misurazione. Telecom Italia favorisce la costituzione di comitati di controllo congiunti, cioè, comitati formati da rappresentanti di tutte le parti coinvolte. La composizione e gli obiettivi dei comitati sono definiti secondo le esigenze specifiche del progetto, e prevedono la presenza degli stakeholder senza alcun tipo di discriminazione, in particolare, senza discriminazione di genere.

Nel pieno rispetto dei principi di trasparenza e accountability, Telecom Italia risponde in modo flessibile alle richieste pervenute con qualunque modalità.

[G4-SO1] In virtù della capillarità della sua rete, il Gruppo Telecom Italia intrattiene rapporti con gli enti locali su tutto il territorio in cui opera, e le attività di valutazione degli impatti delle operazioni e dei piani di sviluppo vengono effettuate per qualsiasi tipo di intervento, che avviene comunque sempre nel pieno rispetto non solo della normativa vigente, ma anche delle esigenze delle comunità locali.

[G4-SO2] I possibili impatti negativi, dovuti esclusivamente agli scavi per canalizzazione o al posizionamento delle stazioni radio base, sono mitigati grazie all'utilizzo di tecnologie a basso impatto ambientale, quali le minitrincee e grazie agli accordi preventivi con le comunità locali, ad esempio, sui luoghi dove posizionare le antenne. In Brasile, in particolare, per decidere sul posizionamento delle stazioni radio base, vengono regolarmente consultate le istituzioni preposte alla salvaguardia dell'ambiente.

MISURAZIONE DEL CONTRIBUTO ALLA COMUNITÀ

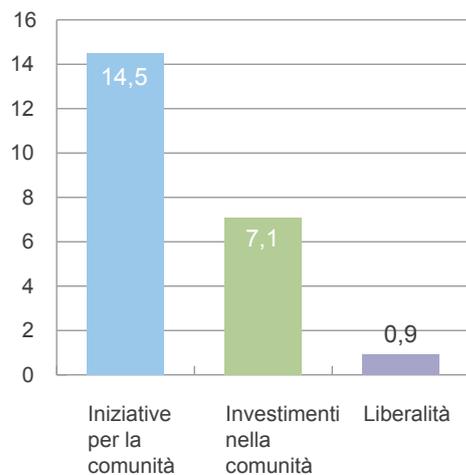
Il contributo del Gruppo Telecom Italia alla comunità, calcolato secondo le linee guida del London Benchmarking Group (LBG), ammonta per il 2014 a circa 22,5 milioni di euro.

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

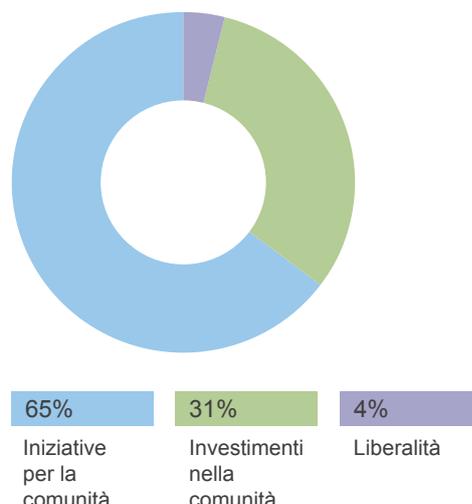
Il LBG, fondato nel 1994, è un'associazione a cui aderiscono oltre 150 grandi società internazionali e rappresenta lo standard di riferimento a livello mondiale per la classificazione dei contributi volontari delle aziende a favore della comunità.

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.net.

SCHEMA LBG 22,5 milioni di euro



RIPARTIZIONE % DEL CONTRIBUTO DEL GRUPPO TELECOM ITALIA



RISPOSTE AGLI STAKEHOLDER

INIZIATIVE COERENTI CON IL CORE BUSINESS

Di seguito sono riportati alcuni progetti realizzati nel 2014 in risposta ai bisogni della comunità, utilizzando le tecnologie alla base dell'offerta di servizi di Telecom Italia.

Raccolte fondi

Le raccolte fondi rivestono una particolare importanza, soprattutto per affrontare situazioni di emergenza. Da oltre un decennio Telecom Italia è un attore fondamentale nella catena di solidarietà legata a progetti con finalità umanitarie, scientifiche o ambientali che supporta offrendo la possibilità di fare una donazione del valore di 1 o 2 euro mediante l'invio di un SMS e di 2, 5 o 10 euro tramite una telefonata da rete fissa a un numero dedicato.

Gli importi raccolti vengono devoluti interamente senza alcuna trattativa, 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.

Il 25 novembre 2014 Telecom Italia, con i principali operatori di telecomunicazioni, MVNO, broadcaster ed editori nazionali, ha aderito al Protocollo d'intesa con il Dipartimento della Protezione Civile. Il protocollo ha definito una procedura di attivazione immediata e di diffusione tempestiva dei numeri solidali per raccogliere fondi da destinare alle popolazioni colpite da calamità naturali.



Nel 2014 sono state realizzate 121 campagne e sono stati raccolti più di 21 milioni di euro¹. Di questi, oltre 3,6 milioni di euro sono stati donati a sostegno delle popolazioni colpite dall'alluvione in Sardegna e dal terremoto nelle Filippine.

Progetti di Responsabilità Sociale

Telecom Italia ha dato vita a un programma che ha il duplice scopo di migliorare la posizione competitiva dell'impresa, e di contribuire allo sviluppo economico, ambientale, sociale e culturale delle comunità in cui opera, coinvolgendo attivamente diversi stakeholder. Tre le aree di intervento - cultura digitale, innovazione sociale, tutela ambientale – dei progetti realizzati nell'anno 2014. Denominatore comune di tutte le iniziative è stata la costruzione di relazioni partecipative, eque e stabili e modelli d'intervento replicabili sia all'interno sia all'esterno dell'Azienda.

Cultura Digitale

Telecom Italia sviluppa e sostiene da tempo progetti di educazione al digitale con l'obiettivo di sensibilizzare i giovani ad un uso consapevole della Rete. Nel corso del 2014 il Gruppo ha collaborato con la Polizia Postale e delle Comunicazioni per la realizzazione dell'iniziativa "Una vita da social", campagna itinerante di educazione alla legalità sulla rete dove sono state illustrate a studenti, famiglie e visitatori le principali insidie del web e in particolare i rischi che corrono i minori nella navigazione in rete, affrontando tematiche di grande attualità, quali il cyberbullismo e l'adescamento online. Un pullman appositamente attrezzato con tecnologie multimediali ha percorso oltre 9.000 km da nord a sud dell'Italia in un tour che ha fatto tappa in 40 città. Sono stati coinvolti dall'iniziativa oltre 400.000 studenti nelle scuole e 100.000 nelle piazze, 8.000 insegnanti e 15.000 genitori; altrettanto importanti i consensi alla pagina facebook del progetto, con oltre 18.000 sostenitori.

Cultura digitale, per Telecom Italia, è inoltre l'ambito dei progetti finalizzati ad avvicinare contenuti culturali d'eccellenza e linguaggi digitali, sfruttando le possibilità di interazione offerte dalla Rete. Tra questi si menzionano:

- il progetto PappanoinWeb, nato nell'ambito della partnership con Accademia Nazionale di Santa Cecilia, ideato per portare la grande musica classica sul web, che, nel 2014, giunge alla quarta edizione. Durante i quattro anni di programmazione i concerti proposti sono stati seguiti da oltre 150.000 utenti streaming su telecomitalia.com, grazie anche alle guide all'ascolto, alle interviste esclusive e alla possibilità di interagire con un esperto musicologo dell'Accademia durante le dirette. Una grande prova aperta ha inoltre permesso a circa 2.000 colleghi dipendenti di Telecom Italia di vivere l'emozione del backstage con i protagonisti e assistere senza filtri alle difficoltà di una performance musicale di alto livello;
- Il webzine Eutopia, nato dalla partnership tra Telecom Italia ed Editori Laterza, che risponde

¹ L'importo raccolto non è direttamente attribuibile alle campagne dell'anno solare a causa dello sfasamento temporale tra fatturazione e incasso.

all'obiettivo di avvicinare il pubblico, in particolare quello più giovane, al dibattito sulle prospettive di un nuovo modello europeo di società;

- la partnership con Scuola Holden di Torino fondata da Alessandro Baricco, che ha l'obiettivo di sperimentare nuovi modi di insegnare e di condividere idee, conoscenze, creatività attraverso il digitale. La Rete diviene veicolo per mettere a disposizione del grande pubblico del web lezioni con grandi maestri ed eventi speciali che accadono nella Scuola. La collaborazione ha reso possibile la realizzazione di un laboratorio multimediale d'avanguardia e originali progetti di divulgazione, come l'esperimento di social writing #wehaveadream.

Innovazione Sociale

A fine 2014 è stata lanciata la piattaforma di raccolta fondi WITHYOUWEDO, che accoglie richieste di donazioni presentati da soggetti pubblici e privati che intendano realizzare progetti negli ambiti dell'innovazione sociale, tutela ambientale e cultura digitale. Oltre a mettere a disposizione il supporto tecnologico e di comunicazione della piattaforma withyouwedo.telecomitalia.com.

Telecom Italia si impegna a contribuire per il 25% (fino a un massimo di 10.000 euro) al finanziamento di 9 progetti.

È stata inoltre rinnovata la partnership con il Festival della Scienza di Genova, che promuove la cultura scientifica a livello internazionale. Con il progetto ScienzainWeb Telecom Italia mette a disposizione del Festival le proprie expertise tecnologiche e di comunicazione per condividere i contenuti culturali con il più grande pubblico del web. Nella edizione 2014, dedicata al Tempo, sono state oltre 200.000 le presenze fisiche registrate, e circa 20.000 gli utenti collegati in streaming, live e on demand, su telecomitalia.com.

Nuovi network ramificati, modelli di collaborazione e condivisione di valori e obiettivi sono gli assi portanti per lo sviluppo della social innovation. È in questo contesto che è nata la partnership con Città Sostenibile, un progetto speciale nell'ambito della manifestazione Ecomondo di Rimini, che ricrea un modello ideale di città dove è possibile confrontarsi con i modelli e i fattori che influiscono sulla qualità della vita. Telecom Italia ha lanciato EcomondoinWeb: una selezione di appuntamenti in streaming per essere collegati anche a distanza alla Città delle Reti Intelligenti. L'edizione 2014 ha registrato circa 100.000 presenze fisiche e migliaia di utenti collegati in streaming, live e on demand, su telecomitalia.com.

Nel 2014 Telecom Italia è diventata Socio Fondatore dell'Associazione Digital Champions, nata in Italia in seguito all'istituzione della carica di Digital Champion all'interno dell'Unione Europea. I Digital Champion sono nominati da ciascun stato membro allo scopo di promuovere i benefici di una società digitale inclusiva e hanno tre obiettivi:

- essere una sorta di help desk per gli amministratori pubblici sui temi del digitale
- muoversi come difensori del cittadino in caso di assenza di banda larga, wifi ed altri diritti negati
- promuovere, anche con il ricorso alla raccolta fondi, progetti di alfabetizzazione digitale, dai bambini ai nonni.



L'associazione si pone l'obiettivo di nominare un digital champion in ogni comune italiano. La partecipazione di Telecom Italia è espressione dell'impegno di Telecom Italia a favore della digital inclusion.

Tutela Ambientale

L'iniziativa IORiciclo favorisce la riconsegna di vecchi apparati di telecomunicazione offrendo uno sconto sull'acquisto di un nuovo apparato presso i negozi TIM. In ottica di valore condiviso, oltre ai benefici ambientali, l'iniziativa punta a incrementare i visitatori degli oltre 1.200 punti vendita già inseriti nella rete di raccolta TIM Valuta² ed estendere il servizio di raccolta a circa 2.000 negozi.

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.

² TIMValuta prevede che presso i negozi TIM aderenti all'iniziativa si possa far valutare gratuitamente e senza impegno il proprio Telefonino, Smartphone o Tablet ricevendo subito uno sconto da utilizzare come meglio si desidera: per l'acquisto di un nuovo Telefonino, Smartphone, Tablet, Chiavetta, Internet Pack, oppure in Ricarica telefonica TIM. L'iniziativa era associata a IORiciclo, progetto di impegno ambientale della funzione Corporate Social Responsibility di Telecom Italia.

FONDAZIONE TELECOM ITALIA

La missione di Fondazione Telecom Italia (FTI) è promuovere la cultura del cambiamento e dell'innovazione digitale, favorendo l'integrazione, la comunicazione, la crescita economica e sociale.

FTI può operare, in Italia e all'estero, nei modi e con gli strumenti che vengono, di volta in volta, ritenuti idonei per il conseguimento degli scopi statutari.

Coerentemente con la missione sono state individuate tre aree d'intervento :

- **Istruzione:** innovare didattica e istruzione promuovendo iniziative volte sia

all'aggiornamento tecnologico della scuola italiana, sia all'innovazione profonda di metodologie e strumenti didattici.

- **Cultura dell'innovazione:** diventare il punto di riferimento per la cultura dell'innovazione attraverso un convegno internazionale annuale, due lectures universitarie e pubblicazioni di ricerca sui temi legati al business e alla storia dell'innovazione.
- **Social Empowerment:** promuovere i processi di cambiamento in atto nella società attraverso l'azione delle nuove tecnologie a favore delle imprese sociali, per aiutarle a fare "bene il bene".

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

| MODALITÀ | OBIETTIVI STRATEGICI | SELEZIONE E CONTROLLO PROGETTI |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • FTI agisce attraverso erogazioni i cui criteri e modalità stabiliti dal Consiglio di Amministrazione, perseguendo i propri obiettivi attraverso assegnazione di contributi a progetti proposti da soggetti e istituzioni terzi senza fini di lucro, che abbiano i requisiti stabiliti dal Consiglio di Amministrazione. Su specifiche linee operative FTI può porsi direttamente come soggetto operativo, gestendo, quindi, i progetti stessi. | <ul style="list-style-type: none"> • FTI persegue la diffusione della cultura dell'innovazione, allo scopo di favorire la solidarietà e lo sviluppo civile, culturale ed economico. FTI, che opera senza discriminazioni di nazionalità, carattere razziale, professione religiosa, intende perseguire istituzionalmente la definizione, la realizzazione, promozione di iniziative e progetti, operando in particolare modo nei seguenti settori: <ul style="list-style-type: none"> - assistenza alle categorie e alle fasce di popolazione meno protette o comunque svantaggiate; - educazione, istruzione e ricerca scientifica, economica e giuridica; - tutela, conservazione e valorizzazione del patrimonio storico artistico. | <ul style="list-style-type: none"> • La selezione avviene tenendo conto dell'impatto sociale dei progetti, che devono essere misurabili, sostenibili e replicabili, privilegiando quelli che, in linea con il DNA di Telecom Italia, presentano un elevato contenuto tecnologico. • Il sistema di monitoraggio viene definito in funzione delle caratteristiche e degli obiettivi specifici di ogni progetto. È richiesto sia all'interno dei bandi sia nei progetti selezionati direttamente e rappresenta uno dei requisiti di ammissibilità, oltre che un parametro di valutazione. |



Open Call sui disagi della comunicazione

Con una open call FTI ha voluto concentrarsi sui disturbi del linguaggio che rappresentano sul piano epidemiologico più del 70% della casistica di neuropsichiatria infantile e costituiscono per l'Organizzazione Mondiale della Sanità un allarme in termini di salute mentale poiché, se non presi in carico adeguatamente, tendono per i 2/3 a trasformarsi, in adolescenza e in età adulta, in disturbi psichiatrici. Sono pervenuti 205 progetti e fra questi sono stati selezionati 3 vincitori.

Progetto Volis

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

Progetto SI DO RE MI

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

Progetto Cinque Petali

Cinque Petali è il progetto dell'Azienda USL di Piacenza, dedicato ai ragazzi con disturbo del linguaggio/DSA. Mira a potenziare gli strumenti tecnologici a supporto dei percorsi di riabilitazione volti a sviluppare un'azione di prevenzione sui minori, finalizzata a ridurre il manifestarsi dei comportamenti in età evolutiva, che possono trasformarsi in disturbi psichiatrici. L'Azienda USL di Piacenza si propone di incidere su tutti i minori che ha in carico accomunati dalla grave compromissione della comunicazione con diagnosi di disturbi evolutivi dello sviluppo. Il progetto si propone di fornire 100 Ipad, dotati dei principali programmi informatici compensativi (che i bambini utilizzeranno a scuola, in famiglia e nel tempo libero) con percorsi individuali e personalizzati atti

a garantire autonomia comunicativa, integrazione ed interazione socializzante con i pari e lavoro di rete e monitoraggio costante sul minore da parte del sistema curante.

I bandi di Fondazione

Beni invisibili, luoghi e maestria delle tradizioni artigianali

Nel 2013 si era concluso un bando in cui il “bene invisibile” del patrimonio storico-artistico si legava alla tematica del recupero e della rivalutazione degli antichi mestieri. Tale bando era volto a sottolineare che lo spirito creativo è ancora vivo nel nostro Paese e lo rende unico nel mondo intero. Il tutto, in sinergia con le tecnologie abilitanti del web e delle connessioni digitali che costituiscono una componente qualificante del bando, in quanto consentono di dare motore propulsivo alla cultura e all'economia tutta italiana veicolando le attività progettuali oggetto del bando sia in Italia che all'estero.

Il bando ha suscitato un grande interesse da parte degli enti no profit, dei comuni, delle università. Progetti ricevuti: 478 - Città interessate: 272 - Maestrie coinvolte: 168 . Nel 2014 i progetti sono stati sottoposti ad un'accurata attività di selezione: tra i criteri usati per la scelta delle proposte giunte vi sono l'originalità, il livello di replicabilità, il grado di interazione con la comunità locale e l'auto-sostenibilità futura, oltre che l'utilizzo di tecnologie innovative. Al termine del lavoro di valutazione sono stati selezionati i seguenti 8 progetti:

- Fondazione Genti d'Abruzzo, Pescara (Progetto TessArt'è)
- Scuola Superiore Sant'Anna, Pisa (Progetto AMica. Ambienti virtuali Immersivi per la Comunicazione delle maestrie dell'Artigianato)
- Comune di Vigevano (Progetto Shoe Style Lab - Storia e innovazione della scarpa a Vigevano)
- Fondazione Valle Delle Cartiere, Toscolano Maderno (BS) (Progetto Toscolano 1381 - Una carta, una storia, un futuro)
- Istituto Suor Orsola Benincasa, Napoli (Progetto Arte in Luce)
- Arci Genova, Comune di Genova, Auser Genova e Liguria (Progetto La Fabbrica di Staglieno)
- Associazione Clac, Palermo (Progetto Crezi Food Kit)
- Cooperativa Sociale Centro di Lavoro San Giovanni Calabria, Verona (Progetto Il digitale per rilanciare l'arte nera)

Favorire l'integrazione dei cittadini stranieri

FTI ha lanciato nel 2013 il bando “Favorire l'integrazione dei cittadini stranieri mediante l'utilizzo di piattaforme tecnologiche”. Scopo del bando è supportare - nei Comuni con una popolazione residente superiore ai 50.000 abitanti e almeno il 9% della popolazione residente straniera - il miglioramento e il sostegno alla diffusione e conoscenza dei servizi rivolti all'utenza straniera, agevolando e orientando gli utenti e gli operatori verso i servizi disponibili, attraverso la realizzazione di portali, di punti di comunicazione nei principali luoghi di aggregazione e di specifiche app gratuite. Progetti ricevuti: 25 su 56 Comuni eleggibili - Regioni coinvolte su quante potevano aderire: 9 su 11.



AgendaImpegno

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

Iniziative con il coinvolgimento dei dipendenti

FTI è attenta a guardare anche all'interno dell'Azienda, con iniziative che promuovono lo spirito di volontariato dei dipendenti impegnati attivamente nel sociale con enti no profit.

Nel 2014, FTI ha confermato un'iniziativa di volontariato d'impresa che sarà avviata nel 2015 e nella quale saranno coinvolti molti dipendenti “angels” da tutta Italia, che con passione ed entusiasmo sostengono FTI nella realizzazione delle proprie attività filantropiche.

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

TIM PARTICIPAÇÕES

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

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

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

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

- education/insegnamento
- application
- lavoro
- inclusione sociale

| MODALITÀ | OBIETTIVI STRATEGICI | SELEZIONE E CONTROLLO PROGETTI |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Partnership con organizzazioni, istituzioni e enti pubblici e privati. | <ul style="list-style-type: none"> • Realizzazione di progetti educativi per l'inclusione sociale di giovani e adolescenti. Realizzazione di progetti di formazione per incentivare l'uso quotidiano del web e del mobile come strumenti di sviluppo e inclusione sociale. | <ul style="list-style-type: none"> • La selezione dei progetti avviene in base alla loro rispondenza alle strategie e ai requisiti aziendali. • Il controllo delle iniziative e loro valutazione finale avviene a posteriori. Per ciascun progetto viene redatto un report in cui viene fornita una descrizione dettagliata dell'iniziativa e i risultati raggiunti, anche in termini quantitativi. |



Il Circolo della Matematica

La scarsa qualità dell'insegnamento della matematica è un ostacolo forte all'acquisizione di competenze specifiche propedeutiche allo sviluppo innovativo e tecnologico del Brasile. Per ovviare a ciò, è stato realizzato il "Circolo della Matematica", una metodologia d'insegnamento della matematica creativa e partecipativa ideata da Bob and Ellen Kaplan, dell'Università di Harvard. Indirizzata ai bambini della scuola elementare di età compresa tra i 7 e i 9 anni, nel 2014 l'iniziativa ha coinvolto circa 7.000 studenti. 200 insegnanti della scuola pubblica selezionati sull'intero territorio nazionale sono stati formati dagli stessi Bob and Ellen Kaplan su come replicare il modello del Circolo della Matematica all'interno delle loro classi.

Scienza senza frontiere

Il progetto è stato lanciato nel 2011 dal governo federale per promuovere l'interscambio di studenti e ricercatori brasiliani con università straniere. L'obiettivo è aumentare la conoscenza, l'innovazione e la competitività del Brasile nel campo della scienza e della tecnologia. L'Istituto TIM investe in questo programma attraverso un accordo con il Consiglio Nazionale per lo sviluppo tecnologico e scientifico (CNPq), un'agenzia legata al Ministero della Scienza e della Tecnologia (MCT), e la Fondazione per il miglioramento delle condizioni di istruzione superiore (Capes), una fondazione pubblica presso il Ministero della Pubblica Istruzione (MEC). Dall'inizio del programma fino alla fine del 2014, sono state erogate più di 44.000 borse di studio, che diventeranno oltre 100.000 alla fine del 2015.

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

RICERCA E SVILUPPO

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

Notevole importanza rivestono anche i laboratori di ricerca e gli incubatori d'impresa.

TIM #WCAP è la struttura di Telecom Italia dedicata all'open innovation che offre supporto e risorse concrete a idee e progetti in grado di contribuire alla formazione dell'imprenditoria del futuro.

Dal suo lancio nel 2009, con il programma TIM #WCAP sono stati raccolti oltre 7.000 progetti, supportate 220 startup, erogati 4,5 milioni di Euro e 21 startup sono diventate fornitori di Telecom Italia, dando così un forte contributo all'intera filiera dell'economia digitale.

Dal 2013 TIM #WCAP è presente con 4 acceleratori nei punti nevralgici della digital innovation

italiana: Milano, Bologna, Roma e Catania. Oltre 3.000 mq complessivi di superficie dove si offrono alle startup spazi dedicati al programma di accelerazione e le risorse tecniche e infrastrutturali necessarie alla loro crescita e lancio sul mercato.

L'edizione 2014 del programma si è conclusa con 1.600 partecipanti, 1.300 progetti completi di cui 67 application internazionali, l'assegnazione di 41 grant d'impresa da 25.000 euro ciascuno e l'accesso al percorso di accelerazione svolto nei quattro acceleratori. Nel corso dello stesso anno, il programma TIM #WCAP si è arricchito di un'importante novità: la nuova piattaforma di crowdfunding reward based, dove progetti e imprese possono ricevere finanziamenti dalla community.

STAKEHOLDER RILEVANTI

Gli stakeholder rilevanti per la ricerca e sviluppo sono:

- le aree aziendali coinvolte sui temi (per es. Marketing e Acquisti);
- i fornitori, per lo sviluppo congiunto di soluzioni in linea con i requisiti tecnici di Telecom Italia;
- i centri di ricerca e le università, per collaborazioni e progetti congiunti. Nel 2014 sono state attivate 29 nuove collaborazioni con università italiane su temi di ricerca riguardanti nuove tecnologie, algoritmi di codifica, nuovi servizi e paradigmi di comunicazione; gli enti di standardizzazione e i fora (tra cui NGMN, OpenIPTV Forum, OMA, 3GPP, ETSI, TM Forum, W3C, ITU-T) a cui Telecom Italia partecipa attivamente;
- i Ministeri (Ministero dello Sviluppo Economico e Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca), l'Unione Europea e gli Enti Pubblici (per es. CNR e Amministrazioni locali) per la realizzazione di progetti finanziati, tramite la partecipazione ai bandi di gara, e di iniziative in partnership;
- le associazioni non governative, le associazioni, le alleanze e i forum di settore (ad esempio GSMA, m-health) che riuniscono tutti gli attori della catena del valore dello specifico mercato;
- gli organismi internazionali di ricerca e sviluppo (per es. EURESCOM e Joint Technology Initiative).

ITEMI RILEVANTI

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

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

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

- Reti di nuova generazione
- Applicazioni future internet
- Impatti ambientali positivi



- Impatti sociali positivi

Progetti per le reti di nuova generazione

- App telefono: “Cordless di casa e ufficio” per chiamate voce su Wi-Fi tramite modem FIBRA e ADSL; tra le varie funzionalità previste l’accesso alla rubrica contatti integrata con quella originaria dell’apparato, la visualizzazione delle chiamate recenti di linea fissa (ricevute, effettuate, perse) e l’accesso a servizi supplementari e alla segreteria telefonica.
- L’app 187 è stata arricchita con nuove funzionalità, orientate a rendere più rapida l’assistenza commerciale e tecnica del cliente.
- Light Cabling: nell’ambito del Progetto “SKY via Telecom Italia”, per il collegamento del decoder video SKY con il modem Fibra di Telecom Italia, è stata individuata una soluzione di cablaggio poco invasivo da impiegare quando né le soluzioni di cablaggio tradizionali né il collegamento Wi-Fi sono praticabili.
- Access Gateway (modem/router) per offerte ADSL e Fibra: in particolare alcuni modem ADSL Wi-Fi e modem Fibra hanno beneficiato di miglioramenti tecnologici e ampliamenti delle funzionalità con particolare attenzione ai temi della privacy.
- TIM vision ha beneficiato, tra l’altro, dell’introduzione della telemetria per il monitoraggio della qualità del servizio, di un nuovo design con ottimizzazioni dell’interfaccia utente.
- Nel corso dell’anno è stato avviato un trial commerciale per la vendita di un servizio smart home associato all’acquisto di un kit di monitoring/videosorveglianza che adotta tecnologie proprietarie sia per il software applicativo, sia per la connettività coi sensori.
- Nell’ambito delle attività di supporto ai tecnici di Open Access sono state sviluppate applicazioni di realtà aumentata per guidare gli interventi di installazione/manutenzione della rete di nuova generazione. È stata realizzata e diffusa ai tecnici in campo l’app android “PermutO” in modo che chiunque si trovi a dover fare una permuta in centrale sia aiutato a svolgere il suo lavoro correttamente con istruzioni semplici, chiare e sempre disponibili.
- È in corso una attività per lo sviluppo delle cosiddette “Capillary Network” che rappresentano un nuovo segmento di rete di accesso multiservizio per i meter e i sensori del mondo IoT³, integrato con gli asset di rete fissa e mobile e con i processi di ingegnerizzazione, progettazione, pianificazione e gestione di Telecom Italia. Le Capillary Network rappresentano il primo elemento concreto per lo sviluppo delle Smart Urban Infrastructure, le piattaforme abilitanti per lo sviluppo dei nuovi servizi che caratterizzeranno le smart city del prossimo futuro.
- Per quanto riguarda la rete di accesso mobile, nel 2014 sono state completate le attività simulate e sperimentali necessarie all’introduzione in campo della prestazione di carrier aggregation, che ha permesso l’introduzione di LTE⁴ Advanced nella rete 4G di Telecom Italia. Ciò ha permesso ai clienti di provare in rete live, per la prima volta in Italia, le potenzialità consentite dall’evoluzione della rete mobile 4G dimostrando una velocità di connessione “sul campo” fino

³ IoT: Internet of Things.

⁴ Long Term Evolution, detto anche G4, è uno standard avanzato di telefonia mobile ad alta velocità.

a 180 Megabit al secondo. Il servizio, commercializzato con il marchio 4G+, è stato aperto commercialmente a fine 2014 in 60 città. L'avvio dei servizi basati sulla tecnologia LTE Advanced si inserisce nel percorso che vede Telecom Italia impegnata nello sviluppo della nuova rete 4G LTE dove TIM è leader grazie ad una copertura che raggiunge più di 2.500 comuni, pari ad oltre il 74% della popolazione italiana.

Progetti per le applicazioni future Internet

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

- Il servizio TIM Wallet, in ambito consumer e business, consente la sostituzione del portafoglio fisico con uno virtuale sul cellulare tramite la tecnologia NFC⁵. L'acquisto o l'accesso alle sedi avviene avvicinando il cellulare a un lettore come, ad esempio, POS o tornelli. L'applicazione, già sperimentata da Telecom Italia grazie ai propri dipendenti, è stata commercializzata con il brand TIM Wallet. In particolare sono state lanciate le carte di pagamento Mediolanum e una carta co-branded TIM SmartPAY in collaborazione tra Telecom Italia, VISA e Intesa Sanpaolo e l'applicazione Badge per l'accesso alle sedi aziendali. L'applicazione consente inoltre di comprare i biglietti dell'autobus con credito telefonico in alcune città. In futuro saranno disponibili altre carte di altre banche. In aggiunta, sono stati sperimentati su un gruppo di dipendenti coupon virtuali da spendere presso rivenditori commerciali.

Smart applications per l'Internet del futuro

- Telecom Italia è attivamente coinvolta nella creazione della piattaforma (FI-WARE) e dei servizi dell'Internet del Futuro (Future Internet) anche attraverso progetti cooperativi finanziati dalla Comunità Europea (Future Internet Public Private Partnership – FI-PPP), per abilitare e fornire supporto ai clienti nella creazione e fruibilità dei servizi basati su tecnologie Internet avanzate. Telecom Italia promuove tali tecnologie anche attraverso il coinvolgimento di smart cities che, come ideali fruitori dell'ambiente sperimentale di FI-WARE (FI-Lab), possono rendere disponibili i propri dati in formato open e favorire lo sviluppo di servizi e applicazioni a beneficio della cittadinanza. A tal proposito si è realizzata un'applicazione dimostrativa con i partner legati alla città di Torino (Politecnico di Torino, Torino Wireless), per produrre informazioni testuali e grafiche sulla sicurezza percepita dai cittadini in base alle segnalazioni non di emergenza inviate alla Polizia Municipale. Un questionario di test grafico-interattivo è stato proposto alla cittadinanza durante l'evento "La notte dei ricercatori" svoltasi il 26 settembre.
- Telecom Italia ha guidato la progettazione e l'implementazione end-to-end delle soluzioni mobili per EXPO 2015 con un prototipo di smart city app per Expo 2015 e un'applicazione per il Padiglione Italia. La smart city app fornisce informazioni, servizi e intrattenimento nel corso dell'evento, sui paesi partecipanti, il territorio cittadino e nazionale, i partner e gli attori coinvolti. Lo scopo è assicurare una relazione costante con il visitatore, sfruttando connettività mobile

⁵ Near Field Communication: è una tecnologia che fornisce connettività wireless bidirezionale a corto raggio (fino a un massimo di 10 cm).



LTE a larga banda. L'applicazione per il Padiglione Italia permette la fruizione di contenuti di tipo informativo e multimediale e abilita un'innovativa modalità di "visita virtuale"; attualmente viene utilizzata per mostrare come sarà il Padiglione, partendo da un plastico, e nel 2015 verrà utilizzata dai visitatori nel Padiglione reale, sede dell'esposizione. Entrambe le app fanno leva sulle tecnologie innovative realizzate da Telecom Italia nel campo della realtà aumentata e del visual search.

- È stata pubblicata sull'app store Apple la versione di FriendTV per iPhone e iPad, dopo il rilascio della versione per Android avvenuto a fine 2013. FriendTV è una guida per i principali canali televisivi, fortemente integrata con i social media, che permette di partecipare in tempo reale ai programmi più commentati in rete. La progettazione e lo sviluppo dell'app rientrano nelle attività del progetto SocialTV, che si propone di far leva sulla diffusione del fenomeno dei servizi "second screen" e dell'interattività real-time veicolata dai social media.
- Telecom Italia ha contribuito allo sviluppo delle tecnologie del nuovo Standard Internazionale ISO/IEC MPEG "Compact Descriptors for Visual Search" e detiene quattro brevetti presenti nella parte normativa e informativa del nuovo standard. La tecnologia di ricerca visuale è stata implementata sul server Duser e sul framework build.it, che permette di istanziare servizi in cloud. MPEG CDVS è stato implementato anche sui terminali mobili sfruttando la GPU dei dispositivi in modo da accelerare, mediante un'alta parallelizzazione dei calcoli, l'analisi di immagini e video. Queste tecnologie sono impiegate dalle applicazioni mobili che permettono di ottenere informazioni su quanto inquadrato con la fotocamera, senza l'ausilio di codici. Sono inoltre alla base della Visual Intelligence, l'estrazione di informazioni dai contenuti multimediali, che costituiscono la grande maggioranza dei dati trasmessi attraverso Internet.
- Telecom Italia, partendo dall'esperienza della collaborazione con RAI sul tema delle interviste live effettuate su rete mobile 4G con il prodotto Smart Reporter, e dagli eventi dedicati per clienti business in streaming web (LiveOnLTE), sta progettando una piattaforma cloud, denominata Cloud Reporter, per consentire a clienti, consumer o business, di realizzare il proprio streaming video in diretta sul web. Si tratta di un portale che offre la possibilità di realizzare in pochi passi e in autonomia un canale di video streaming Live che tutti possono seguire usando il proprio web browser. La produzione dei contenuti video avviene in modo semplice, da smartphone e tablet o usando telecamere consumer, webcam e un PC. Le riprese possono essere realizzate in completa mobilità sfruttando la rete mobile 4G. Il servizio è anche rivolto alla creazione di eventi professionali usando telecamere high end ed il prodotto Smart Reporter (encoder portatile in uno zainetto) perfezionato dalla sperimentazione con RAI. Il mercato di riferimento a cui è rivolto il servizio è sia Consumer che Small Business e valorizza l'offerta di connettività a larga banda di TIM (4G LTE) e Telecom Italia (ADLS e Fibra). Cloud Reporter, oltre a realizzare un servizio specifico, espone delle API (Application Programming Interface) per la costruzione di altri servizi che prevedano la gestione di una risorsa video ai fini dello streaming su Internet. Tali API sono esposte mediante la piattaforma Build.it che offre elementi di base (Building Blocks) per la realizzazione di funzionalità in cloud. Cloud Reporter è quindi

anche building block evoluto che, aggregando altri componenti di Build.It, offre una specifica logica di servizio per il trattamento di file video ai fini di un loro streaming su Internet.

- TIM CheckApp è l'applicazione gratuita che Telecom Italia mette a disposizione dei propri clienti per capire e gestire le applicazioni presenti sul proprio smartphone, con l'obiettivo di rendere più accessibile e comprensibile a tutte le fasce della clientela un contesto che potenzialmente non è privo di insidie nelle due aree maggiormente critiche: gli aspetti di sicurezza e privacy e il consumo di traffico. Con TIM CheckApp il cliente può così rendersi conto della potenziale pericolosità di ogni app dal punto di vista della privacy e visualizzare il traffico dati (mobile e Wi-Fi) effettuato da ogni singola app presente sul proprio dispositivo.

Sviluppo di soluzioni big data⁶

Il Joint Open Lab trentino SKIL (Semantics & Knowledge Innovation Lab) ha sviluppato la piattaforma big data CitySensing che, utilizzando tecniche avanzate di analisi dati, elabora i flussi provenienti dalla rete mobile Telecom Italia e dai social network per monitorare i fenomeni urbani quali la pedonabilità delle aree, la mobilità, ecc in presenza di eventi particolari. Tali tecnologie vengono ora utilizzate da Telecom Italia in molti contesti applicativi quali il monitoraggio dei flussi turistici, le preferenze di mobilità con mezzi pubblici o il supporto alla pianificazione urbana per la Pubblica Amministrazione.

Mobile Territorial Lab (MTL)⁷ è il progetto di SKIL per la valorizzazione dei personal big data, ovvero l'insieme di dati che gli individui generano attraverso i propri smartphone e che trasformano le persone in sensori del territorio, come teorizzato nei modelli smart city. MTL ha sviluppato tecnologie avanzate di gestione trasparente dei dati personali, tra cui My Data Store, un esempio di personal data store che è entrato tra i top reference case del World Economic Forum⁸.

SKIL, in collaborazione con le istituzioni locali del territorio trentino, sta sperimentando soluzioni avanzate di servizi al cittadino basate su dati personali, un esempio è il servizio di monitoraggio partecipativo della qualità dell'aria con il coinvolgimento dei cittadini attraverso sensori personali.

Tra le iniziative di Open Innovation citiamo la prima edizione del Telecom Italia Big Data Challenge⁹, che ha richiamato oltre 1.100 partecipanti da tutto il mondo a confrontarsi sulla creazione di progetti smart city che usino ingenti volumi di dati geo-referenziati. Una giuria composta da esponenti del mondo accademico, industriale e media ha valutato i tre migliori progetti: un metodo per la previsione di consumo energetico sulla base del traffico di rete mobile, una web application per la classificazione delle aree cittadine sulla base dei pattern di traffico (telefonico e non), e una visualizzazione che mostra l'impatto del traffico veicolare e meteo sui livelli di inquinamento della

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

7 www.mobileterritoriallab.eu.

8 http://www3.weforum.org/docs/WEF_IT_UnlockingValuePersonalData_CollectionUsage_Report_2013.pdf.

9 www.telecomitalia.com/bigdatachallenge.



città di Milano. Visti il successo e l'efficacia dell'iniziativa nel promuovere il tema del Big Data a livello internazionale, Telecom Italia è impegnata per organizzare una nuova edizione nel 2015.

Progetti con impatti ambientali positivi

- Il progetto di innovazione smart mobility prosegue con lo sviluppo di prototipi di applicazione con l'obiettivo di sperimentare le soluzioni sviluppate, puntando in prima battuta a sperimentazioni realizzate grazie alla partecipazione di dipendenti In Italia per poi estendere la sperimentazione in Brasile. In particolare si sta sviluppando un prototipo di app di ride sharing e trasporto multimodale per gli spostamenti casa lavoro, soluzioni per lo smart parking e la gestione di auto aziendali, con l'obiettivo di ottimizzare e ridurre i flussi di veicoli.
- Nell'ambito delle applicazioni per l'Internet of Things (IoT) il 2014 è stato l'anno di avvio del mercato del gas metering per i contatori domestici (oltre 20 milioni), tema sul quale Telecom Italia si pone come player in grado di fornire soluzioni di rete e di gestione. Telecom Italia ha inoltre partecipato e vinto insieme ad Iren un bando di gara indetto da AEEG¹⁰ per sperimentazioni multiservizio, tese ad estendere l'utilizzo delle reti di metering del gas ad altri servizi di metering e di smart city. Sono state inoltre avviate campagne di prova e valutazione su reti di nuova generazione per l'IoT che garantiscono, per servizi con basso fabbisogno in termini di velocità di trasmissione, coperture elevate e costi e consumi estremamente ridotti.
- Telecom Italia è coordinatore del progetto INTrEPID, "INTElligent systems for Energy Prosumer buildings at District level", del quale è stato avviato un progetto pilota con il coinvolgimento di vari utenti tra Italia e Danimarca. Il progetto pilota prevede l'utilizzo di frigoriferi Wi-Fi, controllabili da remoto, una serie di sensori per il monitoraggio dell'energia disponibili per varie tecnologie e l'utilizzo di una piattaforma IoT e di moduli di business intelligence per la generazione di suggerimenti agli utenti, mirati al risparmio energetico. Il progetto è svolto in collaborazione con Partner esterni tra i quali ENEL Ingegneria e Ricerca, Honeywell e RSE (Ricerca sul sistema energetico).
- Telecom Italia ha condotto con Enel Distribuzione e Indesit Company una sperimentazione con vari utenti per verificare i benefici ambientali collegati al miglioramento della consapevolezza dei consumi elettrici da parte del cliente finale. Al cliente è stata fornita un'applicazione web prototipale e dei dispositivi di misura dei consumi elettrici, tra cui un dispositivo per comunicare direttamente con il misuratore elettrico di Enel. In circa un anno di sperimentazione – grazie anche al coinvolgimento attivo degli utenti tramite opportuni feedback e newsletter - si è misurata una riduzione media dei consumi di circa il 9% che, se estesa a livello nazionale, permetterebbe una riduzione dei consumi residenziali di 5.6 TWh con una riduzione delle emissioni di CO₂ di circa 3 milioni di tonnellate.
- Telecom Italia, in collaborazione con i partner della Associazione Energy@home e con l'incubatore i3P del Politecnico di Torino, ha organizzato a fine novembre una Hackathon sul tema

¹⁰ www.telecomitalia.com/bigdatachallenge.

della smart home: un concorso di idee d'impresa e di prototipazione veloce a cui hanno partecipato 115 persone fra startup italiane, universitari e giovani ricercatori. Nell'arco di un fine settimana i partecipanti hanno dato vita a prototipi delle loro idee integrando i prodotti precommerciali delle aziende di Energy@home: il contatore elettronico di Enel, gli elettrodomestici connessi di Indesit, il broadband gateway di Telecom Italia e dispositivi di home automation. Il progetto vincitore è risultato Hiris sviluppato da 3 startup italiane: grazie a un dispositivo indossabile collegato alla rete domestica, come un orologio o un bracciale, che reagisce a una serie di movimenti preimpostati, Hiris permette il controllo a distanza di oggetti che siano anch'essi collegati alla rete per cui è possibile alzare le tapparelle della stanza con un gesto, così come cambiare la temperatura del termostato della casa o accendere e spegnere le luci.

- È stata avviata una sperimentazione presso il Data Center Telecom Italia di Rozzano dove la robotica di servizio viene applicata per il monitoraggio ambientale al fine di ottenere saving energetici e prevenire possibili situazioni anomale di calore denominate "hot spot".

Progetti con impatti sociali positivi

- Idea guida del progetto "Robot a corte" è lo sviluppo di un modello di valorizzazione del patrimonio culturale in rete, dove il bene diventa reale catalizzatore di pubblico per il patrimonio custodito in un certo ambito territoriale. Ciò si realizza attraverso la valorizzazione e professionalizzazione degli operatori (guide turistiche e animatori). Avviata la prima sperimentazione robotica al Castello di Racconigi dove, grazie al robot Virgil, sarà possibile far visionare ambienti momentaneamente non visitabili dai turisti.
- Il progetto di innovazione delle isole digitali prosegue su due fronti: da una parte tramite l'allestimento di un prototipo interno Telecom Italia, con l'obiettivo di creare una piattaforma aperta per la sperimentazione dei servizi delle smart cities, dall'altra attraverso il progetto finanziato Smart Metro Quadro. In particolare, è stato realizzato un workshop aperto al pubblico e con la partecipazione della città di Torino, mirato alla definizione dei migliori scenari d'uso delle isole digitali.
- È stata consolidata la collaborazione con il dipartimento di eco-design della facoltà di architettura del Politecnico di Torino, con l'obiettivo di promuovere anche nei progetti di ricerca un approccio sistemico al design delle soluzioni, che tenga conto di tutti gli elementi in gioco e dell'impatto sull'ecosistema di ogni scelta (materiali, processi, ciclo di vita della soluzione).
- L'innovativa LIVEonLTE è nata per sperimentare la nuova rete 4G di TIM come mezzo per trasmettere video in diretta, senza link satellitare né ponti radio, usando anche un semplice smartphone. LIVEonLTE continua come LIVEon4G, canale ufficiale di TIM.
- Telecom Italia e Anonima Fumetti, insieme ad Accademia Albertina di Belle Arti di Torino, portano il fumetto sul web con UltraMe, l'innovativo prodotto editoriale che integra la creatività di giovani artisti e professionisti del settore alle tecnologie avanzate di multimedialità sviluppate da Telecom Italia.
- Nel Joint Open Lab S-Cube "Smart Social Spaces" di Telecom Italia sono in fase di sperimentazione nuove tecnologie e servizi per i futuri smart space, dove le tecnologie Internet, le con-



nessioni wireless di prossimità (Bluetooth Low Energy, Wi-Fi Direct, LTE-Direct) e gli oggetti smart e wearable (smart screen, smart glass, smart watch, ecc.) vengono studiati ed utilizzati per creare nuove modalità di interazione e comunicazione tra le persone, gli oggetti e gli stessi spazi fisici. Tali tecnologie consentiranno agli utenti la fruizione di servizi e informazioni immediate, fortemente personalizzate e contestualizzate, agevoleranno la partecipazione dei cittadini alla realizzazione della città smart, e abiliteranno nuove modalità di comunicazione mediate dagli spazi fisici. In occasione di eventi, come l'Expo 2015, la comunicazione smart tra visitatori, cittadini e gli enti organizzatori costituirà un elemento chiave per il successo dell'evento stesso.

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

- In campo sanitario è proseguito lo sviluppo dell'applicazione Fisio@Home per la teleriabilitazione di pazienti affetti da problemi di tipo ortopedico. In collaborazione con il JOL WHITE, che ha curato l'ottimizzazione dell'applicazione Android e lo sviluppo della relativa piattaforma di raccolta dati, è ora possibile definire il piano di lavoro di ciascun paziente, verificarne le prestazioni e comunicare con il paziente stesso tramite messaggi o videochiamate.
- Vrehab, il sistema di monitoraggio e teleriabilitazione per pazienti affetti da malattia di Parkinson, sviluppato in collaborazione con il CNR-IEIT di Torino, l'Università di Parma e l'Istituto Auxologico Italiano di Verbania, è entrato nella fase di validazione. Il sistema consente di valutare lo stato del paziente mediante l'analisi dei movimenti degli arti superiori e degli arti inferiori. I pazienti che hanno partecipato al trial sono soci dell'Associazione Amici Parkinson Piemonte (AAPP) e i test sono stati condotti presso la sede dell'Associazione con circa 80 soggetti. Con il supporto dell'Associazione si sta organizzando un trial presso le case dei pazienti.
- L'attenzione di Telecom Italia è rivolta anche al mondo degli anziani. Il progetto europeo WIDER (green groWing SMEs: Innovation and Development in the energy sector in mEd aRea) si pone come obiettivo una migliore gestione e condivisione della conoscenza per le piccole e medie imprese sul tema delle abitazioni ecosmart per gli anziani. Telecom Italia fa parte del comitato scientifico con il compito di contribuire a indirizzare le attività tecniche e tecnologiche
- Con Cassiel 2.0 si dà assistenza da remoto agli anziani sia monitorandoli, sia ricevendo segnali d'allarme in caso di emergenza. I dati raccolti dai sensori collocati all'interno dell'abitazione vengono elaborati per effettuare analisi comportamentali nell'ottica di un miglioramento della qualità della vita. La soluzione completa supporta anche la videochiamata e un servizio di promemoria, chiamato RicordaTI, per tenere sotto controllo tutta una serie di eventi che non vanno dimenticati, come ad esempio le terapie farmacologiche. Attraverso il coinvolgimento delle farmacie nell'impostazione sul sistema della posologia, e con l'uso di un'applicazione per tablet semplificata, il sistema diventa usabile anche da persone con lievi deficit cognitivi.
- WebSensor è un prototipo per il monitoraggio da remoto dei progressi nella malattia di Parkinson, sviluppato con il supporto di neurologi. Un set di sensori indossabili, sul piede e sulla mano, monitora gli esercizi eseguiti dal paziente e invia i relativi dati ad una piattaforma che li elabora e fornisce parametri utili per la valutazione dello stato della malattia.

- È stato sviluppato PAPI, il prototipo per la riabilitazione remota dei pazienti affetti da lieve deficit delle funzioni cognitive. Il sistema fornisce un kit di giochi interattivi per tablet Android, progettati con i neurologi per stimolare le diverse funzioni cognitive del paziente. I giochi comunicano con un server remoto, sia per inviare i dati relativi alle prestazioni del paziente sia per scaricare le configurazioni del gioco. I giochi sono in trial su 30 ultrasessantacinquenni del territorio pisano in collaborazione con la NeuroCare di Cascina (PI).
- Phaser è un progetto finanziato da EIT ICT Labs per la prevenzione delle malattie cardiovascolari. Il consorzio comprende Philips, che fornisce uno speciale orologio sensorizzato per rilevare la qualità del sonno, il battito cardiaco, e una stima dello stress. Il sistema elabora un indice di rischio cardiovascolare, con una serie di suggerimenti a esso correlati, e un'indicazione dello stress, prendendo come base una serie di parametri statici e dinamici rilevati dall'orologio e da apparecchi elettromedicali. Il primo prototipo di servizio si avvale della consulenza dell'équipe di epidemiologi dell'Imperial College di Londra, e dei cardiologi della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa. Per rendere maggiore il coinvolgimento dei pazienti, il servizio è realizzato con tecniche di gamification, con la creazione di team che si sfidano per raggiungere obiettivi personalizzati.

Soluzioni per la "scuola 3.0"

- Nell'ambito della collaborazione tra Telecom Italia e l'Ufficio Scolastico Regionale per il Piemonte si è tenuto un corso di formazione per professori delle scuole medie superiori al fine di educarli all'utilizzo della piattaforma per la pubblicazione di programmi o "app robotiche" all'interno di un ambiente social di supporto e discussione congiunta fra la rete di scuole. Questo corso è stato propedeutico all'avviamento di una sperimentazione in campo con una scuola nel prossimo anno scolastico.
- SOCIETY (SOCIAL Ebook communiTY), lo strumento di lettura collaborativa multidevice con il quale Telecom Italia dà sostegno anche ai ragazzi affetti da disturbi specifici dell'apprendimento (DSA), è stato riprogettato tra il 2013 e il 2014 per rendere in generale più semplice e interattiva l'esperienza con il servizio. Ciò è stato possibile grazie ai feedback raccolti da insegnanti e studenti durante i trial in corso in alcune scuole sul territorio italiano e anche grazie ad alcune interviste specificamente condotte con studenti affetti da DSA.



LE PERSONE DI TELECOM ITALIA

Il valore delle persone
come fattore di successo dell'impresa

STRATEGIA

In uno scenario competitivo, dove i modelli di business, tecnologici e di consumo sono in continua e profonda trasformazione, il cambiamento necessario per vincere le sfide di mercato non può prescindere dalla valorizzazione delle persone e dallo sviluppo della loro professionalità.

La *People Strategy* del Gruppo per il triennio 2014-2016 si concentra sulla motivazione e le competenze delle persone e sull'organizzazione che sottende le loro attività lavorative. È stato dato avvio a un profondo ripensamento delle attività e dei processi che coinvolgono il personale, dalla gestione alla formazione, dalla remunerazione all'organizzazione, che ha coinvolto numerosi manager provenienti da ogni parte dell'Azienda. Si sono così formati nove gruppi di lavoro (i cosiddetti "Cantieri") interfunzionali, con persone provenienti dalle linee operative, da quelle di staff e dalle aziende consociate, che hanno l'obiettivo di calibrare e modulare le tecniche e i processi motivazionali, formativi e organizzativi.

I Cantieri di Telecom Italia

1. NUOVO MODELLO DI SVILUPPO PROFESSIONALE

Per disegnare percorsi di valorizzazione e crescita delle persone e rinnovare l'architettura dei piani di carriera

2. PIANO DI SVILUPPO DELLE NUOVE COMPETENZE

Per individuare e acquisire le nuove competenze, che permetteranno di essere all'avanguardia sulle evoluzioni tecnologiche e di mercato

3. COSTITUZIONE DEL POLO DELLA CONOSCENZA

Per governare i processi di gestione della conoscenza e presidiare la generazione e la diffusione dei saperi

4. SVILUPPO DELL'IDENTITÀ ORGANIZZATIVA

Per identificare i tratti comuni dell'identità organizzativa e promuovere valori e azioni orientati ad accrescere il senso di appartenenza, e rinnovare il patto di fiducia tra l'Azienda e le sue persone

5. SVILUPPO E DIFFUSIONE DI UN MODELLO DI PAYING FOR VALUE

Per elaborare un modello di misurazione del fattore lavoro, basato sul concetto di valore come rapporto tra costo, produttività e qualità

6. IDENTIFICAZIONE EDIFFUSIONE DI UN MODELLO DI DISEGNO E FUNZIONAMENTO DEI PROCESSI

Per mappare i processi aziendali e introdurre una metodologia unica di disegno, progettazione e funzionamento, attraverso l'identificazione di uno standard internazionale (E-TOM)

7. ATTIVAZIONE DI UN MODELLO DI GESTIONE CHE CREI VALORE PER LE PERSONE

Per sviluppare modelli di responsabilità del management e una gestione finalizzata alla valorizzazione delle persone e delle loro competenze aumentando il livello di caring e di motivazione

8. SVILUPPO DI UN MODELLO DI TOTAL REWARDING

Per utilizzare tutte le leve disponibili, e non solo quella retributiva, per valorizzare il merito, per riconoscere e soddisfare i bisogni e le motivazioni specifiche delle persone

9. SVILUPPO DI UN MODELLO DI PERFORMANCE MANAGEMENT

Per identificare un nuovo modello di leadership e di misurazione della performance, che apprezzi il merito individuale e le competenze distintive di tutte le persone del Gruppo



STAKEHOLDER RILEVANTI

Le persone che lavorano nel Gruppo sono ovviamente le figure che hanno il maggiore interesse al successo della loro relazione con l'Azienda e, con loro, le rappresentanze sindacali. Allo stesso modo, sono pesantemente coinvolte in questa relazione le famiglie dei dipendenti e, in misura minore ma comunque importante, le comunità all'interno delle quali le persone di Telecom Italia conducono la propria vita. Le dimensioni del Gruppo giustificano inoltre un forte interessamento non solo da parte degli Enti e Istituti Pubblici che si occupano di tematiche relative al mondo del lavoro, ma anche dello stesso Governo.

[G4-DMA Employment], [G4-DMA Labor/Management Relations], [G4-DMA Occupational Health and Safety], [G4-DMA Training and Education], [G4-DMA Diversity and Equal Opportunity], [G4-DMA Equal Remuneration for Women and Men], [G4-DMA Labor Practice Grievance Mechanisms]

TEMI MATERIALI IN QUESTO CAPITOLO:

- *gestione dell'organico, ricambio generazionale e valorizzazione dei talenti;*
- *salute e sicurezza sul lavoro*

Policy aziendali rilevanti: Codice Etico e Carta dei Valori; People Strategy triennale; Policy di responsabilità sociale su lavoro infantile, lavoro obbligato, salute e sicurezza, libertà di associazione e diritto alla contrattazione collettiva, discriminazione, procedure disciplinari, orario di lavoro, retribuzione; Carta delle pari opportunità. Di fondamentale importanza sono, in questo contesto, gli accordi con le rappresentanze sindacali e, in particolar modo, i Contratti Collettivi di Lavoro.

Efficacia e monitoraggio: per tenere sotto controllo l'efficacia dei processi, oltre al monitoraggio previsto dalle numerose procedure interne e dai comitati azienda-sindacato, l'Azienda fa uso di alcuni KPI numerici. Il presente capitolo espone quelli relativi alla struttura e all'evoluzione dell'organico, alla formazione, alla salute e sicurezza, alla remunerazione, alle non conformità e alle segnalazioni relative al lavoro. In appendice al bilancio sono esposti i KPI per cui l'Azienda si è posta target numerici, in particolare, sono elencati i target relativi alla formazione e, in particolare, alla formazione su salute e sicurezza, e i target relativi agli infortuni.

LE PERSONE DI TELECOM ITALIA: I NUMERI DI SINTESI¹

[G4-9] La più sintetica visione dei numeri delle persone del Gruppo è espressa dalla seguente tabella:

| (unità) | 31.12.2014 | 31.12.2013 | Variazione |
|--|---------------|---------------|------------|
| Italia | 52.878 | 53.152 | (274) |
| Estero | 13.138 | 12.467 | 671 |
| Totale personale a payroll | 66.016 | 65.619 | 397 |
| Personale con contratto di lavoro somministrato | 9 | 4 | 5 |
| Totale personale | 66.025 | 65.623 | 402 |
| Attività non correnti destinate a essere cedute - estero | 16.420 | 16.575 | (155) |
| Totale | 82.445 | 82.198 | 247 |

Escludendo il personale relativo alle attività non correnti destinate a essere cedute (Gruppo Telecom Argentina) e i lavoratori con contratto di lavoro somministrato, il personale di Gruppo presenta un incremento di 397 unità rispetto al 31 dicembre 2013.

Le variazioni sono dovute a

- uscita per cessione ramo d'azienda della Società Olivetti I-Jet (8 unità);
- entrata nel perimetro di consolidamento della Società Rete A (12 unità);
- turnover netto (al netto cioè delle variazioni di perimetro) in aumento di 393 unità, così dettagliato per singola Business Unit:

| (unità) | Entrate | Uscite | Variazione netta |
|-----------------|--------------|--------------|------------------|
| Domestic | 822 | 1.119 | (297) |
| Brasile | 5.216 | 4.515 | 701 |
| Media e altre | 2 | 13 | (11) |
| Turnover | 6.040 | 5.647 | 393 |

| Turnover: dettaglio per BU | Assunzioni | Cessazioni | Passaggi infra Gruppo + | Passaggi infra Gruppo - | Totale variazione |
|----------------------------|--------------|----------------|-------------------------------|-------------------------------|----------------------|
| Domestic | 582 | (886) | 240 | (233) | (297) |
| Brasile | 5.216 | (4.515) | 0 | 0 | 701 |
| Media e altre | 1 | (5) | 1 | (8) | (11) |
| Turnover | 5.799 | (5.406) | 241 | (241) | 393 |

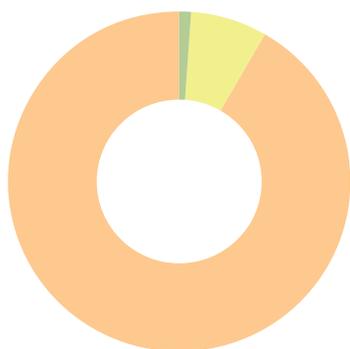
¹ I dati delle tabelle contenute nel capitolo Risorse Umane, salvo ove diversamente indicato, riguardano tutte le società del Gruppo Telecom Italia (cfr. *Sostenibilità e Governance/Reporting*).



La composizione delle persone del Gruppo Telecom Italia, al netto del personale relativo alle attività non correnti destinate a essere cedute e del personale con contratto di lavoro somministrato, può essere analizzata secondo varie tipologie di segmentazione:

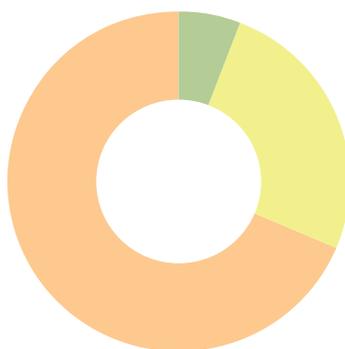
Gruppo Telecom Italia: distribuzione per categorie professionali e titolo di studio

GRUPPO TELECOM ITALIA: ORGANICI DISTRIBUITI PER CATEGORIA PROFESSIONALE



92% Impiegati 7% Quadri 1% Dirigenti

GRUPPO TELECOM ITALIA: ORGANICI DISTRIBUITI PER TITOLO DI STUDIO



69% Diplomati 25% Laureati 6% Altro

Distribuzione dei dipendenti e delle assunzioni per area geografica

Distribuzione del numero dei dipendenti del Gruppo Telecom Italia per aree geografiche

| (unità) | 31.12.2014 | 31.12.2013 | 31.12.2012 | Variazione (14/13) |
|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------------|
| Italia | 52.878 | 53.152 | 54.380 | (274) |
| Estero | 13.138 | 12.467 | 11.961 | 671 |
| Totale | 66.016 | 65.619 | 66.341 | 397 |

Distribuzione delle assunzioni del Gruppo Telecom Italia per aree geografiche

| (unità) | 31.12.2014 | 31.12.2013 | 31.12.2012 | Variazione (14/13) |
|---------------|--------------|--------------|--------------|-----------------------|
| Italia | 575 | 410 | 896 | 165 |
| Estero | 5.224 | 4.901 | 5.818 | 323 |
| Totale | 5.799 | 5.311 | 6.714 | 488 |

Per ulteriori approfondimenti sulle caratteristiche del personale del Gruppo si rinvia all'appendice del presente capitolo che, rispetto ai requisiti dello standard GRI G4, contiene i KPI relativi all'organico [G4-10], [G4-LA1], [G4-LA3], [G4-LA6], [G4-LA13], [G4-LA9]. Nella lettura dei KPI, si noti che:

- [G4-10e] Telecom Italia non fa ricorso a lavoratori in proprio (self employed workers) per lo svolgimento delle attività proprie del business, benché sia possibile che occasionalmente qualche attività di tipo consulenziale sia attribuita a professionisti che lavorano in proprio;
- [G4-10f] le attività del Gruppo non sono soggette a variazioni stagionali, pertanto le variazioni nell'organico sono correttamente rappresentate dalle dinamiche annuali;
- [G4-LA3a] tutti i dipendenti hanno diritto a congedi parentali.

EQUITÀ DI GENERE

[G4-DMA Equal Remuneration for Women and Men] Le telecomunicazioni, come tutte i settori la cui principale attività è strettamente connessa alla ricerca e allo sviluppo di nuove tecnologie, ancora nei decenni post-bellici avevano un organico a fortissima prevalenza maschile per quanto riguardava l'ingegneria e la manutenzione delle tecnologie. Man mano che le donne hanno abbracciato il mondo del lavoro e, in parallelo, la cultura e gli studi scientifici e tecnologici, è cresciuta la loro presenza all'interno delle aziende e in ruoli di maggior peso, con livelli di remunerazione più alti. In Telecom Italia S.p.A., ad esempio, l'organico femminile è cresciuto dell'8% in 12 anni, e a livello di Gruppo, nello stesso periodo, è cresciuto del 9%.

Ciononostante, la strada da percorrere per raggiungere la parità di genere è ancora lunga. Per questo in Telecom Italia

- lo statuto del Gruppo richiede che, nel CdA, gli esponenti del genere meno rappresentato siano almeno un terzo del totale dei Consiglieri, con arrotondamento, in caso di numero frazionario, all'unità superiore;
- l'attuale modello di sviluppo presta molta attenzione affinché i percorsi di crescita individuale, a partire dall'assunzione, non contengano vincoli derivanti da differenze di genere o di età, e particolare cura viene prestata alla componente femminile, a parità di competenze e di prestazioni.

[G4-LA12a] Composizione del Consiglio di Amministrazione per genere e età

| | 31.12.2014 | 31.12.2013 | 31.12.2012 |
|--------------|------------|------------|------------|
| Uomini < 30 | 0 | 0 | 0 |
| Uomini 30-50 | 4 | 1 | 2 |
| Uomini > 50 | 4 | 9 | 12 |
| Donne < 30 | 0 | 0 | 0 |
| Donne 30-50 | 0 | 0 | 0 |
| Donne > 50 | 5 | 1 | 1 |



[G4-LA12b] Composizione delle categorie professionali nel Gruppo per genere e età

| | 2014 | | | | 2013 | | | | 2012 | | | |
|----------------|------------|--------------|---------------|---------------|------------|--------------|---------------|---------------|------------|--------------|---------------|---------------|
| | Dirigenti | Quadri | Impiegati | Totale | Dirigenti | Quadri | Impiegati | Totale | Dirigenti | Quadri | Impiegati | Totale |
| Uomini | 733 | 3.459 | 37.616 | 41.808 | 744 | 3.387 | 37.244 | 41.375 | 784 | 3.464 | 37.756 | 42.004 |
| Donne | 135 | 1.254 | 22.819 | 24.208 | 132 | 1.201 | 22.911 | 24.244 | 142 | 1.237 | 22.958 | 24.337 |
| Totale | 868 | 4.713 | 60.435 | 66.016 | 876 | 4.588 | 60.155 | 65.619 | 926 | 4.701 | 60.714 | 66.341 |
| Fino a 32 anni | 0 | 22 | 10.600 | 10.622 | 0 | 31 | 11.022 | 11.053 | 0 | 32 | 12.344 | 12.376 |
| Da 33 a 45 | 113 | 1.271 | 19.823 | 21.207 | 133 | 1.375 | 21.552 | 23.060 | 192 | 1.616 | 23.267 | 25.075 |
| Oltre 45 | 755 | 3.420 | 30.012 | 34.187 | 743 | 3.182 | 27.581 | 31.506 | 734 | 3.053 | 25.103 | 28.890 |
| Totale | 868 | 4.713 | 60.435 | 66.016 | 876 | 4.588 | 60.155 | 65.619 | 926 | 4.701 | 60.714 | 66.341 |

Lo sbilanciamento generazionale è dovuto principalmente alla componente italiana che, a causa delle avverse condizioni di mercato e per garantire l'impiego dei propri dipendenti, ha in passato rinunciato al rinnovo generazionale costituito da nuove rilevanti campagne di assunzioni.

PEOPLE CARING

Telecom Italia è convinta che la sostenibilità economica e sociale dipenda in primo luogo dal rispetto e dall'attenzione per le persone che lavorano nel Gruppo. Sulla base di questa convinzione sono state messe in atto numerose iniziative per far sì che le persone siano serene nella vita lavorativa e anche, per quel che l'Azienda può fare, nella vita personale. Un gruppo di persone in Azienda è interamente dedicato all'ascolto delle esigenze manifestate dai dipendenti e allo sviluppo di iniziative per venire incontro a tali esigenze. Così, grazie alle indagini e alle informazioni raccolte, e dopo aver effettuato incontri e focus group con i dipendenti, sono stati individuati quattro ambiti nei quali sviluppare iniziative specifiche:

- agevolare l'equilibrio tra vita lavorativa e tempo libero, favorendo le esigenze dei dipendenti e delle loro famiglie;
- contribuire alle iniziative di volontariato dei dipendenti;
- valorizzare le forme di diversità presenti nel contesto lavorativo;
- promuovere il benessere psico-fisico.

Le principali iniziative del 2014 in ambito "Equilibrio tra vita lavorativa e tempo libero" sono state:

- 20 asili nido - oltre ai 10 asili nido aziendali (presenti in 8 città), sono state attivate 10 convenzioni con altrettanti asili esterni nelle sedi di Torino, Roma, Padova, Bologna e Trento;
- Prestiti aziendali - 393 prestiti erogati per esigenze varie, 161 prestiti per l'acquisto e la ristrutturazione della casa e 182 concessi ai neo genitori con bambini di età inferiore ai tre anni;

- Time saving - disbrigo pratiche, lavanderia/calzoleria, edicole, aree benessere, convenzioni (di carattere immobiliare, viaggi e vacanze, banche ed istituti finanziari, pay-tv, autonoleggio, trasporti, varie);
- Soggiorni per i figli dei dipendenti;
- Iniziative in tema di sport, arte, cultura, spettacoli ed eventi storici;
- Gestione della mobilità per agevolare le persone nel tragitto casa-lavoro.

Per contribuire alle iniziative di volontariato dei dipendenti, le attività del 2014 sono state:

- Sosteniamo un bambino a distanza - circa 1.000 dipendenti hanno rinnovato l'impegno ad aiutare CIAI (Centro Italiano Aiuti all'Infanzia), Comunità di Sant'Egidio e Save the Children, dando la loro adesione all'adozione di bambini a distanza;
- Gruppo Donatori Telecom - sono state organizzate 70 giornate di donazione del sangue;
- nelle sedi aziendali sono stati organizzati 204 banchetti della solidarietà, stand allestiti da associazioni benefiche e onlus, con la partecipazione di dipendenti.

Nel 2014 Telecom Italia ha proseguito un intenso programma di attività e progetti legati al Diversity Management, per la valorizzazione di ogni diversità come forma di arricchimento e stimolo, oltre che come veicolo di un clima inclusivo e aperto al contributo di tutti:

- in partnership con la ONLUS I-Ken e il consorzio formativo S.A.F.IM, a settembre ha preso avvio a Napoli il progetto "Diversity on the Job", 8 tirocini dedicati a persone che soffrono di grave emarginazione sociale. Il progetto, finanziato dal Ministero del Lavoro, dal Dipartimento Pari Opportunità e da Italia Lavoro su fondi dell'Unione Europea, prevede di offrire una esperienza lavorativa di tre mesi a persone fuori dal mondo del lavoro a causa di discriminazione umana e sociale. In particolare, nel nostro caso, si tratta di persone discriminate per il loro orientamento sessuale e/o identità di genere. Le 8 persone affidate all'Azienda per i tirocini sono state inserite in diverse funzioni operative a Napoli;
- è stata aperta a Roma la prima "Factory di Telecom Italia", dedicata alla valorizzazione delle diversità e alla cultura del confronto e delle differenze. Un luogo poliedrico, aperto all'esterno e all'interno dell'Azienda. Si tratta di uno spazio aperto a tutti dove consegnare e ricevere conoscenza, dove incontrarsi, realizzare workshop, performance, dibattiti, gruppi di lavoro e studio, ampliare le prospettive, far proprie le differenze altrui;
- a novembre, Telecom Italia ha partecipato al più importante evento europeo dell'anno sulla non discriminazione e le politiche di pari opportunità: la conferenza "Progettare il futuro delle politiche antidiscriminatorie nella UE", organizzata dalla Presidenza italiana del Consiglio dell'Unione Europea e la Commissione Europea. In apertura del convegno è stato proiettato il video sulla diversity realizzato da Telecom Italia;
- nell'ambito della diversity di genere è stato realizzato, in collaborazione con TIMReading, un e-book gratuito intitolato "LeadHERship al femminile", che racconta, anche attraverso immagini, i 22 incontri di role model con donne di successo realizzati nelle sedi aziendali nel 2013.



L'e-book è stato reso disponibile il 25 novembre, in occasione della Giornata Mondiale contro la Violenza alle Donne;

- in ambito age diversity, per la piena integrazione e valorizzazione delle competenze dei senior in azienda e il superamento degli stereotipi legati all'età, sono stati organizzati due incontri di role model (Milano e Napoli) ai quali hanno partecipato 120 dipendenti;
- in collaborazione con altre aziende sono stati organizzati tre "Welfare Lab": Parental Leave Management, Remote Working, Piano Welfare e Fiscalità;
- è proseguito il progetto Comunico-IO, che mira a favorire la comunicazione fra le persone affette da sordità e gli altri dipendenti, rafforzando la loro capacità di operare in piena autonomia mediante strumenti tecnologici evoluti. Ai 57 dipendenti coinvolti nel progetto erano stati forniti negli anni scorsi un telefonino – con software applicativo Comunico-IO su piattaforma Android - e una web-cam ad alta definizione che interagiscono con un computer in cui sono stati attivati i servizi di chat interna e accesso a internet. Nel 2014 sono state presentate le nuove applicazioni Comunico-IO Desktop (estensione ad uso pc della versione di Comunico-IO per smartphone). Inoltre il progetto è stato ampliato con l'APP Comunico-IO IPO che consente l'utilizzo di uno smartphone a persone ipovedenti.

Per la promozione del benessere psico-fisico [G4-DMA Occupational Health and Safety] è proseguito il servizio di counselling del Centro People Caring (CPC), gestito da psicologi professionisti su tutto il territorio nazionale. Dall'apertura del servizio (gennaio 2011), 386 dipendenti, tramite telefono o mail, hanno richiesto informazioni sul funzionamento del servizio. In totale 254 persone hanno usufruito del CPC:

- 221 hanno intrapreso un percorso di counselling;
- 62 sono i casi aziendali messi in contatto con il responsabile della funzione People Caring e presi in carico dalla funzione People Value.

Nell'area intranet del Centro People Caring sono pubblicate informazioni, consigli e suggerimenti bibliografici per migliorare il proprio benessere psichico. Inoltre è stata creata una nuova "area benessere" sulla intranet che raccoglie tutti i servizi offerti da Telecom Italia per la salute, la prevenzione e il benessere fisico delle persone, in collaborazione con la Fondazione Telecom Italia e la Fondazione Veronesi.

ALTRE INIZIATIVE PER I DIPENDENTI

[G4-DMA Occupational Health and Safety] L'ASSILT (Associazione per l'assistenza sanitaria integrativa ai lavoratori delle aziende del Gruppo Telecom Italia), finanziata dalle aziende del Gruppo, dai soci lavoratori e dai soci pensionati, persegue senza fini di lucro lo scopo di erogare a favore dei soci e dei beneficiari prestazioni integrative a quelle fornite dal Servizio Sanitario Nazionale, ivi comprese, in concorso con le strutture sanitarie pubbliche, l'effettuazione di ricerche, indagini conoscitive ed interventi di prevenzione sanitaria di gruppo ed individuali, nonché la promozione

di iniziative di educazione sanitaria a tutela della salute e dell'integrità fisica dei soci.

L'Associazione ha erogato, nel 2014, per cassa, rimborsi per un totale di circa 58 milioni di euro (circa 610.000 pratiche). All'Associazione erano iscritte, al 31 dicembre 2014 circa 154.000 persone, di cui 51.000 dipendenti, 34.000 pensionati e 69.000 familiari.

L'ASSIDA eroga ai dirigenti rimborsi per prestazioni sanitarie integrative rispetto a quelle fornite dal Servizio Sanitario Nazionale. Al 31 dicembre 2014 l'Associazione conta 4.000 iscritti, in servizio e in pensione, a cui si aggiungono i loro familiari per un totale di oltre 8.900 assistiti.

[G4-EC3] TELEMACO è il Fondo Pensione Nazionale Complementare per i lavoratori delle aziende del settore delle telecomunicazioni, costituito nel 1998 in forma di associazione riconosciuta senza fine di lucro, e operativo dall'ottobre 2000; l'obiettivo è assicurare ai lavoratori associati il mantenimento del proprio tenore di vita anche al momento della pensione grazie alla creazione di una previdenza complementare a quella pubblica.

È destinato agli operai, impiegati e quadri delle aziende che applicano il contratto nazionale delle telecomunicazioni, per i lavoratori a tempo indeterminato, di apprendistato e di inserimento, nonché ai soggetti fiscalmente a carico dei lavoratori iscritti al Fondo.

Gli iscritti dipendenti di aziende del Gruppo sono poco più di 40.000 a fine ottobre, mentre gli iscritti totali sono circa 60.000 e le Aziende associate sono in totale 175.

Il CRALT (Circolo Ricreativo Aziendale per i Lavoratori delle Aziende del Gruppo Telecom Italia) organizza per i propri soci, dipendenti, pensionati e per i loro familiari, iniziative di carattere turistico, sportivo, culturale e ricreativo. Il CRALT consente inoltre ai soci e ai loro familiari, attraverso la stipula di apposite convenzioni, di poter acquisire beni e servizi a prezzi/tariffe di particolare convenienza, sempre fruendo della rateizzazione delle spese. A tale riguardo, di particolare rilevanza è la convenzione e la relativa contribuzione sull'acquisto di testi scolastici ed universitari a favore dei figli dei soci quale valido sostegno alla capacità di spesa delle famiglie. Al 31 dicembre 2014 gli iscritti sono 43.759, di cui 37.551 dipendenti e 6.208 pensionati.

[G4-LA2], [G4-DMA Employment] Tutti i lavoratori del Gruppo, a tempo pieno o parziale, a tempo indeterminato o determinato, beneficiano degli stessi benefit, mentre, in Italia, l'istituto di previdenza complementare è esteso ai lavoratori con contratto di apprendistato e d'inserimento, oltre che ai lavoratori a tempo indeterminato.



SVILUPPO E NUOVE COMPETENZE

Uno dei momenti più importanti nella vita lavorativa delle persone è quando ci si ferma a valutare quello che ciascuno ha portato a termine, la sua rilevanza per l'Azienda e le prospettive future. Il processo di analisi della performance è l'occasione in cui avviene questo tipo di riflessione, che mira a identificare le aree di forza e di potenziamento e a favorire, attraverso un confronto aperto con il proprio responsabile, il miglioramento della performance individuale.

[G4-LA11] Il metodo usato in Telecom Italia per la valutazione della performance è frequentemente soggetto ad analisi di approfondimento e rimodulazioni, di modo che dalla valutazione possa emergere un profilo corretto ed esaustivo della persona valutata, delle sue esigenze e delle sue prospettive. Ad esempio, il processo che ha portato alla review delle performance del 2013, era stato in parte rivisto rispetto alle edizioni precedenti alla luce delle evidenze emerse da una indagine a cui potevano partecipare tutti i dipendenti, e da specifici focus group che hanno coinvolto un panel di valutatori e valutati rappresentativi delle diverse realtà aziendali². In seguito, il metodo usato è stato soggetto a un'ulteriore analisi con un'indagine che ha coinvolto 1.200 dipendenti. Infatti, la nuova People Strategy del Gruppo prevede un approfondimento volto allo sviluppo di un rinnovato modello di gestione della performance. Per questo è stato istituito un apposito "Cantiere" con il compito di elaborare un nuovo sistema di Performance che sarà implementato, a livello di Gruppo, all'inizio del 2015 e coinvolgerà tutti i livelli, professionali e manageriali, consentendo di apprezzare il merito individuale da più punti di vista sulla base di un modello di competenze uguale per tutti. I risultati concorreranno ad alimentare, in forma integrata, gli altri sistemi di sviluppo.

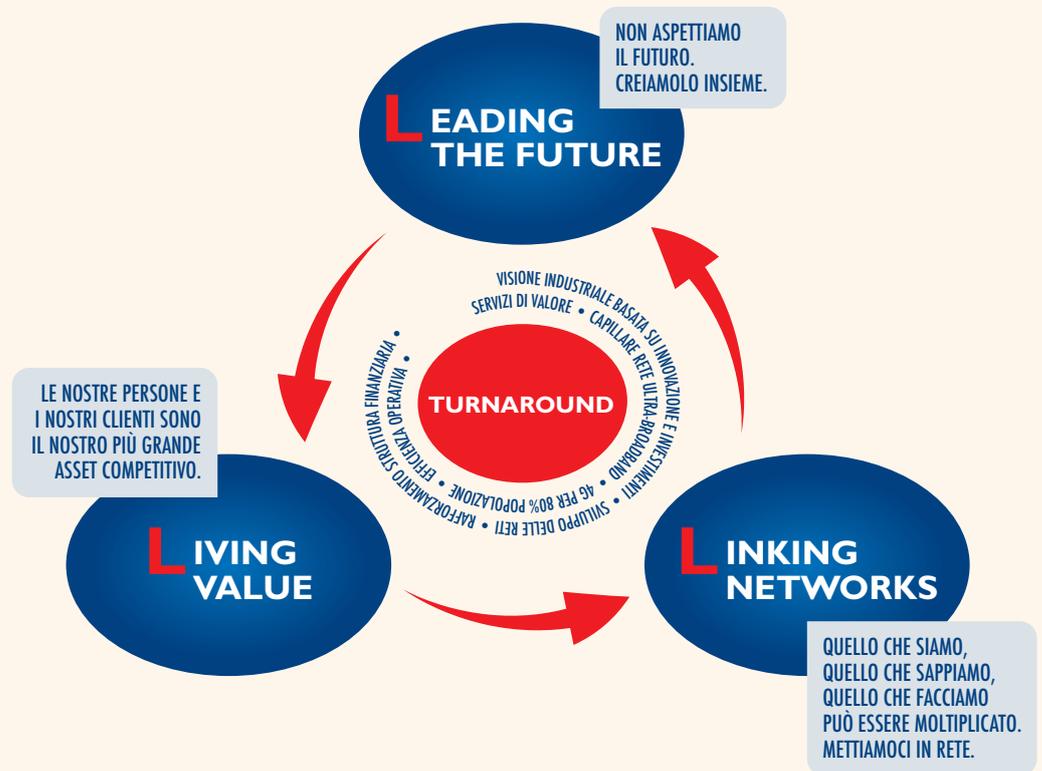
² Il processo si ripete regolarmente ogni anno e coinvolge tutti i dipendenti della BU domestic ad eccezione dei manager con MBO, che vengono valutati in base ai target contenuti negli MBO (in futuro anche loro saranno soggetti alla stessa metodologia di valutazione degli altri dipendenti). In un caso, per la valutazione della performance del 2011, è stata saltata una campagna a causa di motivazioni organizzative. Anche in Brasile le campagne valutative si ripetono ogni anno e coinvolgono tutti i dipendenti, purché abbiano lavorato almeno 149 giorni in azienda. Per gli operatori dei call center in Brasile la performance è valutata attraverso un programma ad hoc.

IL MODELLO DI LEADERSHIP DI TELECOM ITALIA

L'idea su cui si fonda il Modello è che la leadership possa essere diffusa, cioè, possa essere esercitata da tutti in relazione alla propria attività. Il Modello si rivolge quindi a tutta la popolazione aziendale in modo che ciascuno possa contribuire alla profonda e necessaria evoluzione delle competenze per realizzare il processo di trasformazione intrapreso dall'Azienda.

I tre concetti chiave della cultura e della strategia di Telecom Italia alla base del Modello di Leadership sono:

- Il futuro può essere costruito e guidato: **LEADING THE FUTURE**.
- Il valore prende vita e si crea attraverso le persone e le loro azioni quotidiane con i clienti: **LIVING VALUE**.
- Il nostro valore può essere moltiplicato se facciamo rete: **LINKING NETWORKS**.





Da queste tre dimensioni scaturiscono le **9 Competenze** che costituiscono il nuovo Modello di Leadership Telecom Italia:



Le 9 competenze, tradotte in comportamenti osservabili, saranno inserite a partire da quest'anno nel sistema di performance management completamente rinnovato.

Il Performance Management fa parte di un più ampio Modello di Sviluppo che mette al centro il

valore della persona attraverso la realizzazione di sistemi di valutazione e sviluppo trasparenti, equi, inclusivi e differenziati, in grado di fare emergere capacità, attitudini e saperi dei singoli e favorire processi di miglioramento continuo della persona e dell'organizzazione.

Talent in action è stato un'ulteriore iniziativa per l'individuazione dei talenti interni all'Azienda, che prevedeva, in prima battuta, un'indagine in cui i dipendenti potevano segnalare i loro colleghi più meritevoli. In assoluta trasparenza, ciascuna persona segnalata ha potuto visualizzare il proprio profilo in termini di caratteristiche e di quantità di feedback ricevuti. Successivamente, l'individuazione del bacino "talent in action" si è articolata in due fasi:

- definizione dell'elenco "top ranking reputation", con l'obiettivo di salvaguardare la confrontabilità dei dati individuali e garantire le medesime opportunità;
- definizione dell'elenco dei "talent in action", in cui, oltre al dato di reputazione, che rappresenta il punto di vista della comunità professionale, sono stati presi in considerazione gli elementi individuali, come la performance, che rappresentano la storia professionale di ciascuna persona.

Chi era nell'elenco "talent in action" è stato contattato per avviare il percorso di valorizzazione individuale attraverso la partecipazione a un sistema di auto-valutazione online, tesa ad avere una fotografia del proprio profilo professionale in termini di capacità e motivazione. Entro settembre tutti i "talent in action" costruiranno i propri piani di valorizzazione che includeranno azioni formative, on field e motivazionali.

Alla valutazione della performance e allo scouting dei talenti si aggiungono le attività di assessment di potenziale e di skill per la mappatura delle competenze di ruolo, e le attività di internal recruiting per la valorizzazione delle professionalità interne. Per le attività di internal recruiting, oltre allo strumento del job posting, è stato sperimentato un processo di project posting che offre alle persone la possibilità di candidarsi per progetti a termine mettendo a frutto le proprie competenze e acquisirne altre.

Per quanto riguarda le attività di External Recruiting, a partire dal secondo semestre dell'anno è stato avviato il "Piano Assunzioni 2014", grazie al quale è stato possibile inserire 203 giovani, con contratto di lavoro a tempo indeterminato. Tali inserimenti, derivanti per il 28% dei casi da stabilizzazione dei percorsi di alto apprendistato e per il 72% dei casi da mercato esterno, hanno permesso di allineare il portafoglio di competenze aziendali all'evoluzione tecnologica e di business del mercato di riferimento. In particolare, sono state inserite competenze di tipo informatico, ingegneristico, tecnologico, suddivise in 20 diversi profili professionali. Gli inserimenti hanno riguardato sia le figure di neolaureati (34%), con età media pari a 26 anni sia quelle di junior professional (66%), con età media pari a 30 anni. Il bacino è costituito per un terzo da donne e per i restanti due terzi da uomini ed è caratterizzato da un livello di istruzione medio alto, in quanto il 75% delle persone è in possesso di una laurea specialistica, soprattutto in Ingegneria delle TLC, Informatica, Elettronica, Economia (Aziendale, Management, Marketing).

In Brasile i principali programmi di selezione portati avanti nel 2014 sono stati:

- "Giovane Apprendista" (Jovem Aprendiz) per promuovere la formazione di giovani tra i 16 e i 24 anni per un loro potenziale impiego in Azienda. Per i minorenni viene attivato un percorso



di formazione amministrativa per prepararli all'ingresso nel mondo del lavoro. Naturalmente, questo percorso avviene nella più stretta legalità;

- “Talenti senza Frontiere” (Talentos sem Fronteiras) ha l'obiettivo di ricercare sul mercato giovani ne-laureati per costruire una squadra di talenti da formare al fine di costituire il management aziendale del futuro. Nel 2014 sono stati assunti 13 giovani talenti inseriti in aree strategiche del business;
- “Stage senza Frontiere” (Estágio sem Fronteiras) seleziona stagisti di talento con l'obiettivo di offrire ai giovani universitari un'opportunità di sviluppo differenziata e di preparazione al mercato del lavoro, nonché di accrescere la possibilità di un loro inserimento definitivo in Azienda e di un eventuale accesso al progetto “Talenti senza Frontiere”. Nel 2014 TIM ha selezionato circa 120 giovani.

COLLABORAZIONI CON LE UNIVERSITÀ

Telecom Italia ha avviato un nuovo modello di relazione con le principali università e centri di ricerca nazionali ed internazionali che mette al centro la valorizzazione del talento per il trasferimento dell'innovazione in azienda. L'obiettivo è quello di rafforzare e accelerare la capacità di Telecom Italia di innovare e, allo stesso tempo, contribuire allo sviluppo dei giovani offrendo loro l'opportunità di acquisire nuove competenze ed esperienze.

Tra le iniziative, menzioniamo:

- finanziamento di borse di studio per favorire il conseguimento di un titolo post-laurea a giovani laureati in ingegneria ed economia - sono state assegnate 100 borse di dottorato dedicate allo sviluppo di specifici progetti di ricerca di interesse aziendale, con temi che spaziano dal cloud computing al geomarketing, dai big data alla e-health, dall'LTE alla robotica, fino a ricomprendere tematiche attinenti al diritto e l'economia del web. Per l'anno accademico 2014-2015 sono previste oltre 20 borse di dottorato;
- collaborazione su corsi di studi post-universitari sono stati avviati 5 master, di cui in uno, “Smart Solutions-Smart Communities” realizzato con la Scuola Superiore Sant'Anna, è stata prevista l'assunzione dell'80% dei partecipanti alla prima edizione;
- un osservatorio permanente a livello nazionale ed europeo su tematiche legate alla transizione scuola-lavoro e allo sviluppo di nuove competenze per i giovani;
- sponsorizzazione della Cattedra “Tim Chair in Market Innovation”, presso l'Università Bocconi di Milano, all'interno del corso di Laurea magistrale in Economics and Management of Innovation and Technology. Il programma include i principali modelli di sviluppo, creazione e commercializzazione dei prodotti e servizi a base tecnologica;
- sostegno al Centro di Ricerca CReSV (Centro Ricerche su Sostenibilità e Valore), per il perfezionamento di modelli di business innovativi e sostenibili;
- collaborazione con le scuole secondarie, nell'ambito del progetto “Network Scuola Impresa”. Il progetto, avviato nel 2009, nasce con l'intento di creare un rapporto strutturato con le scuole superiori anche al fine di valorizzare le nostre competenze interne, entrare in contatto con i giovani sul territorio nazionale e promuovere l'immagine aziendale.

FORMAZIONE E KNOWLEDGE MANAGEMENT

[G4-LA10]

Per un'azienda di telecomunicazioni, che gioca il suo destino sull'avanguardia dell'offerta tecnologica e commerciale, formare e gestire la conoscenza delle sue persone è un imperativo.

Le attività di formazione in Telecom Italia sono guidate dalla volontà di:

- rafforzare gli stili di leadership per garantire le competenze manageriali a supporto dell'evoluzione strategica dell'azienda nei prossimi anni;
- accrescere le competenze individuali e collettive necessarie per competere nei nuovi scenari di business, con particolare attenzione alle competenze specialistiche del settore;
- fornire alle persone le capacità per affrontare le sfide quotidiane;
- accompagnare e sostenere la trasformazione della cultura e dell'identità organizzativa.

[G4-LA10] Tutti i programmi formativi del Gruppo hanno l'obiettivo di fornire strumenti per una crescita professionale che rimane un bagaglio personale del dipendente dentro e fuori l'Azienda³.

In Italia i principali programmi formativi sono rientrati, nel 2014, in cinque filoni:

- *Management education*, che vede il coinvolgimento, tra il 2014 e il 2015, di 1.250 manager del Gruppo. Il programma nasce come supporto al piano industriale attraverso la diffusione e il rafforzamento di comportamenti di leadership condivisi;
- *Induction training*, un programma rivolto ai neoassunti con la finalità di accelerare la crescita professionale e il consolidamento delle competenze attraverso un percorso graduale di inserimento;
- *Spazio alla crescita*, un programma che offre a una gran parte della popolazione aziendale un sostegno attraverso il potenziamento di aree comportamentali specifiche quali comunicazione, cambiamento, lavoro di squadra, problem solving e orientamento al risultato;
- *Formazione Post Skill assessment*, in cui sono comprese le attività di formazione mirata per l'aggiornamento delle competenze e lo sviluppo di nuovi skill;
- *Talent In Action* (cfr. *Le persone di Telecom Italia/Sviluppo e nuove competenze*), un progetto di sviluppo e formazione destinato a chi è stato selezionato a seguito dell'indagine "talent in action", che prevede la definizione di piani di azione individuali.

Sono inoltre stati realizzati ampi piani di formazione sui temi della compliance e della sicurezza rivolti all'intera popolazione aziendale. [G4-HR2], [G4-HR4], [G4-HR5], [G4-HR6], [G4-HR7] È in via di definizione un corso on line sui Diritti Umani che verrà erogato nel 2015 a tutti i dipendenti della Business Unit Domestic.

In Brasile tutti i neo-assunti sono tenuti a partecipare a corsi di formazione su tematiche aziendali

³ Il Gruppo al momento non ha attivato corsi per la gestione del fine-carriera anche perché l'esigenza non è mai stata evidenziata dai lavoratori o dalle loro rappresentanze sindacali.



quali etica e sostenibilità. Sono inoltre stati svolti, nel 2014, corsi di formazione di base e di aggiornamento dedicati ai settori delle vendite e al personale dei call center.

[G4-LA9] Le seguenti tabelle mostrano le ore di formazione nel Gruppo per categoria professionale. Un focus comparativo della formazione per genere è contenuto in appendice.

| 2014 | | | | | |
|---------------|------------------|---------------|-----------------------------|---------------|------------------------|
| | Ore totali | Ore procapite | Partecipazioni ¹ | Partecipanti | Copertura ² |
| Totale | 2.837.986 | 42,99 | 453.968 | 63.023 | 95,5% |
| Dirigenti | 23.966 | 27,61 | 4.238 | 800 | 92,2% |
| Quadri | 133.036 | 28,23 | 17.293 | 4.284 | 90,9% |
| Impiegati | 2.680.983 | 44,36 | 432.437 | 57.939 | 95,9% |

| 2013 | | | | | |
|---------------|------------------|---------------|----------------|---------------|--------------|
| | Ore totali | Ore procapite | Partecipazioni | Partecipanti | Copertura |
| Totale | 3.765.649 | 57,39 | 453.188 | 63.806 | 97,2% |
| Dirigenti | 23.091 | 26,36 | 2.387 | 675 | 77,1% |
| Quadri | 114.123 | 24,87 | 14.214 | 3.902 | 85,0% |
| Impiegati | 3.628.435 | 60,32 | 436.587 | 59.229 | 98,5% |

| 2012 | | | | | |
|---------------|------------------|---------------|----------------|---------------|--------------|
| | Ore totali | Ore procapite | Partecipazioni | Partecipanti | Copertura |
| Totale | 2.276.006 | 27,4 | 356.858 | 62.760 | 75,5% |
| Dirigenti | 45.563 | 37,9 | 4.618 | 1.029 | 85,5% |
| Quadri | 151.305 | 23,3 | 16.266 | 4.482 | 69,0% |
| Impiegati | 2.079.138 | 27,6 | 335.974 | 57.249 | 75,9% |

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

2 la copertura si riferisce al dato percentuale di partecipanti rispetto alla consistenza, cioè quante risorse del Gruppo in percentuale hanno partecipato ad almeno un evento formativo per singola categoria (dirigenti, quadri, impiegati)

[G4-HR2]

Le attività formative legate al rispetto dei diritti umani hanno riguardato prevalentemente il rispetto del Codice Etico e del Modello Organizzativo 231 (cfr. *Sostenibilità e Governance*), delle norme relative alla Salute e Sicurezza sul lavoro e della Privacy.

Numero di ore di formazione sui diritti umani¹

| | 2014 | 2013 | 2012 |
|----------|---------|---------|--------|
| Domestic | 397.414 | 394.682 | 82.674 |
| Media | 950 | 755 | 4.304 |

Percentuale di dipendenti formati sui diritti umani¹

| | 2014 | 2013 | 2012 |
|----------|--------|--------|--------|
| Domestic | 94,12% | 94,36% | 26,91% |
| Media | 93,18% | 53,57% | 51,93% |

¹ Il dato relativo alla BU brasiliana sarà esposto a partire dal prossimo esercizio.

[G4-HR7] Tutto il personale che opera nella funzione Security di Telecom Italia è formato e aggiornato sulla legislazione e sulle normative nazionali e comunitarie in materia di sicurezza aziendale e svolge le sue attività nel pieno rispetto delle policy e delle procedure aziendali in vigore. In particolare, al fine di tutelare le risorse umane, materiali, immateriali e le infrastrutture dell'Azienda, il personale di Security svolge attività di analisi dei rischi e delle segnalazioni di incidenti di sicurezza, prevenzione delle perdite e contenimento dei danni, interfaccia verso il Dipartimento di Protezione Civile e gli altri Enti istituzionali impegnati nella gestione delle emergenze o dei grandi eventi che coinvolgono i diversi asset aziendali. Il personale di Security non svolge attività di controllo della folla e scorta a persone e valori, attività demandate istituzionalmente alle Forze di Polizia.

Alle attività formative più tradizionali si è aggiunta, nel 2014, l'attività di Knowledge Management con la finalità di facilitare in modo stabile la modalità con cui l'azienda apprende nel suo complesso (learning organization), attivando lo scambio e la contaminazione reciproca di idee, conoscenze e soluzioni.

Il primo progetto di knowledge management è stato la mappatura dei luoghi formali e informali in cui si sviluppa il know-how interno al Gruppo. La mappatura è avvenuta attraverso interviste semi strutturate a persone chiave, finalizzate alla comprensione di come si genera e come si diffonde la conoscenza. Particolare enfasi è posta al processo della generazione di idee e alla raccolta delle best practice di Gruppo.

COMUNICAZIONE INTERNA

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



In tal senso la intranet e il portale aziendale rappresentano strumenti fondamentali in quanto sono in grado di raggiungere tutti, di fornire informazioni e di attivare momenti di ascolto formali e informali, come l'analisi di clima, i blog, le comunità virtuali aperte. In questo modo vengono stimolati il confronto e il dibattito su tematiche interne legate al business e su temi più generali di attualità, compresi quelli ambientali e sociali, rendendo disponibili canali strutturati per la raccolta di contributi e proposte.

Le iniziative di comunicazione 2.0 si sono affiancate alle forme più tradizionali di relazione, che comunque continuano a rivestire notevole importanza. Di seguito sono elencate le principali attività comunicative, tradizionali e non, svolte nell'anno:

- è stato particolarmente innovativo il format di un road show in tutta Italia, con 50 edizioni e il coinvolgimento di oltre 8.000 persone, per presentare il programma di People Strategy;
- sono state come di consueto realizzate le premiazioni per l'appuntamento "Archimede", il progetto che premia le migliori idee innovative per ottimizzare i processi e i servizi offerti, raccogliendo proposte dalle persone direttamente coinvolte nei processi operativi;
- in due le edizioni del format Parli@mone, diffuse in video-streaming a tutta l'Azienda, il Vertice aziendale ha proseguito il dialogo con le persone;
- è stato varato un nuovo sistema di eventi di comunicazione interna che a cascata coinvolgerà tutta l'Azienda, con un sistema strutturato di monitoring di partecipazione e risultati;
- sono stati organizzati incontri per circa 4.000 persone tra tecnici on field, progettisti, tecnici online e manager, e anche addetti ai servizi di caring della clientela;
- nell'ambito del programma *Scuola di Relazioni Industriali*, che prevede significative azioni di networking con parti sociali, mondo accademico, media e manager del Gruppo, è stato effettuato un incontro-intervista con Raffaele Bonanni, a gennaio 2014 segretario generale del sindacato CISL;
- per quel che riguarda la Intranet aziendale, si è completato il passaggio a una nuova piattaforma social che consente di favorire lo scambio, la condivisione, la creazione di gruppi di lavoro e l'interazione direttamente in rete, garantendo la partecipazione attiva delle persone;
- *Sincronizzando* è il periodico di Telecom Italia che nel 2014 si è evoluto in webzine. La webzine consente di ospitare contributi di manager, colleghi ed esperti esterni e favorisce l'interazione online tra redazione e pubblico di riferimento, Tutti gli articoli, corredati da wiki, tag cloud, modalità di condivisione online, sono infatti commentabili in diretta;
- è stata realizzata la nona edizione della rilevazione di clima in Italia e in Brasile, che ha coinvolto complessivamente circa 66.000 persone. Il modello 2014 è stato arricchito di una specifica sezione dedicata al tema dell'identità. L'analisi dei risultati è stata completata ed è in corso il sistema di divulgazione e responsabilizzazione sugli action plan stabiliti in base alle risultanze della rilevazione.

In Brasile, durante il 2014, sono state realizzate numerose iniziative di comunicazione interna al fine di promuovere l'integrazione tra le persone sul posto di lavoro, allinearle agli obiettivi strategici aziendali e migliorarne il benessere psico-fisico. Ad esempio, la campagna *Diversidade Tim* ha avuto come obiettivo la promozione della diversità e un'integrazione reale e senza pregiudizi,

mentre con la *Campanha de segurança* sono state diffuse all'interno dell'Azienda le principali nozioni per la sicurezza e la salute sul posto di lavoro.

TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA

Il sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro messo in campo da Telecom Italia assicura la piena aderenza dell'Azienda alle normative nazionali e agli accordi presi in merito con le organizzazioni sindacali, e prevede altre numerose iniziative volte ad assicurare una sicurezza sempre maggiore ai lavoratori.

[G4-LA5] In Italia la norma di riferimento è il Testo Unico sulla Salute e Sicurezza sul Lavoro, che, tra l'altro, richiede esplicitamente che ci sia partecipazione e consultazione in materia con i rappresentanti dei lavoratori. La norma richiede che il rappresentante dei lavoratori per la sicurezza sia eletto o designato dai lavoratori nell'ambito delle rappresentanze sindacali in azienda. **[G4-LA8]**, **[G4-LA5]** Il numero, le modalità di designazione o di elezione dei rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza, nonché il tempo di lavoro retribuito e gli strumenti per l'espletamento delle funzioni sono stabiliti in sede di contrattazione collettiva. La normativa è applicata in tutte le realtà italiane e, in particolare, per quanto riguarda Telecom Italia S.p.A., sono stati istituiti i Comitati per la Salute e Sicurezza. Questi Comitati, secondo gli accordi sottoscritti con le organizzazioni sindacali, hanno un ruolo partecipativo e collaborativo atto a garantire analisi e confronto congiunto tra parte aziendale e parte sindacale su tutte le tematiche relative alla tutela della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro, a livello nazionale e territoriale. A tal fine l'accordo istitutivo dei Comitati prevede che sia il Comitato Paritetico Salute e Sicurezza Nazionale (CPSSN) sia ciascuno dei 4 Comitati Paritetici Salute e Sicurezza Territoriali (CPSST) siano composti da tre membri nominati dall'Azienda e tre membri nominati dalle Organizzazioni Sindacali firmatarie dell'accordo. A parte gli specifici compiti assegnati dall'accordo ai Comitati, il CPSSN ha il compito di coordinare e fornire indicazioni ai CPSST che a loro volta fungono da interfaccia e supporto con le rappresentanze dei lavoratori.

[G4-LA7] In Telecom Italia S.p.A. le attività lavorative sono state classificate su livelli di rischio basso e medio, in coerenza con quanto definito dalla normativa di riferimento, secondo la classificazione ATECO dell'Istituto Nazionale di Statistica. Non sono presenti in Azienda attività a rischio alto. Per nessuna malattia professionale si è verificato un numero significativo di casi. Anche nelle altre consociate del Gruppo non sono presenti attività classificate ad alto rischio.

[G4-DMA Occupational Health and Safety] Sul versante della valutazione dei rischi, particolare riguardo ha rivestito lo stress lavoro correlato: nel mese di maggio si è infatti concluso il progetto "Accompagniamo il cambiamento", condotto tra il 2013 e il 2014, che ha avuto come obiettivo non solo di valutare i singoli fattori di stress correlati al lavoro, ma anche di definire l'impatto del costante cambiamento organizzativo sulla salute psicofisica dei lavoratori di alcuni customer care



e del mondo tecnico. Tanto durante la fase di analisi quanto in quella di individuazione di misure di miglioramento l'Azienda è stata seguita da un team di ricerca costituito dalla Sezione di Medicina del Lavoro dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata" e da un partner esperto in materia; al progetto hanno partecipato attivamente tutti i manager delle funzioni coinvolte.

Il progetto è stato disegnato e realizzato per analizzare la realtà organizzativa e approfondire il vissuto dei lavoratori, con il fine ultimo di ideare e proporre possibili strumenti di gestione, comunicazione e monitoraggio degli effetti del cambiamento aziendale, in modo da fornire un valido aiuto sia alla linea manageriale sia alla popolazione lavorativa coinvolta. A tal fine si è reso necessario il coinvolgimento diretto di un campione molto ampio di dipendenti (circa 2.300) che hanno collaborato non solo nell'identificare le aree di maggior criticità, ma anche nel proporre interventi migliorativi. Inoltre l'attività di analisi e valutazione ha visto la partecipazione attiva, a fianco del team di ricerca, di un gruppo formato da 12 dipendenti con esperienza e competenza in materia, provenienti da diverse realtà aziendali. Il gruppo ha ricevuto una specifica formazione in tema di analisi e gestione del rischio stress lavoro-correlato e ha affiancato la consulenza nelle attività sul campo. Telecom Italia ha inteso così costituire al proprio interno un bacino di esperti che possa fungere da presidio stabile per le future attività di valutazione del rischio stress e, più in generale, dei rischi psicosociali correlati al lavoro, a supporto di tutte le eventuali iniziative in tema di benessere psico-fisico.

Al termine delle attività d'indagine sono state identificate le aree critiche (organizzazione, formazione, comunicazione, valorizzazione del capitale umano) su cui intervenire e sono state definite le specifiche azioni di miglioramento, avviate a decorrere dal secondo semestre del 2014. Per ciascuna azione sono state definite tempistiche di attuazione e indicatori di efficacia. Il piano azioni è stato condiviso con le rappresentanze sindacali ed è stato quindi pubblicato sulla intranet aziendale, in modo da permettere a tutti i lavoratori interessati di prenderne visione e monitorare lo stato di avanzamento.

Il percorso messo in campo è stato considerato una best practice da istituzioni ed esperti del settore, a livello nazionale e internazionale. A tal riguardo Telecom Italia è diventata partner della campagna 2014-2015 "Insieme per la prevenzione e la gestione dello stress lavoro correlato" promossa dall'Agenzia Europea per la sicurezza e la salute sul lavoro. La partnership consente di entrare a far parte di un network internazionale di imprese al fine di mettere a fattor comune le esperienze e i progetti sul tema e contribuire così a costruire una maggior consapevolezza.

Sul tema della prevenzione e con l'obiettivo di individuare eventuali aree critiche sulle quali intervenire con azioni di miglioramento, a partire dal 2013 è stata definita una metodologia di analisi e approfondimento basata sulla redazione di istruttorie in occasione di infortuni sul lavoro con elevato numero di giorni di prima prognosi o con dinamiche particolari. L'attività condotta lo scorso anno sul perimetro dei tecnici on field ha consentito di intervenire nel processo di aggiornamento della valutazione dei rischi individuando e introducendo ulteriori misure di protezione e controllo.

Nel corso del 2014 l'attività di analisi è stata estesa a tutto il perimetro aziendale fornendo ulteriori elementi di valutazione e spunti di miglioramento nell'ambito dell'organizzazione operativa.

Nel 2014 è proseguito il rilevante impegno dell'Azienda sulla formazione sulla sicurezza. I programmi che hanno interessato i lavoratori sono stati differenziati in virtù della classificazione del rischio basso o medio associato alle lavorazioni svolte e hanno previsto formazione di 4 ore on line per tutti, ma anche 1.206 sessioni in aula di 4 o 8 ore che, solo nel 2014, hanno interessato circa 44.000 dipendenti.

Per quanto riguarda il management, nel mese di luglio è stato avviato il percorso organizzato in due giornate di formazione volte ad approfondire l'attuale assetto dell'organizzazione aziendale in materia di sicurezza e il ruolo manageriale nella prevenzione. Il progetto vede il coinvolgimento di circa 1.400 dirigenti e quadri in posizione di responsabilità e si concluderà a giugno 2015.

Infine, come ogni anno è proseguita in Italia l'organizzazione di corsi di guida sicura on road e off road dedicati al personale che utilizza auto aziendali con il coinvolgimento di circa 650 risorse.

Sul piano del confronto, prosegue l'attività di benchmarking promossa da Telecom Italia con il coinvolgimento delle principali imprese di rete italiane (Enel, Poste Italiane, Ferrovie dello Stato, Terna, Anas, Autostrade per l'Italia, Vodafone, ecc.) con incontri periodici su tematiche di salute e sicurezza e workshop, organizzati a rotazione da ciascuna azienda, con la partecipazione di esperti del settore e di enti istituzionali. Gli incontri e i workshop hanno la finalità di condividere le best practice adottate dalle imprese aderenti al tavolo di lavoro e individuare soluzioni condivise su problematiche comuni alle imprese a rete.

In Brasile

[G4-DMA Occupational Health and Safety] In TIM Brasile tutti i dipendenti ricevono dopo l'assunzione una formazione in materia di salute e sicurezza in Azienda. Vengono inoltre regolarmente effettuati controlli per identificare i rischi e le relative misure di controllo, le cui risultanze vengono riportate nel documento *Programma di Prevenzione per i Rischi Ambientali*. Il documento, redatto per ogni sito TIM, viene aggiornato annualmente, secondo quanto previsto dalla legge.

Ogni anno si svolge la Settimana Interna della Prevenzione Infortuni, durante la quale i dipendenti vengono informati sui rischi legati all'ambiente di lavoro e sulle relative misure di controllo.

[G4-LA5] Nei siti TIM Brasil con oltre 50 dipendenti sono state costituite commissioni interne per la prevenzione degli infortuni sul lavoro (Cipas), per complessive 10 commissioni su tutto il territorio nazionale. Le commissioni sono composte da dipendenti, eletti per il 50% da dipendenti con ruolo di responsabilità e, per il restante 50%, da dipendenti senza incarichi di responsabilità. Nei siti aziendali con meno di 50 dipendenti, un dipendente viene formato appositamente per seguire queste attività.



[G4-LA8] Di norma in Brasile gli accordi collettivi prevedono che vengano riportate anche informazioni sulla prevenzione degli infortuni e delle malattie professionali, e TIM Brasil segue questa prassi. Inoltre, SINTTEL, uno dei sindacati che rappresentano i lavoratori del settore delle telecomunicazioni in Brasile, si è impegnato a collaborare con TIM Brasil per effettuare studi e campagne relative alla salute e sicurezza dei lavoratori.

Infortuni

| | 31.12.2014 | 31.12.2013 | 31.12.2012 |
|---|------------|------------|------------|
| Numero infortuni (esclusi in itinere) | 566 | 538 | 577 |
| Indice di gravità ^(*) | 0,33 | 0,21 | 0,15 |
| Indice di frequenza ^(*) | 8,96 | 8,34 | 8,10 |
| Durata media in ore | 130,36 | 132,83 | 97,46 |
| Indice di improduttività ^(*) | 1,38 | 1,40 | 0,94 |
| Infortuni x 100 lavoratori | 1,30 | 1,23 | 1,23 |

- * Gli indici di gravità, di frequenza e di improduttività rappresentano rispettivamente:
- i giorni convenzionali persi per infortunio ogni mille ore lavorate
 - gli infortuni per ogni milione di ore lavorate
 - le ore perse per infortunio ogni mille lavorate

I dettagli relativi agli infortuni, alle malattie professionali e alle assenze richiesti dallo standard GRI-G4 [G4-LA6a] sono riportati nell'appendice al presente capitolo. Le tipologie di infortunistica riscontrate sono state, in ordine decrescente: cadute, incidenti stradali, distorsioni, strappi, maneggio materiali, urti, e altre tipologie minori.

Nel periodo 2012-2014 è avvenuto un decesso (anno 2014, uomo), dovuto ad un incidente stradale in orario di lavoro.

Per quanto riguarda le malattie professionali sono state prese in considerazione le denunce presentate all'INAIL nell'anno di riferimento e sottoposte ad iter di riconoscimento.

Nel corso del 2014 le malattie professionali denunciate dai lavoratori hanno riguardato prevalentemente casi di "postura incogrua e microtraumi ripetuti" e "malattie psichiche/psicosomatiche". Le procedure di riconoscimento da parte dell'INAIL delle malattie professionali denunciate dai lavoratori sono in larga maggioranza ancora aperte e, storicamente, il riconoscimento avviene in pochi casi.

[G4-LA6b] Nell'unica realtà aziendale in cui il core business dell'Azienda viene svolto in parte da dipendenti di fornitori (IT Telecom) non sono stati segnalati né infortuni, né malattie professionali.

[G4-LA6c] In Telecom Italia esiste una procedura in cui vengono descritte le norme e gli adempimenti che ciascun soggetto deve porre in essere nel processo di "genesì", gestione e chiusura delle denunce di infortunio sul lavoro e/o in itinere occorsi ai lavoratori per i quali le aziende sono tenute al pagamento del premio INAIL (Istituto Nazionale per l'Assicurazione contro gli Infortuni sul Lavoro). La procedura prevede che al verificarsi di un infortunio il lavoratore invia un certificato

di infortunio al proprio responsabile e alla gestione del personale. Quest'ultima inoltra la denuncia d'infortunio all'INAIL che, dopo opportune verifiche, confermerà o meno l'infortunio. Nel caso in cui l'infortunio non fosse riconosciuto, i giorni di assenza del lavoratore diventeranno in automatico giorni di assenza per malattia ordinaria.

RELAZIONI INDUSTRIALI

[G4-HR4], [G4-DMA Employment] Da sempre Telecom Italia intrattiene rapporti aperti e trasparenti con i sindacati e le rappresentanze dei lavoratori, nella convinzione che solo attraverso un confronto continuo e costruttivo si possa arrivare alle soluzioni di miglior equilibrio rispetto alle aspettative di tutti gli stakeholder.

[G4-11] Tutti lavoratori del Gruppo, tanto in Italia quanto in Brasile, sono coperti da contratti collettivi di lavoro concordati con le organizzazioni sindacali, e a tutto il personale è garantita la possibilità di partecipare alle assemblee sindacali, in termini di ore di permesso retribuito e di spazi aziendali che ne consentano lo svolgimento, nonché di partecipare liberamente alle consultazioni per l'elezione dei rappresentanti sindacali. In nessuna delle operazioni del Gruppo il diritto alla partecipazione sindacale è a rischio o messo in discussione. Gli accordi sindacali, tra l'altro, specificano le modalità di fruizione dei diritti e stabiliscono gli organi di controllo per il loro rispetto. [G4-LA4] I cambiamenti organizzativi con significativa incidenza sui livelli occupazionali e sul personale sono discussi con le rappresentanze sindacali e, in taluni casi, si procede alla stipula di un accordo ad hoc, nel qual caso l'accordo stesso specifica i tempi e le modalità della riorganizzazione. [G4-HR5], [G4-HR6] La collaborazione con le rappresentanze dei lavoratori, insieme alle procedure e ai sistemi di controllo interni, ha fatto sì che non sia stata segnalata alcuna violazione o alcun rischio riguardante l'applicazione delle policy di Responsabilità Sociale del Gruppo, che tutelano i diritti fondamentali del lavoro, quali il divieto di lavoro coatto o di lavoro minorile⁴.

TELECOM ITALIA S.P.A.

Il sistema relazionale di Telecom Italia S.p.A. si è evoluto coerentemente con un sistema partecipativo consolidato nel tempo. La partecipazione è percepita come un valore da ricercare in ogni sede di confronto, non soltanto negoziale. Nel 2014 sono state intensificate le fasi preventive dell'informazione e i momenti di confronto sindacale, anche attraverso specifici organismi aziendali (in forma di commissioni paritetiche permanenti o ad hoc), con il compito di approfondire in modo tecnico varie tematiche demandate dal Coordinamento Nazionale Rappresentanze Sindacali Unitarie (RSU), fra cui i turni di lavoro, il telelavoro, le nuove modalità della prestazione lavorativa e la geolocalizzazione degli automezzi dei tecnici on field.

La ricerca del dialogo costante e del confronto costruttivo con il sindacato ha favorito la condivi-

⁴ In tema di lavoro minorile, le policy consentono alcune deroghe, interamente legali, come, ad esempio, i contratti di formazione incentivati dal Governo Brasiliano.



sione di importanti intese, sottoscritte con le organizzazioni sindacali e il Coordinamento Nazionale delle RSU, volte a contemperare sia le esigenze di business sia quelle delle persone che lavorano in Azienda.

Un esempio di collaborazione tra Azienda e rappresentanze sindacali per arrivare a soluzioni sostenibili per entrambe le parti è l'accordo fra l'Azienda e la rappresentanza sindacale dei dirigenti del Gruppo.

L'accordo prevede che i dirigenti partecipino, attraverso forme diverse, agli oneri che gravano sui dipendenti cui sono applicati i contratti di solidarietà, oneri peraltro aumentati per effetto della riduzione dell'integrazione salariale prevista per il 2014 dalla Legge di Stabilità⁵. Dall'applicazione di tale accordo deriveranno risorse economiche stimate in circa 4 milioni di euro, a cui si aggiungeranno ulteriori 4 milioni di euro resi disponibili dall'Azienda per effetto di recuperi di produttività. L'intero valore andrà ad alimentare le posizioni contributive individuali dei dipendenti iscritti ai fondi previdenziali complementari chiusi, ai non iscritti saranno invece corrisposti in busta paga importi equivalenti sotto forma di una tantum.

Anche il piano di business transformation per il rilancio del canale retail di vendita è stato ampiamente illustrato alle organizzazioni sindacali e, nell'ambito di un intenso confronto, le parti hanno condiviso il percorso per la sua realizzazione, con l'obiettivo comune di individuare soluzioni sostenibili per le persone anche a salvaguardia delle professionalità.

Azienda e sindacati hanno inoltre individuato soluzioni condivise per l'introduzione di nuovi turni di lavoro per le persone che operano in ambito Caring Services (servizio 191), che contribuiranno a migliorare ulteriormente il livello di presidio del servizio e a soddisfare le esigenze della clientela di riferimento. In tale ambito sono stati previsti diversi strumenti mirati a garantire una migliore conciliazione vita-lavoro delle persone, quali l'accoglimento delle richieste di passaggio a tempo parziale per le lavoratrici madri di bambini in età pre-scolare e l'introduzione di un'apposita bacheca elettronica per facilitare i cambi turno tra gli operatori.

Come misura concreta a sostegno dei livelli occupazionali interni, l'azienda ha realizzato un significativo piano di insourcing delle attività a valore aggiunto, concordato con le Organizzazioni Sindacali. Questo ha comportato l'opportunità di accedere a percorsi di riqualificazione professionale, accompagnati da significativi e specifici programmi formativi, assicurando così una "seconda vita" lavorativa a centinaia di persone interessate al cambiamento. L'ottimizzazione dell'uso delle risorse, unita agli incrementi di produttività abilitati dagli accordi sindacali citati, ha consentito a Telecom Italia di realizzare insourcing, nel biennio 2013-2014, per circa 2.860 full time equivalent, superando il target previsto.

⁵ Il Contratto di Solidarietà di tipo "difensivo" è un accordo che prevede una riduzione dell'orario di lavoro al fine di evitare la riduzione del personale. Per i lavoratori interessati dall'applicazione del Contratto, è prevista una parziale integrazione, da parte dell'INPS, della retribuzione non percepita per effetto della relativa riduzione dell'orario di lavoro.

BRASILE

Gli incontri per discutere le modifiche all'accordo collettivo - ACT 2014/2016 sono iniziate nel mese di agosto e sono terminate a novembre. I negoziati si sono svolti con le due federazioni nazionali (FENATTEL e FITTEL) che rappresentano insieme i 27 sindacati del Paese. Le assemblee con i lavoratori per il nuovo contratto collettivo si sono svolte nel mese di novembre in tutto il Paese e, a livello nazionale, sono poi state approvate le condizioni proposte e votate nelle assemblee. Oltre ad alcune modifiche di tipo economico, gli accordi hanno riguardato l'inserimento di 23 nuove clausole sociali, tra le quali la trasformazione delle giornate del 24 e del 31 dicembre in giornate di riposo, il riconoscimento delle coppie di fatto (omo e eterosessuali) e dei loro figli (anche adottivi), il diritto a permessi per lavoratrici vittime di violenza domestica.

POLITICA DI REMUNERAZIONE

La politica di remunerazione del Gruppo è costruita in modo da garantire i necessari livelli di competitività dell'impresa sul mercato del lavoro. La competitività si traduce nel sostenere gli obiettivi strategici, perseguire la sostenibilità dei risultati nel lungo termine e tendere al giusto equilibrio tra le esigenze di unitarietà del Gruppo e di differenziazione dei diversi mercati di riferimento. Ne consegue un'architettura retributiva prioritariamente finalizzata a garantire il corretto bilanciamento della componente fissa e della componente variabile, di breve e di lungo termine, cui si affiancano il sistema dei benefit e altri strumenti quali il Piano di Azionariato Diffuso.

Più in particolare, la componente fissa riflette l'ampiezza e la strategicità del ruolo ricoperto, misurato rispetto al mercato, e apprezza le caratteristiche soggettive e le competenze distintive possedute. La retribuzione variabile a breve termine (MBO) è invece finalizzata a rendere trasparente il legame tra riconoscimento economico e grado di raggiungimento degli obiettivi annuali. A tal fine gli obiettivi sono fissati con riferimento a indicatori di natura quali-quantitativa, rappresentativi e coerenti con le priorità strategiche e di piano industriale, misurati secondo criteri predefiniti e oggettivi. Inoltre, per rendere più sfidante il sistema di incentivazione manageriale, nel 2014 è stato introdotto un meccanismo di "cancello", cioè una soglia di accesso ai soli obiettivi aziendali: in caso di mancato raggiungimento dell'obiettivo "cancello", questo meccanismo non consente la maturazione del premio correlato al consuntivo dei restanti obiettivi aziendali.

La componente variabile di lungo termine è finalizzata a promuovere l'allineamento tra gli interessi del management e quelli degli azionisti attraverso la partecipazione al rischio d'impresa, con ricadute positive attese in termini di crescita di valore dell'azione. Con tale finalità, è stato lanciato il 26 giugno 2014 il Piano di Stock Option 2014-2016 che ha interessato l'Amministratore



Delegato, il Top Management e un bacino selezionato della dirigenza⁶.

Va inoltre sottolineato che la politica meritocratica del 2014 è stata inserita all'interno di una visione più ampia di Total Rewarding in cui, agli strumenti più classici della Compensation (retribuzione fissa, variabile e benefit), si accompagnano, integrandosi, componenti non direttamente monetarie (sviluppo e formazione).

Infine, fra i possibili strumenti di politica retributiva va segnalato il Piano di Azionariato Diffuso (PAD), finalizzato a sostenere la motivazione dei dipendenti e a rafforzare il senso di appartenenza. A giugno 2014 l'Azienda ha lanciato un nuovo PAD in virtù del quale tutti i dipendenti con contratto a tempo indeterminato di Telecom Italia S.p.A. e delle sue controllate con sede legale in Italia hanno potuto sottoscrivere azioni con uno sconto del 10% sul prezzo di mercato. Rispetto all'analogia iniziativa lanciata nel 2010, il nuovo PAD ha presentato alcune importanti novità: innalzamento dell'investimento massimo (da 3.000 a 5.000 euro) e possibilità di pagare utilizzando il trattamento di fine rapporto.

Inoltre, nel caso di mantenimento della proprietà delle azioni e in costanza di rapporto di lavoro, è stata prevista dopo un anno l'assegnazione di un'azione gratuita ogni tre azioni sottoscritte (bonus share). L'operazione ha riscontrato un particolare successo: circa 18.000 dipendenti hanno aderito (il doppio rispetto al 2010) ed è stata richiesta la sottoscrizione di oltre 96 milioni di azioni (rispetto ai 54 milioni a disposizione).

Di seguito sono riportate le principali tipologie di obiettivi legati alla sostenibilità presenti nel sistema di MBO aziendale.

| Stakeholder di riferimento | Obiettivi oggetto di incentivazione | % di manager (a cui l'obiettivo si applica) |
|----------------------------|--|---|
| Clienti | - Customer satisfaction | 99% |
| | - Qualità del servizio erogato | 22% |
| | - Qualità del servizio percepita dai clienti consumer e business | 99% |
| | - Qualità del servizio percepita dagli altri operatori nazionali di telefonia fissa e mobile | 9% |
| Risorse Umane | - Salute e sicurezza dei dipendenti | } 3% |
| | - Programmi di formazione e crescita professionale | |
| | - Attività di welfare (People Caring) e benessere per i dipendenti | |
| Ambiente | - Consumi di materiali, energia | 2% |
| Azionisti e Istituzioni | - Qualità e tempestività dell'informativa societaria | 1% |
| Comunità | - Organizzazione di manifestazioni ed eventi corporate | } 1% |
| | - Qualità di iniziative/progetti corporate | |

⁶ Al fine di fornire un'indicazione corretta del rapporto tra la remunerazione del Top Management e il resto della popolazione aziendale [G4-54], [G4-55], alla luce dei cambiamenti organizzativi che hanno interessato il Gruppo nell'ultimo periodo e in conformità con la "Policy per la Classificazione e la Gestione delle Informazioni sotto il profilo della Riservatezza", Telecom Italia fornisce alcune indicazioni, utili al calcolo, nelle consuete modalità tabellari della Relazione sulla Remunerazione (pag 24) e nella Relazione Finanziaria Annuale (pag 274). Il prosieguo del processo di implementazione delle linee guida GRI G4 consentirà, anche a livello di settore, di valutarne le modalità di rappresentazione.

I dettagli relativi alla remunerazione richiesti dallo standard [G4-LA13] sono contenuti nell'appendice al presente capitolo.

SEGNALAZIONI PERVENUTE TRAMITE LA PROCEDURA PER IL CONTROLLO INTERNO

[G4-LA16] Sono di seguito esposte le segnalazioni ricevute attraverso la Procedura di Segnalazione per il Controllo Interno (cfr. capitolo *Sostenibilità e Governance/Cenni sulla Corporate Governance*) relative a questioni di lavoro per il triennio 2014-2012.

| | 2014 | di cui sostanziate | 2013 | di cui sostanziate | 2012 | di cui sostanziate |
|--|------|--------------------|------|--------------------|------|--------------------|
| Numero totale segnalazioni relative a questioni di lavoro pervenute attraverso meccanismi formali nel periodo di riferimento | 7 | 0 | 3 | 0 | 14 | 4 |
| Di cui gestite durante il periodo di riferimento | 7 | 0 | 3 | 0 | 14 | 4 |
| Di cui risolte durante il periodo di riferimento | 7 | 0 | 2 | 0 | 14 | 4 |
| Numero totale di segnalazioni relative a questioni di lavoro pervenute in precedenza che sono state risolte nel periodo di riferimento | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

In Brasile la Procedura di Segnalazioni è attiva dal 2014, anno in cui sono state ricevute 7 segnalazioni relative a questioni di lavoro, di cui 6 sono risultate sostanziate e sono state tutte gestite e risolte nel corso dell'anno.

APPENDICE – TABELLE DI DETTAGLIO

Sono di seguito riportati i dati analitici dell'organico aziendale, segmentati secondo le indicazioni dello standard GRI G4. Il dato di Gruppo include, oltre alle Business Unit Domestic, Brasile e Media, altre piccolissime entità per un totale pochissime unità. Seguendo il principio di rilevanza, non è stata inserita una colonna apposita anche per queste entità.



[G4-10a] Dipendenti per tipologia di contratto e genere

| | 2014 | | 2013 | | 2012 | |
|----------|---------------------------------|--------|---------------------------------|--------|---------------------------------|--------|
| | Contratto a tempo indeterminato | | Contratto a tempo indeterminato | | Contratto a tempo indeterminato | |
| | Uomo | Donna | Uomo | Donna | Uomo | Donna |
| Gruppo | 41.753 | 24.166 | 41.313 | 24.182 | 41.887 | 24.235 |
| Domestic | 35.793 | 17.180 | 35.988 | 17.266 | 36.399 | 17.402 |
| Brasile | 5.884 | 6.957 | 5.256 | 6.884 | 5.073 | 6.549 |
| Media | 66 | 22 | 58 | 25 | 404 | 276 |

| | 2014 | | 2013 | | 2012 | |
|----------|-------------------------------|-------|-------------------------------|-------|-------------------------------|-------|
| | Contratto a tempo determinato | | Contratto a tempo determinato | | Contratto a tempo determinato | |
| | Uomo | Donna | Uomo | Donna | Uomo | Donna |
| Gruppo | 55 | 42 | 25 | 21 | 74 | 62 |
| Domestic | 55 | 40 | 24 | 18 | 61 | 54 |
| Brasile | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Media | 0 | 0 | 1 | 0 | 13 | 6 |

[G4-10b] Dipendenti con contratto a tempo indeterminato e determinato, per tipologia di impiego e genere

Dipendenti con contratto a tempo indeterminato

| | 2014 | | | | 2013 | | | | 2012 | | | |
|----------|-----------|--------|-----------|-------|-----------|--------|-----------|-------|-----------|--------|-----------|-------|
| | Full Time | | Part Time | | Full Time | | Part Time | | Full Time | | Part Time | |
| | Uomo | Donna | Uomo | Donna | Uomo | Donna | Uomo | Donna | Uomo | Donna | Uomo | Donna |
| Gruppo | 39.742 | 15.039 | 2.011 | 9.127 | 39.155 | 14.945 | 2.158 | 9.237 | 39.625 | 15.005 | 2.262 | 9.230 |
| Domestic | 34.783 | 11.107 | 1.010 | 6.073 | 34.904 | 11.201 | 1.084 | 6.065 | 35.226 | 11.353 | 1.173 | 6.049 |
| Brasile | 4.884 | 3.905 | 1.000 | 3.052 | 4.183 | 3.715 | 1.073 | 3.169 | 3.988 | 3.392 | 1.085 | 3.157 |
| Media | 66 | 21 | 0 | 1 | 58 | 23 | 0 | 2 | 401 | 255 | 3 | 21 |

Dipendenti con contratto a tempo determinato

| | 2014 | | | | 2013 | | | | 2012 | | | |
|----------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
| | Full Time | | Part Time | | Full Time | | Part Time | | Full Time | | Part Time | |
| | Uomo | Donna |
| Gruppo | 8 | 8 | 47 | 34 | 2 | 3 | 23 | 18 | 16 | 11 | 58 | 51 |
| Domestic | 8 | 6 | 47 | 34 | 1 | 0 | 23 | 18 | 3 | 3 | 58 | 51 |
| Brasile | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Media | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 13 | 6 | 0 | 0 |

[G4-10c] Dipendenti a payroll e lavoratori con contratto di somministrazione per genere**Dipendenti a payroll**

| | 2014 | | 2013 | | 2012 | |
|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | Uomo | Donna | Uomo | Donna | Uomo | Donna |
| Gruppo | 41.808 | 24.208 | 41.338 | 24.203 | 41.961 | 24.297 |
| Domestic | 35.848 | 17.220 | 36.012 | 17.284 | 36.460 | 17.456 |
| Brasile | 5.884 | 6.957 | 5.256 | 6.884 | 5.073 | 6.549 |
| Media | 66 | 22 | 59 | 25 | 417 | 282 |

Lavoratori con contratto di somministrazione

| | 2014 | | 2013 | | 2012 | |
|----------|------|-------|------|-------|------|-------|
| | Uomo | Donna | Uomo | Donna | Uomo | Donna |
| Gruppo | 3 | 6 | 1 | 3 | 21 | 19 |
| Domestic | 3 | 5 | 1 | 3 | 1 | 3 |
| Brasile | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Media | 0 | 1 | 0 | 0 | 20 | 16 |

[G4-10d] Dipendenti per area geografica e per genere

| | 2014 | | | 2013 | | | 2012 | | |
|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | Italia | Estero | Totale | Italia | Estero | Totale | Italia | Estero | Totale |
| Uomini | 35.706 | 6.102 | 41.808 | 35.876 | 5.499 | 41.375 | 36.682 | 5.322 | 42.004 |
| Donne | 17.172 | 7.036 | 24.208 | 17.276 | 6.968 | 24.244 | 17.698 | 6.639 | 24.337 |
| Totale | 52.878 | 13.138 | 66.016 | 53.152 | 12.467 | 65.619 | 54.380 | 11.961 | 66.341 |

[G4-10e] Dipendenti di fornitori che lavorano presso le sedi del Gruppo e le cui attività rientrano nel core business di Telecom Italia¹

| | 2014 | 2013 | 2012 |
|---------------------|------|-------|-------|
| FTE esterni on site | 985 | 1.869 | 3.452 |

¹ Le uniche operazioni di core business che fanno ricorso a un rilevante apporto del lavoro di dipendenti di fornitori presso le sedi aziendali sono relative allo sviluppo di piattaforme informatiche. I dati nella tabella si riferiscono esclusivamente a questa realtà.

**[G4-LA1a] Assunzioni per età e area geografica**

| | 2014 | | | 2013 | | | 2012 | | |
|----------|-------|--------------|-----|-------|--------------|-----|-------|--------------|-----|
| | <30 | >=30 <=50 | >50 | <30 | >=30 <=50 | >50 | <30 | >=30 <=50 | >50 |
| Gruppo | 3.917 | 1.779 | 114 | 3.795 | 1.409 | 87 | 4.976 | 1.602 | 54 |
| Domestic | 241 | 258 | 82 | 186 | 172 | 51 | 555 | 227 | 23 |
| Brasile | 3.675 | 1.511 | 30 | 3.606 | 1.237 | 34 | 4.414 | 1.334 | 28 |
| Media | 1 | 10 | 2 | 1 | 0 | 2 | 4 | 41 | 3 |

[G4-LA1a] Assunzioni per genere e area geografica

| | 2014 | | 2013 | | 2012 | |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | Uomo | Donna | Uomo | Donna | Uomo | Donna |
| Gruppo | 2.781 | 3.029 | 2.111 | 3.180 | 2.699 | 3.933 |
| Domestic | 384 | 197 | 245 | 164 | 431 | 374 |
| Brasile | 2.387 | 2.829 | 1.863 | 3.014 | 2.237 | 3.539 |
| Media | 10 | 3 | 2 | 1 | 28 | 20 |

[G4-LA1b] Turnover per genere e area geografica

| | 2014 | | 2013 | | 2012 | |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | Uomo | Donna | Uomo | Donna | Uomo | Donna |
| Gruppo | 2.350 | 3.058 | 2.416 | 3.010 | 4.046 | 3.693 |
| Domestic | 583 | 306 | 719 | 344 | 2.279 | 703 |
| Brasile | 1.763 | 2.752 | 1.695 | 2.664 | 1.720 | 2.990 |
| Media | 2 | 0 | 1 | 1 | 46 | 0 |

[G4-LA1b] Turnover per età e area geografica

| | 2014 | | | 2013 | | | 2012 | | |
|----------|-------|--------------|-----|-------|--------------|-----|-------|--------------|-------|
| | <30 | >=30 <=50 | >50 | <30 | >=30 <=50 | >50 | <30 | >=30 <=50 | >50 |
| Gruppo | 3.283 | 1.682 | 443 | 3.450 | 1.588 | 388 | 3.621 | 1.785 | 2.333 |
| Domestic | 129 | 355 | 405 | 267 | 451 | 345 | 239 | 454 | 2.289 |
| Brasile | 3.151 | 1.326 | 38 | 3.183 | 1.133 | 43 | 3.382 | 1.284 | 44 |
| Media | 2 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 46 | 0 |

[G4-LA3b] Dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale per genere

| | 2014 | | 2013 | | 2012 | |
|----------|------|-------|------|-------|------|-------|
| | Uomo | Donna | Uomo | Donna | Uomo | Donna |
| Gruppo | 191 | 1.796 | 177 | 1.775 | 131 | 1.856 |
| Domestic | 81 | 1.244 | 71 | 1.290 | 51 | 1.415 |
| Brasile | 110 | 549 | 106 | 483 | 74 | 413 |
| Media | 0 | 2 | 0 | 1 | 6 | 27 |

[G4-LA3c] Dipendenti che sono rientrati dopo aver usufruito del congedo parentale per genere¹

| | 2014 | | 2013 | | 2012 | |
|----------|------|-------|------|-------|------|-------|
| | Uomo | Donna | Uomo | Donna | Uomo | Donna |
| Gruppo | * | * | 175 | 1.759 | 130 | 1.807 |
| Domestic | * | * | 71 | 1.278 | 51 | 1.399 |
| Brasile | * | * | 104 | 473 | 73 | 407 |
| Media | * | * | n.d. | n.d. | n.d. | n.d. |

¹ Si noti che, nella rappresentazione tabellare, l'anno di pertinenza del rientro del dipendente x non è stato calcolato in base all'anno in cui x è di fatto rientrato, ma in base all'anno in cui x ha preso il congedo. Quindi, se x ha preso il congedo nel 2013 ed è rientrato nel 2014, il suo rientro è comunque riportato nella colonna 2013. Questo è il motivo per cui i dati relativi alla colonna 2014 sono ancora parziali e quindi non ancora pubblicabili.

* Il dato sarà disponibile a chiusura dell'anno 2015.

**[G4-LA3d] Dipendenti al lavoro dopo un anno dal termine del congedo parentale per genere¹**

| | 2014 | | 2013 | | 2012 | |
|----------|------|-------|------|-------|------|-------|
| | Uomo | Donna | Uomo | Donna | Uomo | Donna |
| Gruppo | * | * | 145 | 1.586 | 115 | 1.620 |
| Domestic | * | * | 70 | 1.260 | 49 | 1.363 |
| Brasile | * | * | 75 | 326 | 66 | 253 |
| Media | * | * | n.d. | n.d. | n.d. | n.d. |

¹ Si noti che, nella rappresentazione tabellare, l'anno di pertinenza della persistenza al lavoro del dipendente x non è stato calcolato in base all'anno in cui di fatto x era a lavoro dopo 12 mesi dal congedo, ma in base all'anno in cui x ha preso il congedo. Quindi, se x ha preso il congedo nel 2013 e dopo 12 mesi era ancora a lavoro nel 2014, la sua persistenza al lavoro è comunque riportata nella colonna 2013. Non sapendo ancora chi, dei dipendenti che sono andati in congedo nel 2014, sarà ancora a lavoro dopo 12 mesi, non siamo ancora in grado di calcolare il dato relativo al 2014.

* Il dato sarà disponibile a chiusura dell'anno 2015.

[G4-LA3e] (return to work rate) Percentuale di dipendenti tornati al lavoro dopo il congedo parentale sul totale dei dipendenti beneficiari del congedo (LAc/LAb)

| | 2014 | | 2013 | | 2012 | |
|----------|------|-------|------|-------|------|-------|
| | Uomo | Donna | Uomo | Donna | Uomo | Donna |
| Gruppo | * | * | 99% | 99% | 99% | 97% |
| Domestic | * | * | 100% | 99% | 100% | 99% |
| Brasile | * | * | 98% | 98% | 99% | 99% |
| Media | * | * | n.d. | n.d. | n.d. | n.d. |

* Il dato sarà disponibile a chiusura dell'anno 2015.

[G4-LA3e] (retention rate) Percentuale di dipendenti al lavoro dopo 12 mesi dal termine del congedo parentale sul totale dei dipendenti beneficiari del congedo (LAd/LAb)

| | 2014 | | 2013 | | 2012 | |
|----------|------|-------|------|-------|------|-------|
| | Uomo | Donna | Uomo | Donna | Uomo | Donna |
| Gruppo | * | * | 83% | 90% | 88% | 90% |
| Domestic | * | * | 99% | 99% | 96% | 97% |
| Brasile | * | * | 72% | 69% | 90% | 62% |
| Media | * | * | n.a. | n.a. | n.a. | n.a. |

* Il dato sarà disponibile a chiusura dell'anno 2015.

[G4-LA6a] Tasso di infortuni sul totale della forza lavoro* (numero infortuni su ore lavorate)

| | 2014 | | 2013 | | 2012 | |
|----------|------|-------|------|-------|------|-------|
| | Uomo | Donna | Uomo | Donna | Uomo | Donna |
| Gruppo | 8,12 | 3,63 | 7,70 | 3,19 | 7,73 | 3,63 |
| Domestic | 9,57 | 4,80 | 8,75 | 4,16 | 8,49 | 4,43 |
| Brasile | 0,88 | 1,40 | 1,63 | 1,17 | 2,61 | 1,69 |
| Media | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | n.d | n.d |

* I somministrati non vengono considerati in questo tipo di rilevazione. La loro incidenza a livello Gruppo è comunque bassissima (9 persone al 31.12.2014).

[G4-LA6a] Tasso di giorni persi sulla forza lavoro* (giorni di infortunio su ore lavorabili)

| | 2014 | | 2013 | | 2012 | |
|----------|------|-------|------|-------|------|-------|
| | Uomo | Donna | Uomo | Donna | Uomo | Donna |
| Gruppo | 0,29 | 0,07 | 0,17 | 0,07 | 0,12 | 0,06 |
| Domestic | 0,35 | 0,10 | 0,20 | 0,09 | 0,14 | 0,08 |
| Brasile | 0,01 | 0,01 | 0,03 | 0,01 | 0,01 | 0,02 |
| Media | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | n.d | n.d |

* I somministrati non vengono considerati in questo tipo di rilevazione. La loro incidenza a livello Gruppo è comunque bassissima (9 persone al 31.12.2014).

[G4-LA6a] Tasso di assenteismo sul totale della forza lavoro* (totale ore di assenteismo su ore lavorabili)

| | 2014 | | 2013 | | 2012 | |
|----------|-------|-------|-------|-------|------|-------|
| | Uomo | Donna | Uomo | Donna | Uomo | Donna |
| Gruppo | 6,39 | 10,28 | 6,87 | 12,52 | 6,85 | 12,99 |
| Domestic | 7,14 | 11,74 | 7,58 | 15,07 | 7,49 | 15,26 |
| Brasile | 2,34 | 7,27 | 2,44 | 6,72 | 2,29 | 7,00 |
| Media | 12,01 | 13,01 | 10,90 | 10,77 | n.d | n.d. |

* I somministrati non vengono considerati in questo tipo di rilevazione. La loro incidenza a livello Gruppo è comunque bassissima (9 persone al 31.12.2014).



[G4-LA6a] Tasso di malattie professionali* sul totale della forza lavoro
(numero casi su organico)**

| | 2014 | |
|----------|------|-------|
| | Uomo | Donna |
| Gruppo | 0,03 | 0,01 |
| Domestic | 0,04 | 0,02 |
| Brasile | 0,00 | 0,00 |
| Media | 0,00 | 0,00 |

* Il dato sulle malattie professionali è stato raccolto solo a partire dal 2014, pertanto non è stato possibile riportare anche i dati relativi al 2013 e al 2012.

** I somministrati non vengono considerati in questo tipo di rilevazione. La loro incidenza a livello Gruppo è comunque bassissima (9 persone al 31.12.2014).

[G4-LA9] Le seguenti tabelle si riferiscono alle attività formative condotte in Telecom Italia S.p.A. segmentate per genere

| 2014 | | | | | |
|------------------|------------------|---------------|-----------------|---------------|-------------|
| | Ore totali | Ore procapite | Partecipazioni* | Partecipanti | Copertura** |
| Totale | 1.458.591 | 33 | 266.328 | 43.388 | 98,2 |
| Dirigenti | 20.576 | 30,8 | 3.870 | 660 | 98,8 |
| di cui donne | 4.508 | 42,9 | 834 | 105 | 100 |
| di cui uomini | 16.068 | 28,5 | 3.036 | 555 | 98,6 |
| Quadri | 63.113 | 19,6 | 12.991 | 3.072 | 95,6 |
| di cui donne | 17.356 | 19,9 | 3.652 | 818 | 94 |
| di cui uomini | 45.757 | 19,5 | 9.339 | 2.254 | 96,2 |
| Impiegati | 1.374.902 | 34,1 | 249.467 | 39.707 | 98,6 |
| di cui donne | 263.838 | 22,2 | 80.882 | 11.702 | 98,3 |
| di cui uomini | 1.111.064 | 39,1 | 168.585 | 28.005 | 98,7 |

| 2013 | | | | | |
|------------------|------------------|---------------|-----------------|---------------|-------------|
| | Ore totali | Ore procapite | Partecipazioni* | Partecipanti | Copertura** |
| Totale | 1.405.825 | 31,7 | 218.038 | 42.946 | 96,8 |
| Dirigenti | 17.967 | 26,5 | 1.964 | 509 | 75,2 |
| di cui donne | 3.980 | 39 | 426 | 91 | 89,2 |
| di cui uomini | 13.987 | 24,3 | 1.538 | 418 | 72,7 |
| Quadri | 73.971 | 23,8 | 9.210 | 2.784 | 89,6 |
| di cui donne | 21.158 | 25,8 | 2.693 | 731 | 89,1 |
| di cui uomini | 52.813 | 23,1 | 6.517 | 2.053 | 89,8 |
| Impiegati | 1.313.887 | 32,4 | 206.864 | 39.667 | 97,7 |
| di cui donne | 323.310 | 26,9 | 63.652 | 11.539 | 96 |
| di cui uomini | 990.577 | 34,7 | 143.212 | 28.128 | 98,4 |

| 2012 | | | | | |
|------------------|------------------|---------------|-----------------|---------------|-------------|
| | Ore totali | Ore procapite | Partecipazioni* | Partecipanti | Copertura** |
| Totale | 1.324.216 | 29,7 | 160.703 | 34.342 | 77 |
| Dirigenti | 29.458 | 42,3 | 3.045 | 658 | 94,5 |
| di cui donne | 5.150 | 49 | 502 | 103 | 98,1 |
| di cui uomini | 24.308 | 41,1 | 2.543 | 555 | 93,9 |
| Quadri | 62.503 | 20,5 | 5.904 | 2.153 | 70,5 |
| di cui donne | 16.765 | 21,1 | 1.684 | 553 | 69,5 |
| di cui uomini | 45.738 | 20,3 | 4.220 | 1.600 | 70,9 |
| Impiegati | 1.232.255 | 30,2 | 151.754 | 31.535 | 77,2 |
| di cui donne | 276.704 | 22,9 | 48.934 | 8.076 | 66,7 |
| di cui uomini | 955.551 | 33,2 | 102.820 | 23.459 | 81,6 |

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

** la copertura si riferisce al dato percentuale di partecipanti rispetto alla consistenza, cioè quante risorse di TI SpA in percentuale hanno partecipato ad almeno un evento formativo per singola categoria (dirigenti, quadri, impiegati).



[G4-LA13a] Rapporto donna/uomo per salario base e rapporto donna/uomo per remunerazione, suddivisi per ciascuna categoria professionale

| Italia TI - S.p.A. | | 2014 | 2013 | 2012 |
|--------------------|-----|------|------|------|
| Dirigenti | RAL | 0,92 | 0,93 | 0,91 |
| | RGA | 0,92 | 0,93 | 0,90 |
| Quadri | RAL | 0,95 | 0,95 | 0,95 |
| | RGA | 0,94 | 0,94 | 0,94 |
| Impiegati | RAL | 0,95 | 0,94 | 0,97 |
| | RGA | 0,94 | 0,96 | 0,97 |

| Brasile | | 2014 | 2013 | 2012 |
|-----------|-----|------|------|------|
| Dirigenti | RAL | 0,76 | 0,78 | 0,74 |
| | RGA | 0,73 | 0,80 | 0,73 |
| Quadri | RAL | 0,94 | 0,94 | 0,95 |
| | RGA | 0,94 | 0,94 | 0,96 |
| Impiegati | RAL | 0,61 | 0,58 | 0,59 |
| | RGA | 0,62 | 0,58 | 0,58 |

RAL= Retribuzione Annuale Lorda, costituita dalla retribuzione fissa ricorrente.

RGA= Retribuzione Globale Annuale, costituita dalla Retribuzione Annuale Lorda + bonus erogati nell'anno di riferimento (i bonus possono riferirsi ai sistemi di incentivazione individuali o collettivi, o a titolo di special awards o a titolo di politica meritocratica).



AZIONISTI

L'importanza di un'informazione corretta
verso tutti

STRATEGIA

Le società del Gruppo sono consapevoli dell'importanza che un'informazione corretta sulle proprie attività riveste per il mercato finanziario, gli investitori e la comunità in genere.

Ferme restando le esigenze di riservatezza richieste dalla conduzione del business, la comunicazione con il mercato finanziario avviene nel rispetto dei criteri di trasparenza, correttezza, chiarezza, tempestività e parità di accesso all'informazione, uguaglianza di trattamento a tutte le categorie di azionisti nel rispetto dei vincoli statutari. La comunicazione all'esterno delle informazioni è disciplinata da apposite procedure interne, in linea con la normativa vigente.

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).

STAKEHOLDER RILEVANTI

La funzione Investor Relations gestisce quotidianamente le relazioni con gli stakeholder di riferimento: investitori istituzionali e retail (ivi comprese le associazioni di piccoli azionisti), obbligazionisti, investitori socialmente responsabili, analisti equity e del credito.

Le loro aspettative comuni – unitamente alla certezza di un riscontro tempestivo ed esauriente alle loro richieste di informazione - riguardano:

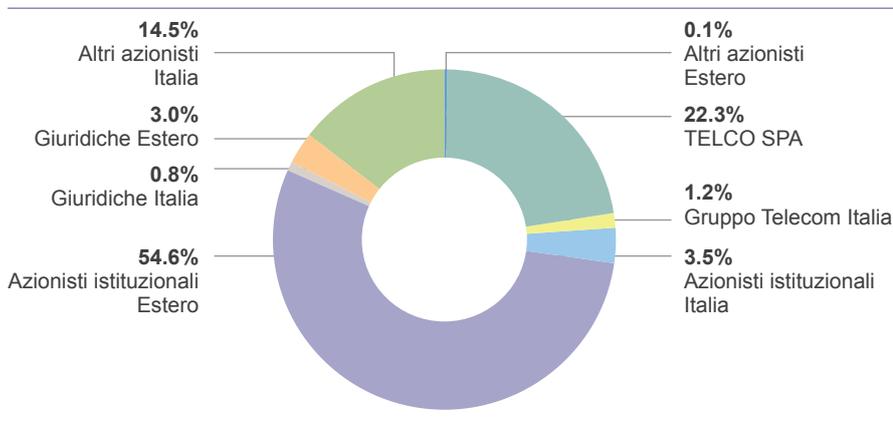
- la conferma degli obiettivi comunicati al mercato finanziario attraverso il piano strategico;
- il rafforzamento del posizionamento nei mercati in cui il Gruppo opera.

Il team di Investor Relations, inoltre, tiene in considerazione anche le aspettative espresse da ciascuna categoria di stakeholder, e in particolare:

| Stakeholder | Esigenze |
|--|--|
| Investitori istituzionali e retail | <ul style="list-style-type: none"> • Positivo andamento finanziario e operativo 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 • Miglioramento del merito di credito |
| Analisti finanziari | <ul style="list-style-type: none"> • Positivo andamento finanziario e operativo della società • Contatto diretto con Investor Relations al fine di ottenere tempestivamente informazioni dettagliate • Contatti con il Top Management del Gruppo, quale occasione di approfondimento sui temi rilevanti per il Gruppo |



Si riporta di seguito la composizione del capitale azionario al 31 dicembre 2014¹.



[G4-13]

L'esame della composizione del capitale azionario nel triennio 2012–2014 evidenzia nel 2014 un incremento della partecipazione degli investitori istituzionali estero (+5,3pp) ed un decremento della quota in carico agli investitori istituzionali italiani (-1,8pp). La quota posseduta dalle persone giuridiche estero, nel triennio, si è progressivamente ridotta, fino a dimezzarsi (da 6,01pp del 2012 a 3,02pp del 2014); la partecipazione delle persone giuridiche Italia, d'altra parte, è rimasta invariata. Circa le categorie altri istituzionali Italia e altri istituzionali estero, infine, si evidenzia una crescita dell'interesse nel 2013 ed un ritorno ai livelli 2012 nell'anno successivo. Il movimento è più marcato per gli altri investitori italiani, lieve per gli altri investitori esteri.

COMUNICAZIONE FINANZIARIA

Nel corso del 2014 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 600 investitori, a cui si aggiungono i contatti diretti e le conversazioni telefoniche che il team di Investor Relations gestisce con frequenza quotidiana. Inoltre, per migliorare la comunicazione con gli stakeholder, e considerando la crescente rilevanza assunta da questo tema nel corso degli ultimi 12 mesi, Telecom Italia ha promosso momenti d'incontro e di approfondimento su temi relativi alla corporate governance. Le risposte al mercato finanziario da parte del Gruppo sono basate su criteri di rilevanza, sensibilità dell'informazione, congruenza e attualità rispetto alla struttura del Gruppo e alle azioni intraprese per il raggiungimento dei target del piano strategico.

¹ Fonte: Libro dei Soci al 31 dicembre 2014 integrato da comunicazioni ricevute e da altre informazioni a disposizione.

La comunicazione finanziaria tiene in considerazione anche le esigenze degli investitori legati al Socially Responsible Investing (SRI), che privilegiano nelle loro scelte di investimento le aziende attente agli aspetti etici, sociali e ambientali, oltre a quelli economici. L'interazione con questa categoria di investitori è sviluppata attraverso contatti individuali e conference call.

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

- In tal senso, nel 2006 è stato avviato il Club degli azionisti "TI Alw@ys ON" (telecomitaliaclub.it) quale luogo d'incontro virtuale tra l'Azienda e i suoi investitori individuali. L'accesso al Club non è esclusivo: permette infatti anche a coloro che non sono azionisti del Gruppo, tramite una semplice iscrizione, di ottenere gli stessi servizi riservati agli azionisti: sia l'iscrizione che l'erogazione dei servizi sono totalmente gratuiti. Di seguito i servizi attualmente disponibili:
- sms alert, che quotidianamente notifica il prezzo di chiusura e la variazione percentuale, rispetto al giorno precedente, delle azioni Telecom Italia ordinarie e di risparmio, oltre alla variazione percentuale giornaliera dell'indice FTSE/Mib;
- report di borsa settimanale, inviato ogni lunedì mattina, che riassume l'andamento della settimana chiusa il venerdì precedente, con focus sull'indice italiano, sul settore europeo delle TLC e sulle borse mondiali e che fornisce un aggiornamento settimanale anche circa l'evoluzione delle raccomandazioni degli analisti sul titolo ordinario;
- newsletter trimestrale, che contiene i principali messaggi tratti dai comunicati stampa pubblicati in occasione del rilascio dei risultati di periodo del Gruppo, reperibile sul sito web.

Per quanto riguarda la comunicazione finanziaria online, il sito Internet telecomitalia.com viene costantemente aggiornato.

CORPORATE SHARED VALUE IN TELECOM ITALIA

“Il Corporate Shared Value (CSV) si può definire come l’insieme delle politiche e delle pratiche operative che rafforzano la competitività di un’azienda migliorando nello stesso tempo le condizioni economiche e sociali della comunità in cui opera. La creazione di valore condiviso si focalizza sull’identificazione e sull’espansione delle connessioni tra progresso economico e progresso sociale.”

Michael E. Porter, Harvard University

Le imprese sono sempre più consapevoli dell’importanza della Corporate Social Responsibility (CSR) come leva strategica per il loro successo di lungo periodo. Negli ultimi anni, l’esigenza che si avverte è quella di avvicinare e di integrare la responsabilità sociale nelle attività di business, in modo da valorizzarla come opportunità di creazione di valore, non solo per la società, ma anche per il business stesso. Allo stesso tempo, è anche necessario disporre di strumenti che consentano agli stakeholder, compresi gli azionisti, di percepire il contributo che la sostenibilità può dare sia ai risultati economici aziendali sia alla comunità in termini di valore sociale.

In tale contesto, negli ultimi anni, le best practice hanno evidenziato un processo evolutivo verso il concetto di Corporate Shared Value (CSV – valore condiviso d’impresa). Il punto di arrivo di questo processo è l’integrazione dell’approccio di sostenibilità convenzionalmente adottato dalle imprese all’interno dell’intera strategia aziendale, rendendolo veicolo per la creazione di valore economico e sociale.

Telecom Italia, già pioniera nell’ambito della sostenibilità di impresa nel panorama italiano, è attualmente impegnata nella definizione di una nuova strategia aziendale basata sulla creazione di valore condiviso, portando l’attuale modello di CSR ad evolvere verso un nuovo modello di CSV.

Il nuovo approccio adottato da Telecom Italia definisce, quindi, un modo diverso di rispondere alle esigenze sociali (i cosiddetti “social need”), espresse dagli stakeholder, e contestualmente a quelle economiche dell’Azienda e di interpretare il ruolo dell’impresa all’interno della società, partendo dalla consapevolezza che non può esistere uno sviluppo economico di lungo periodo che non garantisca al contempo l’aumento del benessere sociale e la tutela delle risorse naturali. Quest’ultima considerazione è particolarmente rilevante per Telecom Italia, e per il settore ICT in generale, soprattutto in riferimento alle tecnologie digitali, che si stanno affermando sempre di più come un fattore chiave e abilitante per la crescita economica e sociale del Paese.

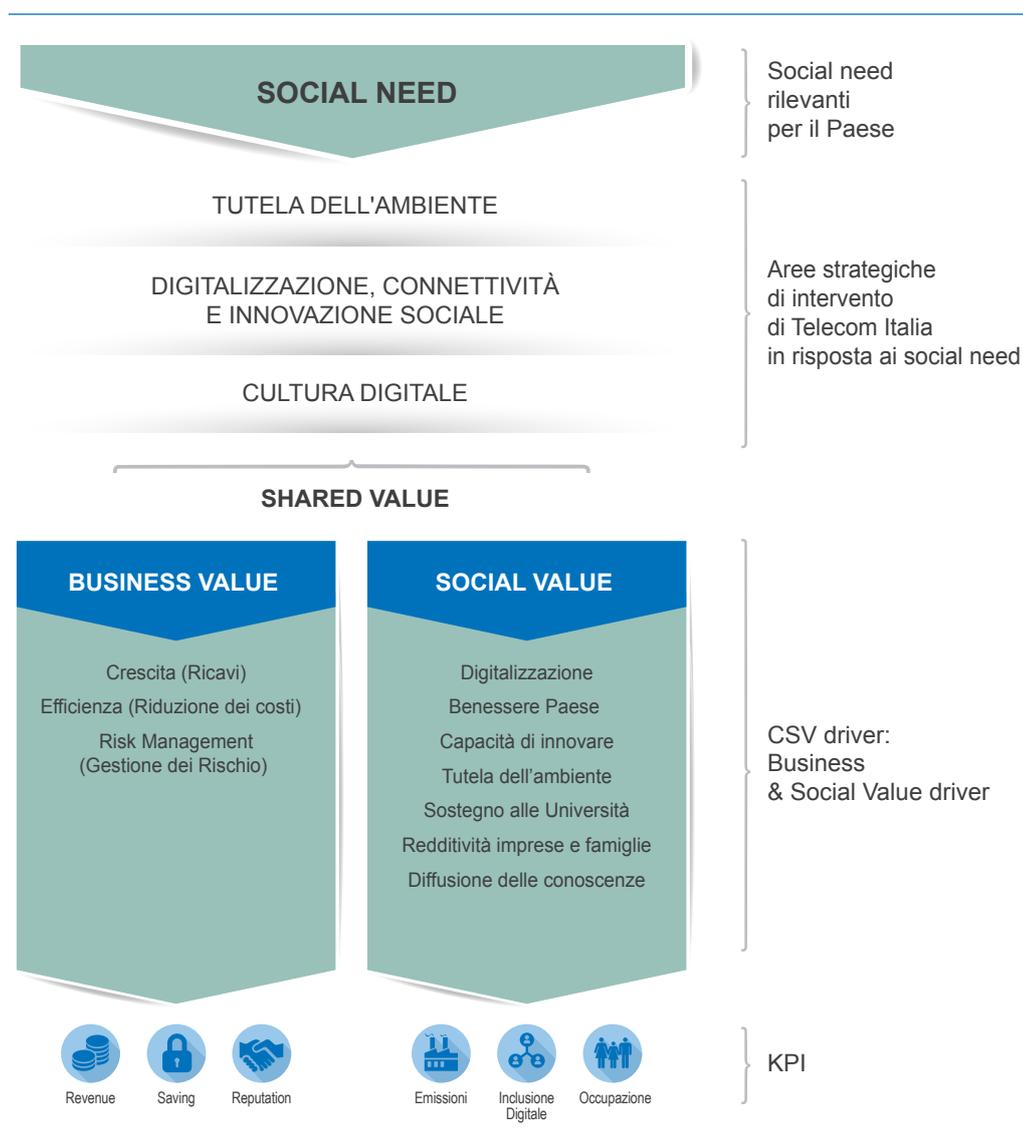
Le attività di Telecom Italia rispondono, dunque, all’obiettivo di mettere a disposizione del Paese infrastrutture innovative, competenze informatiche, prodotti, servizi e soluzioni ICT che risponda-

no ai bisogni della società. Inoltre, l'Azienda rafforza questo impegno tramite la partecipazione attiva al raggiungimento degli obiettivi di digitalizzazione del Paese definiti dall'Agenda Digitale Italiana, sviluppata dal Governo a recepimento delle direttive poste dall'UE all'interno dell'Agenda Digitale Europea.

IL MODELLO DI CSV DI TELECOM ITALIA

Telecom Italia è impegnata nella definizione di un Modello di CSV che esprima la strategia adottata per contribuire alla creazione di valore condiviso attraverso la propria attività di business, grazie all'ideazione e realizzazione di progetti che generino contestualmente valore economico per il Gruppo ("Business Value") e valore sociale per la comunità ("Social Value").

A partire dall'analisi dei principali bisogni del Paese ("social need") e dagli obiettivi posti dall'Agenda Digitale, Telecom Italia ha identificato delle aree di intervento in grado di dare una risposta a tali bisogni, attraverso tecnologie, competenze e specifiche progettualità.



ANALISI DEI SOCIAL NEED PRIORITARI PER TELECOM ITALIA

Telecom Italia ha avviato un'analisi sui principali mega trend e social need prioritari del Paese a cui l'Azienda, come operatore del settore ICT, è maggiormente in grado di fornire una risposta concreta ed efficace.

L'analisi ha avuto come oggetto in primis l'esame degli aspetti considerati dall'Agenda Digitale Italiana, in quanto strettamente collegata al settore ICT, e diversi studi a livello italiano e internazionale, tra cui: il documento sul "Benessere Equo e Sostenibile" in Italia dell'Istat, il documento "Better Life Initiative" dell'OCSE, l'Europe 2020 Strategy dell'European Commission e il documento sui Global Risks 2014 del World Economic Forum.

Inoltre sono stati analizzati i trend di evoluzione sociale, economica e ambientale a livello mondiale. Queste macro tendenze, definite con il termine "megatrend", sono state delineate all'interno di vari studi internazionali (tra cui il Future State Report di KPMG, i Digital Megatrends 2015 dell'Oxford Economics e i Millenium Development Goals 2014 delle Nazioni Unite), ed esprimono quali sono, a livello globale, i principali mutamenti in campo sociale (ad esempio il mutamento del mix socio demografico) politico-economico (ad esempio la crescente interconnessione economica dei paesi e lo spostamento dei centri di potere mondiali) e ambientale (ad esempio il cambiamento climatico e la sempre crescente scarsità di risorse), che stanno generando importanti cambiamenti all'interno dei vari Paesi, con la conseguente nascita di nuove sfide e necessità per la società.

I PRINCIPALI MEGATREND A LIVELLO GLOBALE...

1 | Mix socio demografico

SOCIAL

Il progressivo allungamento dell'aspettativa di vita e il conseguente invecchiamento della popolazione determina la necessità di definire nuovi equilibri tra giovani e anziani e di riconsiderare gli attuali sistemi di welfare.

- Invecchiamento della popolazione
- Sistemi pensionistici sotto pressione
- Aumento della spesa per la sanità
- Integrazione dei giovani

2 | Enabling technology

SOCIAL

Le innovazioni tecnologiche stanno creando nuove opportunità, che spingono i governi ad individuare delle strategie per sfruttare i benefici delle innovazioni digitali e rivedere la gestione delle tematiche relative alla sicurezza e alla privacy.

- Trasformazione della comunicazione
- Big Data
- Convergenza interesse pubblico e privato
- Focus sulla sicurezza informatica
- Nuovi modelli di servizi sociali
- Nuove possibilità per le imprese
- Trasformazione dei trasporti

3 | Importanza dell'individuo

SOCIAL

I progressi nell'ambito dell'istruzione, della salute e della tecnologia hanno favorito lo sviluppo delle competenze individuali portando ad una maggiore richiesta di "partecipazione attiva" e di trasparenza in merito al processo decisionale pubblico.

- Aumento della disponibilità finanziaria
- Persone sempre più connesse
- Maggiori livelli di educazione
- Diffusione più rapida delle informazioni attraverso i social network

4 | Interconnessione Economica

ECONOMIC

I sistemi economici mondiali si stanno progressivamente allineando su dinamiche sempre più correlate, determinando una globalizzazione delle opportunità e dei rischi.

- Commercio e investimenti che supportano la crescita
- Diminuzione delle barriere commerciali
- Relazioni commerciali e di investimento sempre più complesse
- Maggiori rischi di contagio da eventi economici o finanziari a livello internazionale

5 | Debito pubblico

ECONOMIC

La capacità dei governi di controllare la crescita del debito e di trovare nuovi strumenti per l'erogazione di servizi pubblici influenzerà la loro capacità di rispondere alle principali sfide in campo sociale, economico e ambientale.

- Relazioni fiscali internazionali e intergovernative sempre più importanti
- Invecchiamento della popolazione che aggrava il debito pubblico
- Aumento dell'esposizione ai rischi del mercato globale
- Limitate capacità di rispondere alla crescente domanda di nuovi servizi
- Minori capacità di risposta a futuri shock economici a livello internazionale

6 | Spostamento del potere economico

ECONOMIC

Le economie emergenti hanno un'influenza sempre maggiore sull'economia globale, ponendosi come nuovi baricentri di produzione e consumo.

- Paesi emergenti motore della crescita mondiale
- Innovazione come fonte per una crescita sostenibile
- Nascita di un equilibrio mondiale multi-polare
- Opportunità economiche derivanti da nuovi mercati

7 | Cambiamento climatico

ENVIRONMENTAL

L'aumento delle emissioni di gas serra sta causando profondi cambiamenti climatici che portano a mutamenti degli ecosistemi sempre più imprevedibili, e che mettono sotto pressione la stabilità del sistema naturale e urbano.

- Impatti sugli ecosistemi drammatici e imprevedibili
- Ruolo più importante delle città
- Nuove sfide per la collaborazione globale
- Adattamento ai fenomeni derivanti dal riscaldamento globale

8 | Scarsità di risorse

ENVIRONMENTAL

L'effetto combinato di crescita demografica, crescita economica e cambiamento climatico sta portando a un progressivo aumento della scarsità di risorse naturali.

- Pressione sulla produzione di cibo
- Competizione per metalli e minerali
- Aumento della richiesta di acqua
- Nazionalizzazione delle risorse
- Aumento della domanda di energia

9 | Urbanizzazione

ENVIRONMENTAL

Nel 2030 i sistemi urbani si affermeranno come motore dello sviluppo globale, portando grandi sfide per l'innovazione e la sostenibilità dei modelli urbani e creando nuove opportunità di sviluppo socio-economico sostenibile.

- Urbanizzazione causata dallo sviluppo mondiale
- Necessità di infrastrutture urbane su larga scala
- Interrelazione tra ambiente urbano e ambiente naturale
- Aumento della povertà urbana

...E I PRINCIPALI SOCIAL NEED DEL PAESE

Infrastrutture IT innovative e sicure

Lo sviluppo di nuove infrastrutture IT e la continua attenzione alla loro sicurezza, è alla base per lo sviluppo di soluzioni innovative per rispondere ai bisogni più rilevanti espressi dalla società, e per garantirne una crescita continua.

Lo sviluppo di nuove infrastrutture ICT è il fattore strategico abilitante per la realizzazione di nuovi prodotti e servizi con i quali rispondere agli altri social need.

| Ricerca e innovazione per le imprese | Adeguati livelli di istruzione e formazione | Salute dei cittadini | Qualità del lavoro | Efficienza e trasparenza di politica e istituzioni |
|--|--|---|--|---|
| Ricerca e innovazione costituiscono una determinante indiretta del benessere. Sono alla base del progresso sociale ed economico e danno un contributo fondamentale allo sviluppo sostenibile e durevole. | L'istruzione, la formazione e il livello di competenze influenzano il benessere delle persone e aprono opportunità altrimenti precluse. | La salute rappresenta un elemento centrale nella vita e una condizione indispensabile del benessere individuale e della prosperità delle popolazioni. | Un'attività adeguatamente remunerata, ragionevolmente sicura e corrispondente alle competenze acquisite contribuisce in modo decisivo al benessere delle persone. Anche impegni lavorativi che consentano di conciliare tempi di lavoro e di vita familiare e sociale hanno un impatto positivo. | Il rapporto trasparente con le istituzioni pubbliche e private che operano in campo politico, economico e sociale, la loro efficienza e il livello di gradimento per il loro funzionamento rafforzano la fiducia istituzionale e interpersonale. |
| Benessere economico | Tutela dell'ambiente e del paesaggio | Qualità dei servizi | Equilibrio economico e geopolitico globale | Sicurezza |
| Ai fini del benessere complessivo, le capacità reddituali e le risorse economiche sono il mezzo indispensabile attraverso il quale un individuo riesce a sostenere un dignitoso standard di vita. | L'ambiente e gli impatti che si generano su di esso (climate change, scarsità di risorse, emissioni, ecc) hanno un impatto sulle generazioni attuali e future. Diventa sempre più necessario adottare nuovi modelli di business sostenibili. | La disponibilità e l'accesso ai servizi pubblici di qualità (assistenza socio-sanitaria, giustizia, servizi per l'infanzia, ecc) rappresenta un elemento fondamentale per garantire ai cittadini uno standard minimo di benessere e pari opportunità. | La stabilità dei rapporti geopolitici tra i diversi paesi mondiali è un elemento importante per uno sviluppo sociale concreto e continuo. | Una percezione soggettiva di serenità e un vissuto di sicurezza oggettiva nella propria vita quotidiana sono dimensioni cardine nella costruzione del benessere individuale e collettivo. Sempre più diventa importante anche il tema della sicurezza digitale. |

Grazie alle iniziative avviate, anche in risposta agli obiettivi dell'Agenda Digitale Italiana e in virtù del settore in cui opera, Telecom Italia agisce sui fattori di crescita del benessere sopra descritti e contribuisce pertanto attraverso prodotti, soluzioni e servizi a rispondere ai bisogni del Paese. Gli investimenti in infrastrutture a banda larga e ultra larga, in ricerca e sviluppo e in sicurezza delle reti, lo sviluppo di soluzioni smart e di servizi per migliorare la qualità di vita dei cittadini (come nell'ambito della sanità digitale, della giustizia, delle smart city) e per l'educazione (come il campo della scuola digitale e della digital inclusion), sono solo alcuni degli ambiti di intervento dell'Azienda. Le soluzioni ICT innovative contribuiscono, infatti, a rendere il Paese (cittadini, imprese, Pubblica Amministrazione) più digitalizzato ed efficiente con significativi impatti sui costi, sullo sviluppo di opportunità economiche e sull'ambiente.

GOVERNANCE E CULTURA DI CSV

La definizione di una governance e la diffusione interna della cultura del CSV, rappresenta uno dei fattori fondamentali per la piena integrazione della sostenibilità all'interno del business dell'Azienda, favorendone una gestione trasversale e pienamente integrata lungo tutta la struttura aziendale. Sulla base di queste considerazioni, il processo avviato da Telecom Italia prevede anche il coinvolgimento di tutte le principali funzioni aziendali in grado di supportare l'implementazione del modello di CSV, dall'individuazione delle aree di intervento al monitoraggio dei risultati dei progetti avviati. A completamento del sistema di governance, saranno definiti una policy aziendale di CSV e opportuni processi di comunicazione interna in grado di creare un framework valoriale di riferimento per tutta l'Azienda.

LE AREE STRATEGICHE DI INTERVENTO PER LA CREAZIONE DI CSV

Telecom Italia ha individuato tre aree strategiche di intervento che contribuiscono a creare valore per l'Azienda e per le Comunità in cui opera in risposta ai bisogni sociali e agli obiettivi dell'Agenda Digitale Italiana.

- **Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale.** In quest'area, l'Azienda si pone come "abilitatore" nella creazione di un ecosistema digitale che connetta imprese, Pubblica Amministrazione e comunità locali, in modo da creare sinergie positive per lo sviluppo. In tale ambito è attiva una piattaforma di crowdfunding, che accoglie richieste di donazioni e altri aiuti finanziari senza fini di lucro per chi intenda realizzare progetti finalizzati alla tutela dell'ambiente e del sociale. Inoltre, Telecom Italia è socio fondatore dell'associazione italiana Digital Champions, emanazione della Digital Champion Europea. I Digital Champions sono ambasciatori dell'innovazione nominati da ciascun stato membro allo scopo di promuovere i benefici di una società digitale inclusiva e far diventare "digitali" i propri cittadini, lavorando anche con comunità, imprese, governi e mondo accademico.
- **Tutela dell'ambiente.** Telecom Italia è impegnata nell'implementazione di progetti e iniziative

volte alla riduzione del proprio impatto ambientale e di quello dei propri clienti, oltre alla promozione di stili di vita più “sostenibili”. In tale contesto è stato realizzato il progetto IORiciclo, per il riutilizzo o il riciclo dei dispositivi usati.

- **Cultura digitale.** Nell’era digitale per ottenere crescita e sviluppo sociale è necessario che tutti i cittadini siano in grado di ottenere le giuste competenze digitali per sfruttare appieno i benefici offerti dalla rete e dalle nuove tecnologie. Nella consapevolezza che un sistema scolastico efficace e adeguati livelli di istruzione e formazione giocano un ruolo fondamentale nella crescita e nello sviluppo socio-economico del Paese, Telecom Italia è impegnata nella realizzazione di progetti a supporto dell’educazione e della scuola digitale, anche attraverso la fornitura di infrastrutture e strumenti. È così partito il multi-progetto di educazione al digitale *EducaTI*, finalizzato a sostenere il percorso di innovazione della scuola italiana.

BUSINESS E SOCIAL VALUE – KPI

Ciascuna di queste aree strategiche di intervento, si declina in specifiche aree di azione, all’interno delle quali vengono sviluppate le progettualità che creano valore per il business e per la società. Il valore generato da ciascun progetto per Telecom Italia e per la Società è misurato attraverso un cruscotto di KPI financial (quali, ad esempio, l’aumento dei ricavi, la valorizzazione degli asset intangibili e la riduzione di costi e rischi socio – ambientali) e non financial (relativi al soddisfacimento dei social need a cui si intende rispondere attraverso il progetto).

PROCESSO DI CONSOLIDAMENTO DEL VALORE GENERATO DAI PROGETTI DI CSV SELEZIONATI - BUSINESS E SOCIAL VALUE DRIVER

Attraverso il processo di consolidamento del valore generato sono stati identificati 3 driver relativi al Business value e 7 driver descrittivi del Social value generato.

| | | |
|---------------------|--------------------------------|---|
| 3 BUSINESS DRIVER | RICAVI E ASSET | KPI di consolidamento relativi ai progetti analizzati che generano un aumento dei ricavi per l'Azienda e KPI legati all'incremento degli asset |
| | RIDUZIONE DEI COSTI | KPI di consolidamento relativi ai progetti analizzati che generano una riduzione dei costi per l'Azienda |
| | AUMENTO DELLA REPUTAZIONE | Principali KPI relativi ai progetti analizzati che permettono all'azienda di ottenere un aumento del proprio valore reputazionale |
| 7 SOCIAL DRIVER | BENESSERE PAESE | Principali KPI relativi ai progetti analizzati che generano impatti positivi sulla ricchezza e sull'occupazione del Paese |
| | CAPACITÀ DI INNOVARE | Principali KPI relativi ai progetti analizzati che generano innovazione |
| | TUTELA DELL'AMBIENTE | Principali KPI relativi ai progetti analizzati collegati alla tutela dell'ambiente |
| | DIGITALIZZAZIONE | Principali KPI relativi ai progetti analizzati che hanno come obiettivo l'aumento della digitalizzazione del Paese e della cultura digitale (es. scuola, ecc..) |
| | SOSTEGNO A UNIVERSITÀ | Principali KPI relativi ai progetti analizzati che forniscono un supporto al mondo universitario e della ricerca |
| | REDDITIVITÀ IMPRESE E FAMIGLIE | Principali KPI relativi ai progetti analizzati che generano un impatto positivo sulla capacità di spesa di imprese e famiglie |
| | DIFFUSIONE CONOSCENZE | Principali KPI relativi ai progetti analizzati che hanno come obiettivo la formazione e diffusione di conoscenze all'interno dell'Azienda |

APPENDICE

RISULTATI 2013 E 2014

Si riportano di seguito i risultati conseguiti a fronte degli obiettivi pubblicati nelle precedenti Bilancio di sostenibilità per l'anno 2014 e in relazione al solo stakeholder Clienti per l'anno 2013¹.

Telecom Italia S.p.A. – Clienti²

| Area di riferimento | Indicatore | Unità di misura | Target 2013 | Consuntivo 2013 | Status target 2013* | Target 2014 |
|---------------------|--|-----------------|-------------|-----------------|---------------------|-------------|
| CLIENTI MOBILE | Tempo di attivazione del servizio voce (servizio prepagato) - Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo previsto contrattualmente | % | 97 | 100 | ● | 97 |
| CLIENTI MOBILE | Tempo di attivazione del servizio voce (servizio post-pagato) - Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo previsto contrattualmente | % | 97 | 100 | ● | 97 |
| CLIENTI MOBILE | Servizi di assistenza ai clienti residenziali - Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti | sec. | 35 | 27 | ● | 35 |
| CLIENTI MOBILE | Reclami sugli addebiti - Rapporto tra il numero di reclami su addebiti in fattura ricevuti nel periodo di rilevazione e il numero delle fatture emesse nello stesso periodo (servizio post-pagato) | % | 1,2 | 0,44 | ● | 1,2 |
| CLIENTI MOBILE | Reclami sugli addebiti - Rapporto tra il numero di reclami riguardanti addebiti su carte pre-pagate ricevuti nel periodo di rilevazione e il numero medio di SIM/USIM attive nello stesso periodo (servizio pre-pagato) | % | 1,2 | 0,25 | ● | 1,2 |
| CLIENTI INTERNET | Tempo di attivazione dei servizi di accesso a internet banda larga - Percentuale degli ordini validi completati entro la data concordata con il cliente (linee telefoniche attive) | % | 95 | 97,7 | ● | 95 |
| CLIENTI INTERNET | Tempo di attivazione dei servizi di accesso a internet banda larga - Tempo medio di fornitura (linee telefoniche attive) | Giorni | 9 | 7 | ● | 9 |
| CLIENTI INTERNET | Malfunzionamenti servizi di accesso a internet a banda larga - Tempo medio di riparazione | Ore | 26 | 17 | ● | 26 |
| CLIENTI INTERNET | Addebiti contestati - Rapporto tra il numero dei reclami su addebiti in fattura relativi a tutti i servizi di accesso a internet (ricevuti nel periodo di rilevazione) e il numero totale di fatture emesse nello stesso periodo | % | 1,0 | 0,36 | ● | 1,0 |
| CLIENTI IPTV | Tempi di risposta assistenza clienti - Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti | sec. | 70 | 76 | ● | 70 |
| CLIENTI IPTV | Fatture contestate - Rapporto tra il numero dei reclami su addebiti in fattura relativi al servizio IPTV (ricevuti nel periodo di rilevazione) e il numero di fatture contenenti addebiti relativi allo stesso servizio (emesse nello stesso periodo di rilevazione) | % | 1,0 | 0,38 | ● | 1,0 |
| CLIENTI IPTV | Disponibilità del servizio IPTV - Indisponibilità media del servizio | ore/anno | 36 | 6,9 | ● | 36 |

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

* Status Target: ● raggiunto - ● non raggiunto.

1 I consuntivi degli obiettivi sopra riportati per il 2014 saranno disponibili nel luglio 2015 sui siti Internet indicati nella nota 2.

Telecom Italia S.p.A. – Altri stakeholder

| Area di riferimento | Indicatore | Unità di misura | Target 2014 | Consuntivo 2014 | Status target 2014 |
|---|---|-----------------------------|-------------|-----------------|--------------------|
| RISORSE UMANE FORMAZIONE | Formazione in tema di salute, sicurezza e ambiente ¹ | Ore di formazione | 105.000 | 375.364 | ● |
| RISORSE UMANE FORMAZIONE | Formazione – Ore di formazione procapite ¹ | Ore di formazione procapite | 28 | 33 | ● |
| RISORSE UMANE FORMAZIONE | Formazione – Coverage (percentuale di dipendenti che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sul totale della popolazione) ² | % | 80 | 97,94 | ● |
| RISORSE UMANE INFORTUNI | Infortuni verificatisi per 100 lavoratori | Numero | 1,28 | 1,30 | ● |
| AMBIENTE ENERGIA | Indicatore di eco-efficienza ³ | bit/joule | 3.100 | 3.543 | ● |
| AMBIENTE ENERGIA | Autoproduzione di energia da cogenerazione | GWh | 115 | 85 | ● |
| AMBIENTE EMISSIONI ELETTRMAGNETICHE | Qualifica SAR ⁴ | % | 100 | 100 | ● |
| AMBIENTE EMISSIONI ELETTRMAGNETICHE | Qualifica SAR di altri dispositivi (chiavette USB, tablet e router) tecnologicamente innovativi commercializzati con il marchio TIM | Numero | 10 | 10 | ● |

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

2 Il dato di coverage è stato calcolato in base alla consistenza media annua del 2014.

3 L'indicatore è calcolato sul perimetro della BU Domestic. 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.

TIM Brasil

| Area di riferimento | Indicatore | Unità di misura | Target 2014 | Consuntivo 2014 | Status target 2014 |
|---------------------|---|-------------------|------------------------|-------------------|--------------------|
| RISORSE UMANE | Formazione (ore totali: in aula, on line e on the job) erogata a dipendenti propri, terziarizzati e stagisti | Ore di formazione | 1.000.000 ¹ | 1.087.215 | ● |
| RISORSE UMANE | Formazione sulla sostenibilità (percentuale di dipendenti propri, terziarizzati e stagisti che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sui temi della sostenibilità sul totale della popolazione) | % | 30 | 72 | ● |
| AMBIENTE | Raccolta di cellulari, batterie e altri accessori per destinarli al riciclo | Tonnellate | 13 | 0,92 ² | ● |
| AMBIENTE | Rapporto tra rifiuti riciclati e totale dei rifiuti generati negli uffici | % | 68 | 58 | ● |
| FORNITORI | Fornitori valutati con criteri di sostenibilità | Numero | 50 | 53 | ● |

1 Nel bilancio di sostenibilità 2013 si è verificato un refuso che ha inficiato il target 2014, presumibile a 1M di ore di formazione e non 2M.

2 Nel 2014 il programma di raccolta di cellulari, batterie e accessori non è stato rilanciato. Nel 2015 verrà predisposto un piano di comunicazione ai punti vendita, con lo scopo di formare i team coinvolti e incoraggiare il pubblico nella pratica del riciclaggio. Verrà anche lanciata una campagna interna rivolta al personale aziendale per la raccolta di telefoni, batterie e accessori.

OBIETTIVI 2015 E PLURIENNALI

Di seguito si riportano gli obiettivi per l'anno 2015.

TELECOM ITALIA S.p.A. – CLIENTI

| Area di riferimento | Indicatore | Unità di misura | Target 2015 |
|---------------------|--|-----------------|-------------|
| CLIENTI MOBILE | Tempo di attivazione del servizio voce (servizio pre-pagato) - Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo previsto contrattualmente | % | 97 |
| CLIENTI MOBILE | Tempo di attivazione del servizio voce (servizio post-pagato) - Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo previsto contrattualmente | % | 97 |
| CLIENTI MOBILE | Servizi di assistenza ai clienti residenziali - Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti | secondi | 35 |
| CLIENTI MOBILE | Reclami sugli addebiti - Rapporto tra il numero di reclami su addebiti in fattura ricevuti nel periodo di rilevazione e il numero delle fatture emesse nello stesso periodo (servizio post-pagato) | % | 1,2 |
| CLIENTI MOBILE | Reclami sugli addebiti - Rapporto tra il numero di reclami riguardanti addebiti su carte pre-pagate ricevuti nel periodo di rilevazione e il numero medio di SIM/USIM attive nello stesso periodo (servizio pre-pagato) | % | 1,2 |
| CLIENTI INTERNET | Tempo di attivazione dei servizi di accesso a internet banda larga - Percentuale degli ordini validi completati entro la data concordata con il cliente (linee telefoniche attive) | % | 95 |
| CLIENTI INTERNET | Tempo di attivazione dei servizi di accesso a internet banda larga - Tempo medio di fornitura (linee telefoniche attive) | Giorni | 9 |
| CLIENTI INTERNET | Malfunzionamenti servizi di accesso a internet a banda larga - Tempo medio di riparazione | Ore | 26 |
| CLIENTI INTERNET | Addebiti contestati - Rapporto tra il numero dei reclami su addebiti in fattura relativi a tutti i servizi di accesso a Internet (ricevuti nel periodo di rilevazione) e il numero totale di fatture emesse nello stesso periodo | % | 1,4 |
| CLIENTI IPTV | Tempi di risposta assistenza clienti - Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti | secondi | * |
| 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 nel medesimo periodo di rilevazione) | % | 1,0 |
| CLIENTI IPTV | Disponibilità del servizio IPTV - Indisponibilità media del servizio | ore/anno | 36 |

* La delibera AGCOM n. 79/09/CSP, che fissa gli obiettivi del call center, è in corso di aggiornamento.

Telecom Italia – Altri stakeholder

| Area di riferimento | Indicatore | Unità di misura | Consuntivo 2014 | Target 2015 |
|--|---|-----------------------------|-----------------|-------------|
| RISORSE UMANE FORMAZIONE | Formazione in tema di salute, sicurezza e ambiente ¹ | Ore di formazione | 375.364 | 100.000 |
| RISORSE UMANE FORMAZIONE | Formazione – Ore di formazione procapite ¹ | Ore di formazione procapite | 33 | 27 |
| RISORSE UMANE FORMAZIONE | Formazione – coverage (percentuale di persone che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sul totale popolazione) | % | 97,94 | 75 |
| RISORSE UMANE INFORTUNI | Infortuni verificatisi per 100 lavoratori | Numero | 1,30 | 1,28 |
| AMBIENTE ENERGIA | Indicatore di eco-efficienza ² | bit/joule | 3.543 | 4.700 |
| AMBIENTE ENERGIA | Autoproduzione di energia da cogenerazione ³ | GWh | 85 | 131 |
| AMBIENTE – EMISSIONI ELETTRROMAGNETICHE | Qualifica SAR ⁴ | % | 100 | 100 |
| AMBIENTE – EMISSIONI ELETTRROMAGNETICHE | Qualifica SAR di altri dispositivi (chiavette USB, tablet e router) tecnologicamente innovativi commercializzati con il marchio TIM | Numero | 10 | 5 |

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

2 L'Indicatore di eco-efficienza è calcolato per la BU Domestic al netto delle attività del Gruppo Olivetti.

3 Dal 2014 l'obiettivo è esteso a tutta la BU Domestic. Si consideri al riguardo che gli impianti di cogenerazione sono al momento presenti solo in Telecom Italia S.p.A. Si veda la tabella Obiettivi Pluriennali.

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.

TIM Brasil – Obiettivi 2015

| Area di riferimento | Indicatore | Unità di misura | Consuntivo 2014 | Target 2015 |
|---------------------|---|-------------------|-----------------|------------------|
| RISORSE UMANE | Formazione (ore totali: in aula, on line e on the job) erogata a dipendenti propri, terziarizzati e stagisti | Ore di formazione | 1.087.215 | 900.000 |
| 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) | % | 30 | N/A ¹ |
| AMBIENTE | Raccolta di cellulari, batterie e altri accessori per destinarli al riciclo | Tonnellate | 0,92 | 2 |
| AMBIENTE | Rapporto tra rifiuti riciclati e totale dei rifiuti generati negli uffici | % | 58 | 68 |
| AMBIENTE | Principali fornitori valutati con criteri di sostenibilità | Numero | 53 | 60 |

¹ Target non definito per il 2015 in quanto è in studio una metodologia diversa per l'individuazione degli obiettivi di formazione su tematiche di sostenibilità.

BU Domestic – Obiettivi pluriennali – Ambiente e Digital Inclusion

| Area di riferimento | Indicatore | Unità di misura | Target 2014 | Consuntivo 2014 | Status Target | Target 2015 | Target 2016 | Target 2017 |
|---------------------------------|---|-----------------|-------------|-----------------|---------------|-------------|-------------|-------------|
| AMBIENTE ENERGIA | Totale energia elettrica acquistata e prodotta* | GWh | 1.942 | 2.000 | ● | 1.980 | 1.918 | 1.896 |
| AMBIENTE ENERGIA | Autoproduzione di energia da cogenerazione | GWh | 115 | 85 | ● | 131 | 146 | 146 |
| AMBIENTE ENERGIA | Indicatore di eco-efficienza | bit/joule | 3.100 | 3.543 | ● | 4.700 | 5.500 | 6.000 |
| AMBIENTE EMISSIONI ATMOSFERICHE | Riduzione delle emissioni di CO ₂ da acquisto e produzione di energia elettrica rispetto al 2013 | Tonn. | 11.000 | 720.250 | ● | 695.000 | 680.000 | 680.000 |
| DIGITAL INCLUSION | Copertura Next Generation Plan (telefonia fissa)** | % | | 28,1 | | | | ~75 |
| DIGITAL INCLUSION | Copertura LTE*** | % | | 77 | | | | >95 |

* Il fabbisogno energetico complessivo consuntivato per il 2014 si riferisce alla BU Domestic al netto delle attività del Gruppo Olivetti. I target 2015/2017 fanno riferimento alla stessa BU Domestic, incluse le attività del Gruppo Olivetti, fatta eccezione per l'indicatore di eco-efficienza. La significativa riduzione delle emissioni di CO₂ da acquisto e produzione di energia elettrica sono conseguenza dell'acquisto di garanzie d'origine che certificano l'utilizzo di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili a copertura della quasi totalità del consumo aziendale in Italia.

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

*** La percentuale è determinata dal rapporto tra il numero di unità immobiliari sottese ad "armadi" raggiunti dalla fibra ottica in accesso (o servibili direttamente da centrale se a distanze accettabili) ed il numero totale delle unità Immobiliari che hanno attive o hanno avuto in passato linee telefoniche.

GRI CONTENT INDEX FOR “IN ACCORDANCE” - COMPREHENSIVE [G4-32]

| GENERAL STANDARD DISCLOSURES | | | |
|---|------------------------|-----------|--------------------|
| GENERAL STANDARD DISCLOSURES | PAGE NUMBER | OMISSIONS | EXTERNAL ASSURANCE |
| STRATEGY AND ANALYSIS | | | |
| G4-1 | I, III, IV, V, VI, VII | | yes, page 254 |
| G4-2 | 58, 59, 61, 63 | | yes, page 254 |
| ORGANIZATIONAL PROFILE | | | |
| G4-3 | 12 | | yes, page 254 |
| G4-4 | 12 | | yes, page 254 |
| G4-5 | 13 | | yes, page 254 |
| G4-6 | 12 | | yes, page 254 |
| G4-7 | 13 | | yes, page 254 |
| G4-8 | 12 | | yes, page 254 |
| G4-9 | 12, 13, 14, 184 | | yes, page 254 |
| G4-10 | 186, 209, 210 | | yes, page 254 |
| G4-11 | 204 | | yes, page 254 |
| G4-12 | 103 | | yes, page 254 |
| G4-13 | 12, 13, 103, 221 | | yes, page 254 |
| G4-14 | 31, 59, 61, 63 | | yes, page 254 |
| G4-15 | 36 | | yes, page 254 |
| G4-16 | 36 | | yes, page 254 |
| IDENTIFIED MATERIAL ASPECTS AND BOUNDARIES | | | |
| G4-17 | 12, 50 | | yes, page 254 |
| G4-18 | 52 | | yes, page 254 |
| G4-19 | 53 | | yes, page 254 |
| G4-20 | 54 | | yes, page 254 |
| G4-21 | 54 | | yes, page 254 |
| G4-22 | 12 | | yes, page 254 |
| G4-23 | 54 | | yes, page 254 |
| STAKEHOLDER ENGAGEMENT | | | |
| G4-24 | 44 | | yes, page 254 |
| G4-25 | 44 | | yes, page 254 |
| G4-26 | 44, 45, 52 | | yes, page 254 |
| G4-27 | 45 | | yes, page 254 |

in accordance with the assurance standards, ISAE 3000, the external assurance refers to a limited assurance engagement

GENERAL STANDARD DISCLOSURES

| GENERAL STANDARD DISCLOSURES | PAGE NUMBER | OMISSIONS | EXTERNAL ASSURANCE |
|------------------------------|-------------|-----------|--------------------|
| REPORT PROFILE | | | |
| G4-28 | 51 | | yes, page 254 |
| G4-29 | 51 | | yes, page 254 |
| G4-30 | 51 | | yes, page 254 |
| G4-31 | 256 | | yes, page 254 |
| G4-32 | 243 | | yes, page 254 |
| G4-33 | 253 | | yes, page 254 |

GOVERNANCE

| | | | |
|-------|--------------------|--|---------------|
| G4-34 | 28, 29, 34 | | yes, page 254 |
| G4-35 | 28, 29, 30, 31, 35 | | yes, page 254 |
| G4-36 | 29, 30, 35 | | yes, page 254 |
| G4-37 | 31, 35 | | yes, page 254 |
| G4-38 | 28, 29 | | yes, page 254 |
| G4-39 | 29 | | yes, page 254 |
| G4-40 | 28, 29 | | yes, page 254 |
| G4-41 | 31 | | yes, page 254 |
| G4-42 | 29, 30, 34, 35 | | yes, page 254 |
| G4-43 | 29 | | yes, page 254 |
| G4-44 | 29 | | yes, page 254 |
| G4-45 | 31 | | yes, page 254 |
| G4-46 | 31 | | yes, page 254 |
| G4-47 | 29, 34 | | yes, page 254 |
| G4-48 | 30, 35 | | yes, page 254 |
| G4-49 | 32 | | yes, page 254 |
| G4-50 | 32, 33 | | yes, page 254 |
| G4-51 | 33 | | yes, page 254 |
| G4-52 | 33 | | yes, page 254 |
| G4-53 | 33 | | yes, page 254 |

in accordance with the assurance standards, ISAE 3000, the external assurance refers to a limited assurance engagement

GENERAL STANDARD DISCLOSURES

| GENERAL STANDARD DISCLOSURES | PAGE NUMBER | OMISSIONS | EXTERNAL ASSURANCE |
|------------------------------|-------------|--|--------------------|
| GOVERNANCE | | | |
| G4-54 | 207 | The ratio between the annual total compensation of the highest paid individual and the median annual total compensation for all employees was not disclosed for confidentiality constraints. It was judged to fall under the category of information subject to the "Policy for the classification and management of confidentiality information" in that the datum, once disclosed and if not properly understood, could cause the company a reputational damage. | yes, page 254 |
| G4-55 | 207 | The ratio between the percentage increase in annual total compensation of the highest paid individual and the median percentage increase in annual total compensation for all employees was not disclosed for confidentiality constraints. It was judged to fall under the category of information subject to the "Policy for the classification and management of confidentiality information" in that the datum, once disclosed and if not properly understood, could cause the company a reputational damage. | yes, page 254 |

ETHICS AND INTEGRITY

| | | | |
|-------|----|--|---------------|
| G4-56 | 37 | | yes, page 254 |
| G4-57 | 32 | | yes, page 254 |
| G4-58 | 32 | | no |

in accordance with the assurance standards, ISAE 3000, the external assurance refers to a limited assurance engagement

GRI CONTENT INDEX FOR “IN ACCORDANCE” - COMPREHENSIVE

| SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES | | | |
|---|-------------------------|-----------|--------------------|
| DMA AND INDICATORS | PAGE NUMBER | OMISSIONS | EXTERNAL ASSURANCE |
| CATEGORY: ECONOMIC | | | |
| INDIRECT ECONOMIC IMPACTS | | | |
| G4-DMA | 16, 21, 24, 115 | | yes, page 254 |
| G4-EC7 | 16, 21, 24, 79, 81 | | yes, page 254 |
| G4-EC8 | 16, 22, 23, 25, 79 | | yes, page 254 |
| CATEGORY: ENVIROMENTAL | | | |
| COMPLIANCE | | | |
| G4-DMA | 43 | | yes, page 254 |
| G4-EN29 | 43 | | yes, page 254 |
| CATEGORY: SOCIAL LABOR PRACTICES AND DECENT WORK | | | |
| EMPLOYMENT | | | |
| G4-DMA | 103, 106, 183, 190, 204 | | yes, page 254 |
| G4-LA1 | 186, 211, 212 | | yes, page 254 |
| G4-LA2 | 190 | | yes, page 254 |
| G4-LA3 | 186, 212, 213 | | yes, page 254 |
| LABOR/MANAGEMENT RELATIONS | | | |
| G4-DMA | 183 | | yes, page 254 |
| G4-LA4 | 204 | | yes, page 254 |
| OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY | | | |
| G4-DMA | 183, 189, 200, 202 | | yes, page 254 |
| G4-LA5 | 200, 202 | | yes, page 254 |
| G4-LA6 | 186, 203, 214, 215 | | yes, page 254 |
| G4-LA7 | 200 | | yes, page 254 |
| G4-LA8 | 200, 203 | | yes, page 254 |
| TRAINING AND EDUCATION | | | |
| G4-DMA | 183 | | yes, page 254 |
| G4-LA9 | 185, 197, 216 | | yes, page 254 |
| G4-LA10 | 196 | | yes, page 254 |
| G4-LA11 | 191 | | yes, page 254 |
| DIVERSITY AND EQUAL OPPORTUNITY | | | |
| G4-DMA | 183 | | yes, page 254 |
| G4-LA12 | 186, 187 | | yes, page 254 |
| EQUAL REMUNERATION FOR WOMEN AND MEN | | | |
| G4-DMA | 183, 186 | | yes, page 254 |
| G4-LA13 | 186, 208, 217 | | yes, page 254 |

in accordance with the assurance standards, ISAE 3000, the external assurance refers to a limited assurance engagement

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES

| DMA AND INDICATORS | PAGE NUMBER | OMISSIONS | EXTERNAL ASSURANCE |
|--------------------|-------------|-----------|--------------------|
|--------------------|-------------|-----------|--------------------|

CATEGORY: SOCIAL HUMAN RIGHTS

INVESTMENT

| | | | |
|--------|----------|--|---------------|
| G4-DMA | 63, 102 | | yes, page 254 |
| G4-HR1 | 102 | | yes, page 254 |
| G4-HR2 | 196, 197 | | yes, page 254 |

NON DISCRIMINATION

| | | | |
|--------|-------------|--|---------------|
| G4-DMA | 63, 66, 109 | | yes, page 254 |
| G4-HR3 | 69 | | yes, page 254 |

FREEDOM ASSOCIATION AND COLLECTIVE BARGAINING

| | | | |
|--------|--------------------|--|---------------|
| G4-DMA | 63, 104 | | yes, page 254 |
| G4-HR4 | 104, 106, 196, 204 | | yes, page 254 |

CHILD LABOR

| | | | |
|--------|--------------------|--|---------------|
| G4-DMA | 63, 109 | | yes, page 254 |
| G4-HR5 | 104, 106, 196, 204 | | yes, page 254 |

FORCED OR COMPULSORY LABOR

| | | | |
|--------|--------------------|--|---------------|
| G4-DMA | 63, 109 | | yes, page 254 |
| G4-HR6 | 104, 106, 196, 204 | | yes, page 254 |

SECURITY PRACTICES

| | | | |
|--------|---------------|--|---------------|
| G4-DMA | 63, 109 | | yes, page 254 |
| G4-HR7 | 105, 196, 198 | | no |

INDIGENOUS RIGHTS

| | | | |
|--------|-------------|--|---------------|
| G4-DMA | 63, 69, 109 | | yes, page 254 |
| G4-HR8 | 69 | | yes, page 254 |

ASSESSMENT

| | | | |
|--------|--------|--|---------------|
| G4-DMA | 63, 65 | | yes, page 254 |
| G4-HR9 | 66 | | yes, page 254 |

SUPPLIER HUMAN RIGHTS ASSESSMENT

| | | | |
|---------|------------------------|--|---------------|
| G4-DMA | 63, 103, 104, 106, 109 | | yes, page 254 |
| G4-HR10 | 102, 105 | | yes, page 254 |
| G4-HR11 | 104, 106, 107 | | yes, page 254 |

HUMAN RIGHTS GRIEVANCE MECHANISMS

| | | | |
|---------|--------|--|---------------|
| G4-DMA | 63, 67 | | yes, page 254 |
| G4-HR12 | 68 | | yes, page 254 |

in accordance with the assurance standards, ISAE 3000, the external assurance refers to a limited assurance engagement

| SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES | | | |
|--|-------------|-----------|--------------------|
| DMA AND INDICATORS | PAGE NUMBER | OMISSIONS | EXTERNAL ASSURANCE |
| CATEGORY: SOCIAL SOCIETY | | | |
| LOCAL COMMUNITIES | | | |
| G4-DMA | 156, 158 | | yes, page 254 |
| G4-SO1 | 159 | | yes, page 254 |
| G4-SO2 | 159 | | yes, page 254 |
| ANTI-CORRUPTION | | | |
| G4-DMA | 39, 41, 42 | | yes, page 254 |
| G4-SO3 | 39, 40, 42 | | yes, page 254 |
| G4-SO4 | 42 | | yes, page 254 |
| G4-SO5 | 43 | | yes, page 254 |
| PUBLIC POLICY | | | |
| G4-DMA | 43, 112 | | yes, page 254 |
| G4-SO6 | 43 | | yes, page 254 |
| ANTI-COMPETITIVE BEHAVIOR | | | |
| G4-DMA | 43, 122 | | yes, page 254 |
| G4-SO7 | 43 | | yes, page 254 |
| COMPLIANCE | | | |
| G4-DMA | 43 | | yes, page 254 |
| G4-SO8 | 43 | | yes, page 254 |
| GRIEVANCE MECHANISMS FOR IMPACTS ON SOCIETY | | | |
| G4-DMA | 43 | | yes, page 254 |
| G4-SO11 | 43 | | no |

in accordance with the assurance standards, ISAE 3000, the external assurance refers to a limited assurance engagement

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES

| DMA AND INDICATORS | PAGE NUMBER | OMISSIONS | EXTERNAL ASSURANCE |
|---------------------------|--------------------|------------------|---------------------------|
|---------------------------|--------------------|------------------|---------------------------|

**CATEGORY: SOCIAL
PRODUCT RESPONSIBILITY****CUSTOMER HEALTH AND SAFETY**

| | | | |
|--------|----|--|---------------|
| G4-DMA | 92 | | yes, page 254 |
| G4-PR1 | 92 | | yes, page 254 |
| G4-PR2 | 93 | | yes, page 254 |

PRODUCT AND SERVICE LABELING

| | | | |
|--------|--------|--|---------------|
| G4-DMA | 72, 73 | | yes, page 254 |
| G4-PR3 | 93 | | yes, page 254 |
| G4-PR4 | 94 | | yes, page 254 |
| G4-PR5 | 75 | | yes, page 254 |

MARKETING COMMUNICATIONS

| | | | |
|--------|----|--|---------------|
| G4-DMA | 72 | | yes, page 254 |
| G4-PR6 | 88 | | yes, page 254 |
| G4-PR7 | 95 | | yes, page 254 |

CUSTOMER PRIVACY

| | | | |
|--------|--------|--|---------------|
| G4-DMA | 72, 97 | | yes, page 254 |
| G4-PR8 | 97 | | yes, page 254 |

COMPLIANCE

| | | | |
|--------|----|--|---------------|
| G4-DMA | 72 | | yes, page 254 |
| G4-PR9 | 94 | | yes, page 254 |

in accordance with the assurance standards, ISAE 3000, the external assurance refers to a limited assurance engagement

ADDITIONAL NON-MATERIAL GRI INDICATORS

| INDICATORS DESCRIPTION | PAGE NUMBER | EXTERNAL ASSURANCE |
|--|-------------|--------------------|
| ECONOMIC | | |
| ECONOMIC PERFORMANCE | | |
| Direct economic value generated and distributed (G4-EC1) | 15 | yes, page 254 |
| Coverage of the organization's defined benefit plan obligations (G4-EC3) | 190 | yes, page 254 |
| ENVIRONMENT | | |
| ENERGY | | |
| Energy consumption within the organization (G4-EN3) | 133 | yes, page 254 |
| Energy intensity (G4-EN5) | 138 | no |
| Reduction of energy consumption (G4-EN6) | 133 | yes, page 254 |
| WATER | | |
| Total water withdrawal by source (G4-EN8) | 142 | yes, page 254 |
| EMISSIONS | | |
| Direct Greenhouse gas (GHG) emissions – SCOPE 1 - (G4-EN15) | 140 | yes, page 254 |
| Energy indirect Greenhouse gas (GHG) emissions – SCOPE 2 - (G4-EN16) | 140 | yes, page 254 |
| Reduction of Greenhouse gas (GHG) emissions - (G4-EN19) | 140 | yes, page 254 |
| EFFLUENTS AND WASTE | | |
| Total weight of waste by type and disposal method (G4-EN23) | 143 | yes, page 254 |
| SOCIAL: LABOR PRACTICES AND DECENT WORK | | |
| SUPPLIER ASSESSMENT FOR LABOR PRACTICES | | |
| Percentage of new suppliers that were screened using labor practices criteria (G4-LA14) | 105 | yes, page 254 |
| Significant actual and potential negative impacts for labor practices in the supply chain and actions taken (G4-LA15) | 106 | yes, page 254 |
| LABOR PRACTICES GRIEVANCE MECHANISMS | | |
| Disclosure Management Approach about the subject | 32, 183 | yes, page 254 |
| Number of grievances about labour practices filed, addressed, and resolved through formal grievance mechanisms (G4-LA16) | 208 | yes, page 254 |

in accordance with the assurance standards, ISAE 3000, the external assurance refers to a limited assurance engagement

[G4-33] RELAZIONE INDIPENDENTE SULLA REVISIONE LIMITATA DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2014



RELAZIONE INDIPENDENTE SULLA REVISIONE LIMITATA DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2014

Agli Azionisti di
Telecom Italia SpA

Abbiamo svolto un esame limitato (*limited assurance engagement*) del bilancio di sostenibilità (di seguito il "Bilancio") del Gruppo Telecom Italia (di seguito il "Gruppo") per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2014.

Responsabilità degli Amministratori per il bilancio di sostenibilità

Gli Amministratori di Telecom Italia SpA sono responsabili per la redazione del Bilancio in conformità alle linee guida *G4 Sustainability Reporting Guidelines* definite nel 2013 dal GRI - Global Reporting Initiative, e ai principi di *Inclusivity, Materiality e Responsiveness* contenuti nell'*AA1000 AccountAbility Principles Standard (2008)*, emanati da AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability), indicati nel paragrafo "Reporting" del bilancio di sostenibilità. Sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno che essi ritengono necessaria al fine di consentire la redazione di un bilancio di sostenibilità che non contenga errori significativi, anche dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali, nonché per la definizione degli obiettivi del Gruppo in relazione alla performance di sostenibilità e alla rendicontazione dei risultati conseguiti. Gli Amministratori di Telecom Italia SpA sono infine responsabili per l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare.

Responsabilità del revisore

E' nostra la responsabilità della redazione della presente relazione sulla base delle procedure svolte. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri 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 per gli incarichi che consistono in un esame limitato. Tale principio richiede il rispetto dei principi etici applicabili, compresi quelli in materia di indipendenza, il cui rispetto confermiamo anche ai sensi dell'*AA1000 AccountAbility Assurance Standard (2008)*, non avendo effettuato attività o servizi per il Gruppo che avrebbero potuto generare un conflitto con il nostro

PricewaterhouseCoopers Advisory SpA

Sede legale: Milano 20149 Via Monte Rosa 91 Tel. 02667201 Fax 0266720501 Cap. Soc. Euro 3.700.000,00 i.v. - C.F. e P.IVA e Iscrizione al Reg. Imp. Milano n° 03230150967 - Altri Uffici: Bari 70122 Via Abate Gimma 72 Tel. 0805640311 Fax 0805640349 - Bologna 40126 Via Angelo Finelli 8 Tel. 0516186211 - Firenze 50121 Viale Gramsci 15 Tel. 0552482811 Fax 0552482899 - Genova 16121 Piazza Piccapietra 9 Tel. 01029041 - Napoli 80121 Piazza dei Martiri 58 Tel. 08136181 - Padova 35138 Via Vicenza 4 Tel. 049873431 Fax 0498734399 - Palermo 90141 Via Marchese Ugo 60 Tel. 0916256313 Fax 0917829221 - Roma 00154 Largo Fochetti 28 Tel. 06570831 Fax 06570832536 - Torino 10122 Corso Palestro 10 Tel. 0115773411 Fax 0115773499 - Treviso 31100 Viale Felissent 90 Tel. 0422315711 Fax 0422315798 - Trieste 34125 Via Cesare Battisti 18 Tel. 0403480781 Fax 040364737 - Verona 37135 Via Francia 21/C Tel. 0458263001

Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento della PricewaterhouseCoopers Italia Srl
www.pwc.com/it



profilo di indipendenza, nonché la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro al fine di acquisire una sicurezza limitata che il bilancio di sostenibilità non contenga errori significativi. Tali procedure hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel bilancio di sostenibilità, analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

Le procedure svolte sul Bilancio hanno riguardato il rispetto dei principi per la definizione del contenuto e per la definizione della qualità del bilancio di sostenibilità, nei quali si articolano le *G4 Sustainability Reporting Guidelines* e l' *AA1000 AccountAbility Principles Standard (2008)*, e sono riepilogate di seguito:

- comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel bilancio di sostenibilità e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2014, sul quale abbiamo emesso la relazione ai sensi degli artt. 14 e 16 del DLGS. 27.1.2010, N.39, in data 30 marzo 2015;
- analisi, tramite interviste, del sistema di governo e del processo di gestione dei temi connessi allo sviluppo sostenibile inerenti la strategia e l'operatività di Telecom Italia SpA;
- analisi del processo di definizione degli aspetti significativi rendicontati nel Bilancio, con riferimento alle modalità di identificazione in termini di priorità degli aspetti significativi per le diverse categorie di *stakeholder* e alla validazione interna delle risultanze del processo;
- analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel Bilancio. In particolare, abbiamo svolto:
 - interviste e discussioni con i delegati di Telecom Italia SpA, TIM Brasil Serviços, TIM Participações SA e Fondazione Telecom Italia, 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 in conformità ai principi di *Inclusivity*, *Materiality* e *Responsiveness* contenuti nell' *AA1000 AccountAbility Principles Standard (2008)*;
 - analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del Bilancio, al fine di ottenere evidenza dei processi in atto, della loro adeguatezza e del funzionamento del sistema di controllo interno per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni in relazione agli obiettivi descritti nel bilancio di sostenibilità;
- analisi della conformità e della coerenza interna delle informazioni qualitative riportate nel Bilancio rispetto alle linee guida identificate nel paragrafo "Responsabilità degli Amministratori per il bilancio di sostenibilità" della presente relazione;



- analisi del processo di coinvolgimento degli stakeholder, con riferimento alle modalità utilizzate, mediante l'analisi dei verbali riassuntivi o dell'eventuale altra documentazione esistente circa gli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stessi;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante di Telecom Italia SpA, sulla conformità del Bilancio alle linee guida indicate nel paragrafo "Responsabilità degli Amministratori per il bilancio di sostenibilità", nonché sull'attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.

I dati e le informazioni oggetto dell'esame limitato sono riportati, come previsto dalle *G4 Sustainability Reporting Guidelines*, nella tabella del "GRI Content Index" del Bilancio.

Il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quello da svolgere per un esame completo secondo l'ISAE 3000 (*reasonable assurance engagement*) e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il bilancio di sostenibilità del Gruppo Telecom Italia al 31 dicembre 2014 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle linee guida *G4 Sustainability Reporting Guidelines* definite nel 2013 dal GRI - Global Reporting Initiative e ai principi *AA1000 AccountAbility Principles Standard (2008)* come descritto nel paragrafo "Reporting" del bilancio di sostenibilità.

Torino, 5 maggio 2015

PricewaterhouseCoopers Advisory SpA

Paolo Bersani
(Partner)

[G4-31]

CONTATTI

Corporate Social Responsibility

Telecom Italia S.p.A.

Via G. Negri, 1

20123 Milano

Tel.: +39 02 8595 4824

www.telecomitalia.com

Invia i tuoi suggerimenti a:

groupsustainability@telecomitalia.it

Design: www.thebrandshop.it



Pubblicazione compensata
tramite l'acquisto di crediti
da fonti rinnovabili in Italia
2015 | HYL-34-NKM

