



Surfing the value

bilancio di sostenibilità 2001 >>

| | | |
|----------------------------|----|--------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | >> | 1 SOMMARIO |
| 6 CARTE E CODICI | | 2 LETTERA DEL PRESIDENTE |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI | | 3 CONTESTO E METODO |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | | |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | | |

■ SOMMARIO

| | | |
|---------------------------------|--|-----------|
| Informazioni preliminari | Sommario | 1 |
| | Lettera del Presidente | 2 |
| | Contesto e metodo | 3 |
| Carte e codici | Carta dei valori | 6 |
| | Carta dei servizi | 7 |
| | Carta ambientale | 8 |
| | Codice etico | 9 |
| Gli stakeholder esterni | I clienti consumatori | 10 |
| | I fornitori | 13 |
| | I concorrenti | 15 |
| | Lo Stato | 16 |
| | Le generazioni future: ambiente e sviluppo sostenibile | 17 |
| | La Comunità | 26 |
| Gli stakeholder interni | I dipendenti | 31 |
| | Gli azionisti | 34 |
| Altre informazioni | Parere Reconta Ernst & Young | 35 |
| | Linee programmatiche | 36 |
| | Principali dati economici | 37 |

Il presente bilancio di sostenibilità del Gruppo Telecom Italia è stato redatto in via volontaria da Telecom Italia S.p.A. sulla base dei dati tratti da fonti interne (progetto di bilancio d'esercizio, bilancio consolidato di Gruppo, reportistica interna o altra documentazione societaria), applicando indicatori e standard indicati nel testo. Il documento è stato predisposto unicamente per fini informativi.

Il bilancio di sostenibilità è stato assoggettato a verifica da parte della società di revisione, Reconta Ernst & Young S.p.A., per l'espressione di un parere di conformità.

| | | |
|----------------------------|----|--------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | >> | 1 SOMMARIO |
| 6 CARTE E CODICI | | 2 LETTERA DEL PRESIDENTE |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI | | 3 CONTESTO E METODO |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | | |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | | |

■ LETTERA DEL PRESIDENTE



La crescita dell'economia mondiale, la globalizzazione, le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione, la liberalizzazione di settori produttivi monopolistici, hanno riaffermato la centralità del mercato come motore dello sviluppo ed hanno stimolato l'esigenza di imprese socialmente responsabili, capaci di favorire un *trend* economico più equo, equilibrato e più rispettoso dell'ambiente.

Nella cultura e nelle strategie di conduzione d'azienda si contrappongono oggi due modelli.

L'uno, vede la responsabilità sociale esaurirsi nella sua attitudine a produrre profitto, ponendo l'attenzione particolarmente agli azionisti e ai finanziatori. La *performance* aziendale viene così misurata in base alla capacità di generare valore.

L'altro, definisce la responsabilità sociale in termini più ampi, tesa al risultato di una rete di relazioni che connettono l'impresa ad una pluralità di *stakeholder*. Sono ritenuti strategici gli investimenti in capitale umano, in ricerca e sviluppo, verso le politiche di miglioramento della qualità dei prodotti, al fine di aumentare la competitività dell'impresa.

Il Gruppo Telecom Italia ha sottoscritto, insieme a numerose altre grandi imprese mondiali, alle principali organizzazioni di volontariato e alla Confederazione internazionale dei sindacati liberi, i nove principi del *Global Compact* proposto dal Segretario Generale dell'ONU Kofi Annan, che riguardano la protezione dei diritti umani, gli standard di lavoro e la tutela dell'ambiente.

Il Gruppo Telecom Italia ha investito da sempre nei "valori" sociali ed ambientali; da cinque anni ne pubblica una rendicontazione ricca e rigorosa, ne affina i contenuti e ne seleziona gli indicatori più attendibili, con l'obiettivo di integrarli nel bilancio d'esercizio.

Si confronta con altre grandi imprese italiane ed europee che già hanno adottato questa *best practice* e funge da esempio a quanti volessero intraprendere proficuamente questa strada.

Come "industria di bandiera" propone la sostenibilità come valore d'impresa, strumento di programmazione, gestione e controllo.

Il Presidente
Marco Tronchetti Provera

| | | |
|----------------------------|----|--------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | >> | 1 SOMMARIO |
| 6 CARTE E CODICI | | 2 LETTERA DEL PRESIDENTE |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI | | 3 CONTESTO E METODO |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | | |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | | |

■ CONTESTO E METODO



G8

Le riunioni dei Capi di Stato e di Governo dei principali paesi industrializzati (G8) hanno progressivamente coinvolto *leader* di grandi imprese e di organizzazioni internazionali non governative in gruppi di lavoro e fondi che propongono strategie per risolvere problemi di rilevanza globale. Tra le varie iniziative assumono particolare importanza:

- la *Digital Opportunity Task Force*, che ha lo scopo di ridurre il divario digitale, ovvero le profonde disuguaglianze tra i paesi sviluppati e non, nell'accesso alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione;
- la *Renewable Energy Task Force*, che promuove la diffusione delle forme di energia rinnovabile;
- il *Global Health Fund*, che dovrà mobilitare risorse finanziarie, organizzative e coinvolgere, accanto ai governi dei paesi maggiori, le principali aziende farmaceutiche, grandi imprese di altri settori e fondazioni benefiche per fornire farmaci e vaccini ai paesi poveri, aiutandoli nella lotta contro la malaria, la tubercolosi e l'Aids.

ONU

Riconoscendo questa evoluzione in atto, l'*United Nations Environment Program* (UNEP) nella edizione del 2001 della sua *benchmark survey* internazionale sul *corporate reporting*, introduce per la prima volta il concetto di sostenibilità prendendo in considerazione, accanto ai tradizionali indicatori di *performance* ambientali, anche le prestazioni economiche e sociali delle

imprese analizzate.

La *performance* economica non è valutata solo in base al valore prodotto e al rendimento del capitale investito, ma in base a contributi più diretti allo sviluppo sostenibile, come il contributo all'occupazione, alla crescita del capitale umano e delle conoscenze, allo sviluppo delle comunità locali, all'attuazione delle politiche dello sviluppo.

In Europa

Nel vertice di Lisbona della primavera 2000 i Capi di Stato e di Governo dei paesi dell'Unione Europea hanno sollecitato la collaborazione delle imprese per realizzare uno sviluppo equo e sostenibile.

La Commissione Europea ha pubblicato nel luglio 2001 il *Green Paper* che definisce il quadro di riferimento europeo per la *Corporate Social Responsibility*. L'Unione Europea ha posto la responsabilità sociale dell'impresa nell'agenda politica europea e nella Conferenza di Bruxelles (novembre 2001) ha promosso iniziative concrete finalizzate tra l'altro a migliorare l'informazione dei consumatori, valutare le *performance* in campo sociale e ambientale, promuovere la responsabilità sociale delle piccole e medie imprese, allargare il dialogo sociale ed inserire clausole sociali ed etiche nei bandi di offerta pubblica, sviluppare i fondi pensione.

La Società civile

All'azione delle organizzazioni

◀ La *performance* sociale include valutazioni relative all'etica degli affari e alla coerenza della gestione, con i valori dichiarati fondamentali che guidano la condotta dell'impresa.

| | | |
|----------------------------|----|--------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | >> | 1 SOMMARIO |
| 6 CARTE E CODICI | | 2 LETTERA DEL PRESIDENTE |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI | | 3 CONTESTO E METODO |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | | |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | | |

internazionali e dei governi si aggiunge la pressione esercitata dalla società civile, che chiede con sempre maggior forza alle imprese di render conto delle proprie azioni, giudicandone non soltanto gli "effetti", ma anche le "intenzioni".

Triple bottom line

▶ Nelle esperienze più avanzate le nuove forme di rendicontazione sociale si vanno integrando tra di loro e con gli strumenti più tradizionali nella prospettiva della *dual bottom line* che unifica il bilancio ambientale e il bilancio sociale e, in prospettiva, della *triple bottom line* (TBL) che integra entrambe le precedenti con il conto economico e finanziario, così da costituire un unico documento sintetico di tutti gli aspetti della *performance* dell'azienda.

Risultati economico-finanziari, *performance* ambientale e *performance* sociale appaiono in un numero crescente di casi strettamente connessi. Lo sviluppo sostenibile, come rileva Simon Zadek, ideatore di *AccountAbility 1000* - griglia di indicatori di processo per le attività di rendicontazione sociale - in *The Civil Corporation* (Londra 2002), non esprime solo la moderna utopia di un ambiente vivibile e di una società socialmente giusta, ma fornisce anche l'architettura strategica e operativa fondamentale per le future imprese di successo.

L'attività di rendicontazione sociale avviene sempre più in base a *standard* di processo condivisi, come i principi di qualità proposti da *AccountAbility 1000* (inclusività, completezza, comparabilità, qualità dell'informazione, regolarità, comunicazione, verifica esterna, integrazione nei sistemi di gestione, miglioramento continuo), e in relazione a un nucleo di contenuti minimi relativi alla identità dell'azienda, ai meccanismi di *corporate governance*, al calcolo della distribuzione del valore aggiunto e alla relazione sociale.

Stakeholder

Il bilancio di sostenibilità viene quindi redatto tenendo in considerazione le seguenti categorie di stakeholder:

- i **clienti/consumatori**, di cui l'impresa soddisfa i bisogni realizzando il valore aggiunto ottenuto dalla produzione di beni e servizi;
- i **fornitori**, che conferiscono materie prime, beni e servizi intermedi necessari alla produzione contribuendo alla qualità del risultato finale;
- i **concorrenti** nel mercato che stimolano l'impresa alla produttività e all'efficienza;
- lo **Stato** a cui l'impresa conferisce risorse sotto forma di imposte, oneri sociali e previdenziali, contributo per l'esercizio di attività di telecomunicazioni e dividendi;
- le **generazioni future**, analizzate attraverso i dati sull'ambiente e sulla protezione civile, le cui capacità di soddisfare i propri bisogni non devono essere compromesse dal perseguimento degli obiettivi presenti;
- la **Comunità**, intesa come società civile cui l'impresa contribuisce con le proprie attività di rilevanza sociale nei campi della ricerca e innovazione, dell'educazione, della salute e solidarietà sociale, della cultura, arte, sport;
- i **dipendenti**;
- gli **azionisti**.

Standard

Nel bilancio di sostenibilità – edizione 2002 (*) – è stata valutata la *performance* di Telecom Italia attraverso indicatori specifici e in base ai più attendibili *standard* internazionali:

- verso i "consumatori" sulla base dei criteri della "guida al consumo" del **CEP (Council of Economic Priorities)**, associazione privata americana che nel 1994 ha elaborato un gruppo di indicatori di consumo etico su un

Le imprese apprendono le une dalle altre, diffondendo e imitando le *best practices* innovative, riproducibili, sostenibili, misurabili e creatrici di valore aggiunto.

(*) Realizzato in Telecom Italia dal gruppo di lavoro Sustainable Development and Corporate Social Responsibility, coordinato dalla Dr.ssa Aurora Sanza, con la collaborazione del Prof. Alberto Martinelli, professore di "Scienza politica" all'Università di Milano, presidente I.S.A. (International

Sociological Association) e membro di "Comunità e Impresa". Una precedente edizione (1998) ha avuto il riconoscimento dell'Oscar di Bilancio e della Comunicazione Finanziaria, premio speciale Bilancio Sociale "...per una virtuosa combinazione di contenuti ricchi e forma rigorosa...".

| | | |
|----------------------------|----|--------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | >> | 1 SOMMARIO |
| 6 CARTE E CODICI | | 2 LETTERA DEL PRESIDENTE |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI | | 3 CONTESTO E METODO |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | | |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | | |

DJSGI (Dow Jones Sustainability Group Index): indice di quotazione delle imprese che si impegnano nello sviluppo sostenibile fornito da Dow Jones in associazione con SAM (Sustainable Asset Management).

FTSE4Good (Financial Time Stock Exchange): indice di quotazione di imprese che adottano un comportamento etico responsabile lanciato da FTSE in associazione con EIRIS (Ethical Investment Research Service) e l'Unicef (United Nations Children's Fund).

SIRI (Sustainable Investment Research International Group): raggruppamento di 10 organismi di ricerca che intendono fornire e promuovere nel mondo intero prodotti e servizi di qualità generati da ricerche sull'investimento sociale.

campione di 168 imprese e 1800 prodotti tra i più venduti nei supermercati americani;

- verso i "fornitori" sulla base dell'indice **SA 8000** compreso negli indicatori CEP come *standard* etico per i sub fornitori appartenenti ai Paesi in via di sviluppo;
- verso le "generazioni future" sulla base degli indicatori delle "*sustainability reporting guidelines*" di **GRI (Global Reporting Initiative)**, iniziativa multi stakeholder dell'organizzazione non governativa Ceres con sede a Boston, che raduna organizzazioni ambientaliste, professionisti, investitori istituzionali, sindacati, organizzazioni religiose, imprese, società di consulenza e di revisione UNEP (ONU) ed elabora dal 1997 indicatori quali-quantitativi economici, sociali ed ecologici;
- verso la "Comunità" in base allo schema del **London Benchmarking Group**, fondato nel 1994, costituito da 60 società internazionali e punto di riferimento europeo nella misurazione di contributi sociali ed ambientali;
- nei confronti dei "dipendenti" alla luce del modello della **Human Development Enterprise (HDE)**, elaborato da Gay Standing chief economist di ILO (International Labor Office) Ginevra;
- ▶ • nei confronti degli "azionisti" alla luce del **Dow Jones Sustainability Group Index**, del **FTSE4Good** e **SIRI**.

Parere

Un contributo alla valutazione, sia per quanto riguarda l'attendibilità dei dati esposti, sia per la completezza e la comprensibilità delle informazioni riportate, è dato dal parere espresso dalla *Reconta Ernst & Young*.

| | |
|----------------------------|---------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 6 CARTA DEI VALORI |
| 6 CARTE E CODICI >> | 7 CARTA DEI SERVIZI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI | 8 CARTA AMBIENTALE |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 9 CODICE ETICO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | |

■ CARTE E CODICI



CARTA DEI VALORI DEL GRUPPO TELECOM ITALIA

- Perseguire l'eccellenza nella produzione e la competitività nel mercato, creando valore economico e contribuendo al benessere dei propri clienti e della Comunità in generale.
- Valorizzare il capitale umano, rispettare i diritti del personale, garantire pari opportunità, favorire lo sviluppo professionale, tutelare sicurezza e salute dei dipendenti.
- Sviluppare nel personale l'orientamento al servizio, il miglioramento della qualità e la rapidità di risposta nei rapporti con i clienti/consumatori.
- Rendere conto delle proprie strategie e attività a quanti sono influenzati dalle decisioni dell'impresa.
- Favorire la cooperazione tra tutti coloro che contribuiscono a realizzare gli obiettivi dell'impresa, promuovendo un circolo virtuoso di lealtà e fiducia reciproca.
- Rispettare la legalità, la correttezza e la trasparenza nei sistemi di gestione e nei rapporti con i propri interlocutori e concorrenti.
- Favorire l'innovazione attraverso un impegno costante nella ricerca e nello sviluppo.
- Rispettare e tutelare l'ambiente.
- Contribuire allo sviluppo sostenibile, perseguendo gli obiettivi presenti senza compromettere la capacità delle future generazioni di soddisfare i propri bisogni.
- Perseguire la coerenza tra valori, strategie e comportamenti.

| | |
|----------------------------|----------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 6 CARTA DEI VALORI |
| 6 CARTE E CODICI >> | 7 CARTA DEI SERVIZI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI | 8 CARTA AMBIENTALE |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 9 CODICE ETICO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | |

CARTA DEI SERVIZI DEL GRUPPO TELECOM ITALIA^(*)

Per fornire costantemente un servizio di qualità le nostre attività sono ispirate ai principi di:

- **Trasparenza:**
adozione e verifica del rispetto delle regole e delle disposizioni contrattuali rendendole conosciute e di facile comprensione a tutti i Clienti.
- **Partecipazione:**
impegno a soddisfare le esigenze dei Clienti raccogliendo suggerimenti e proposte per migliorare i servizi e la stessa Carta dei Servizi, intrattenendo rapporti sistematici di collaborazione e confronto con le Associazioni dei Consumatori.
- **Continuità:**
erogazione ininterrotta dei servizi, salvo i necessari interventi di manutenzione ordinaria e straordinaria, nel rispetto reciproco delle regole.
- **Efficienza:**
garanzia di risposta immediata, qualificata e competente alle esigenze dei Clienti.
- **Uguaglianza e imparzialità:**
fornitura dei servizi indistintamente a tutti i Clienti, senza discriminazione, sull'intero territorio nazionale.
- **Cortesìa e disponibilità:**
attenzione dei nostri operatori e del nostro personale per soddisfare le esigenze dei Clienti ponendosi all'ascolto costante delle loro richieste.

◀ (*) In vigore dal 19 luglio 2001 in adempimento alla delibera n. 820/00/CONS dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni. Il documento integrale è disponibile sul sito www.187.it

| | |
|----------------------------|---------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 6 CARTA DEI VALORI |
| 6 CARTE E CODICI >> | 7 CARTA DEI SERVIZI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI | 8 CARTA AMBIENTALE |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 9 CODICE ETICO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | |

CARTA AMBIENTALE DEL GRUPPO TELECOM ITALIA(*)

■ La Nostra "Vision"

Lo Sviluppo Sostenibile è un obiettivo ambientale globale e strategico che prende in considerazione la necessità di salvaguardare per le generazioni future sia l'ambiente naturale che le sempre più ridotte risorse naturali non rinnovabili attraverso:

- la messa a disposizione di prodotti e servizi che abbiano un impatto positivo sull'ambiente;
- la determinazione a svolgere le attività in modo da ridurre al minimo gli impatti negativi sull'ambiente.

■ Il Nostro Approccio

Riconosciamo che la presenza universale delle telecomunicazioni nella società attuale impone il dovere sociale di comportarci da membri responsabili della collettività.

Un atteggiamento responsabile nei confronti dell'ambiente costituisce un requisito essenziale per adempiere a tale dovere.

Il fatturato collettivo delle nostre società, rappresentando una parte significativa di quello complessivamente attribuibile all'industria europea, ci consente di fornire un contributo consistente alla soluzione dei problemi ambientali.

■ Il Nostro Impegno

Ci impegniamo al miglioramento continuo, sia collettivamente che individualmente, attraverso azioni concrete nelle seguenti aree:

Presa di coscienza

- Faremo in modo di identificare e riconoscere tutti gli impatti ambientali di nostra pertinenza, compresi gli impatti positivi e negativi dei prodotti e dei servizi da noi utilizzati e forniti. In particolare, l'ambiente sarà introdotto a pieno titolo nei programmi di formazione del nostro personale e nei programmi di comunicazione delle nostre società.

Conformità alle leggi

- Ci impegneremo al fine di raggiungere non solo la piena conformità con tutti i requisiti legislativi ambientali pertinenti con le nostre attività, ma anche a superarli qualora ciò sia consistente con i nostri obiettivi.

Ricerca e sviluppo

- Intraprenderemo programmi di ricerca e sviluppo volti alla definizione di nuovi servizi di telecomunicazioni in grado di contribuire efficacemente allo sviluppo sostenibile.

Approvvigionamenti

- Introduciamo considerazioni ambientali nei nostri processi di acquisizione di beni e servizi, con particolare attenzione a: consumo di energia, gestione dei rifiuti, requisiti di processo e di prodotto, uso di sostanze e materiali pericolosi.

Informazione

- Forniremo dati ed informazioni sulle nostre prestazioni ambientali al nostro personale, ai nostri clienti, ai nostri azionisti ed alle pubbliche amministrazioni.

Sistemi di gestione ambientale

- Svilupperemo e renderemo operativi al nostro interno sistemi di gestione ambientale che forniscano un supporto efficace ed organizzato alla protezione dell'ambiente.

◀ (*) Sottoscritta nel 1996 da Telecom Italia insieme ad altri 24 operatori europei di reti di telecomunicazioni aderenti all'ETNO (European Telecommunications Network Operators' Association - principale associazione di settore per gli operatori di TLC in Europa), attraverso la quale le diverse aziende si sono impegnate ad avviare specifiche azioni orientate alla tutela ambientale.

| | |
|----------------------------|-----------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 6 CARTA DEI VALORI |
| 6 CARTE E CODICI >> | 7 CARTA DEI SERVIZI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI | 8 CARTA AMBIENTALE |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 9 CODICE ETICO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | |

CODICE ETICO^(*)

Il Gruppo Telecom Italia ha allo studio un codice etico. TIM SpA ha introdotto un proprio codice etico nel giugno 2001 i cui principi sono di seguito sintetizzati.

◀ (*) Approvato dal CdA di TIM SpA del 10/05/2001. Il documento integrale è disponibile sul sito www.tim.it

■ Comportamento nella gestione degli affari

Il comportamento individuale e collettivo di tutti i dipendenti negli affari – sempre attinenti all'oggetto sociale – deve essere in sintonia con le politiche aziendali e con quelle definite dal Gruppo e deve tradursi concretamente in collaborazione, responsabilità sociale e rispetto delle leggi nazionali e internazionali nel perseguimento degli obiettivi e nella conclusione di qualunque operazione.

■ Trattamento di informazioni privilegiate

Ogni informazione ed altro materiale ottenuto da un dipendente TIM in relazione al proprio impiego è strettamente di proprietà della Società medesima. Tali informazioni riguardano attività presenti e future, incluse notizie non ancora diffuse, informazioni ed annunci anche se di prossima divulgazione.

■ Rapporti con i terzi

I dipendenti TIM devono rispettare le regole del Codice anche nei rapporti verso l'esterno. Nel rapportarsi verso l'esterno, i dipendenti devono informare adeguatamente i terzi circa gli impegni e gli obblighi posti dal Codice Etico ed esigere il rispetto degli obblighi che riguardano direttamente la loro attività.

■ Tutela della dignità e della integrità del dipendente, salute e sicurezza sul lavoro

Le risorse umane sono un elemento indispensabile per l'esistenza, lo sviluppo ed il successo di un'impresa. Pertanto, la professionalità e l'impegno dei dipendenti sono valori determinanti ed imprescindibili per il conseguimento degli obiettivi dell'impresa medesima.

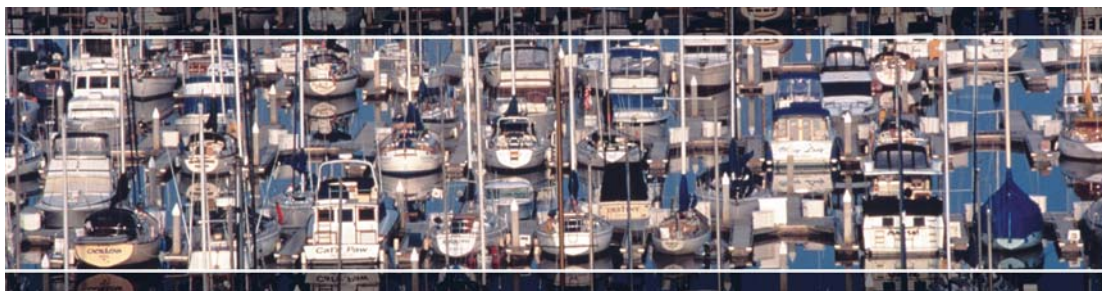
■ Il sistema di controllo interno

Per sistema di controllo interno, da realizzarsi ed implementarsi a cura del Management dell'Azienda, si intende l'insieme degli strumenti necessari o utili a indirizzare, gestire e verificare le attività dell'impresa, orientandola verso il raggiungimento dei propri obiettivi e contrastando adeguatamente i rischi incombenti.

| | |
|--------------------------------------|--------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 10 I CLIENTI CONSUMATORI |
| 6 CARTE E CODICI | 13 I FORNITORI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >> | 15 I CONCORRENTI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 16 LO STATO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | 17 LE GENERAZIONI FUTURE |
| | 26 LA COMUNITA' |

■ GLI STAKEHOLDER ESTERNI

I CLIENTI CONSUMATORI



Punti fondamentali della politica di *loyalty* del Gruppo Telecom Italia sono confermati dalla *customer satisfaction* e il rapporto continuativo e privilegiato con i clienti. L'attenzione è posta sull'interpretazione della domanda proveniente dal mercato e nella risposta con servizi adeguati. I dati relativi alle infrastrutture ed ai servizi di Telecom Italia SpA e delle principali Società del Gruppo sono riportati nel Bilancio di Esercizio 2001.

■ LA SODDISFAZIONE DEI CONSUMATORI

■ La qualità del servizio Telecom Italia SpA

- I clienti soddisfatti del funzionamento regolare delle linee telefoniche (senza interruzioni o difficoltà per prendere la linea) sono l'87,5% per la clientela Residenziali e l'86,2% per la clientela Business (*Loyalty Qualità Tecnica - fase di dicembre 2001 / Fonte Doxa*).
- Sul "servizio 187" rivolto alla clientela Residenziali, il 52,8% degli intervistati dichiara di essere rimasto molto soddisfatto per la cortesia degli operatori ed il 36,6% dichiara di aver ricevuto informazioni molto chiare ed esaurienti. I clienti ai quali è stata fornita una soluzione alla richiesta nell'ambito di una sola telefonata sono il 56,7%.
- Giudizi positivi sul "servizio 191" rivolto alla clientela Business: il 96% degli

intervistati dichiara di essere rimasto soddisfatto per la cortesia degli operatori, l'86,8% per la competenza e l'85,3% dichiara di aver ricevuto informazioni chiare ed esaurienti. I clienti ai quali è stata fornita una soluzione alla richiesta nell'ambito di una sola telefonata sono il 51,7% (*One Call Solution*).

- La percentuale delle riparazioni avvenute entro il 2° giorno successivo alla segnalazione è pari all'86,4% per i clienti Residenziali e all'80,1% per i clienti Fonia Business.
- Sul "servizio 182" rivolto alla clientela Residenziali, gli intervistati si dichiarano molto soddisfatti della cortesia degli addetti (61,5%). In merito alla prestazione, il 95,3% degli intervistati si è dichiarato soddisfatto dell'efficacia della riparazione ed il 64,7% molto soddisfatto per la competenza del tecnico.
- La clientela Business si mostra soddisfatta nei confronti sia degli operatori che ricevono le segnalazioni, sia dei tecnici intervenuti per la riparazione; in particolare, il 95,8% dichiara di essere rimasto soddisfatto della competenza del tecnico, il 98,6% della cortesia e l'85,2% dell'efficacia della riparazione (*Fonte Atesia*).
- Le rilevazioni effettuate presso i clienti Top di Data.com (*Customer Opinion Survey*) mostrano un netto miglioramento rispetto all'anno precedente: l'area di soddisfazione è pari al 77% (68,8% nel 2000) per

◀ L'informazione telematica: uno spazio in rete dedicato ai consumatori è disponibile sul sito web all'indirizzo: www.187.it

| | |
|-------------------------------|--------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 10 I CLIENTI CONSUMATORI |
| 6 CARTE E CODICI | 13 I FORNITORI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >> | 15 I CONCORRENTI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 16 LO STATO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | 17 LE GENERAZIONI FUTURE |
| | 26 LA COMUNITA' |

l'attivazione dei servizi, al 76,6% (68,5% nel 2000) per il servizio di assistenza tecnica, all'85,4% (72,4% nel 2000) per il servizio di fatturazione e all'82,9% (68,1% nel 2000) per il servizio telefonico Assistenza Clienti (Fonte Telemarketing).

- In merito alla valutazione su servizi specifici, la percentuale di soddisfazione per la competenza del personale di vendita è stata pari al 78,7% per *ADSL Net Economy* e all'83,6% per *Interbusiness*. La maggior parte degli intervistati ritiene inoltre che *ADSL Net Economy* e *Interbusiness* contribuiscano allo sviluppo del core business della propria azienda (rispettivamente 87,8% e 88,7%) (Fonte Istituto CIRM).

TIM SpA

- ▶ Nel 2001 è stata raggiunta la certificazione ISO 9001 circa il livello qualitativo dei processi aziendali utilizzati dal *Marketing* della Divisione Business per lo sviluppo e l'implementazione dell'offerta.

La ricerca condotta internamente alla TIM (6° bimestre 2001) presenta un grado di soddisfazione della clientela per la qualità della rete pari a 89% (Fonte Eurisko).

I tempi medi percepiti dalla clientela per l'attivazione del servizio TIM sono pari a 18 giorni solari. Nel corso del 2001 sono state svolte attività finalizzate a ridurre sensibilmente tale tempo medio a partire dal prossimo esercizio.

SEAT Pagine Gialle SpA

- ▶ E' stato messo a disposizione dei clienti il Numero Verde del *Customer Service* 800011411 che ha ricevuto nell'esercizio 815.000 chiamate, con una percentuale di risoluzione da parte dell'operatore di circa il 70%.

Nell'ambito del Progetto Corrispondenza sono stati attivati a partire da novembre 2001:

- un Numero Verde (800011412) per i fax, sul quale sono pervenuti circa 4.000 documenti;
- una casella postale su cui sono pervenuti 52.000 documenti;
- un indirizzo e-mail che ha ricevuto circa 2.200 e-mail.

Altre Società

Sodalìa SpA, società operante nella realizzazione di software innovativi per telecomunicazioni, registra un alto livello qualitativo poichè è una delle poche aziende europee in possesso sia della certificazione ISO 9001 che del Livello 3 del SEI CMM (Software Engineering Institute Capability Maturity Model). E' inoltre membro dell'EFQM (European Foundation for Quality Management) fin dal 1997; nel 1998 i concetti principali dell'*Excellence Model* dell'EFQM sono stati incorporati nella politica della qualità aziendale anche in vista di una futura partecipazione alla *European Quality Award* (EQUA).

Due dipendenti Sodalìa partecipano alle attività di *assessment* dell'EQUA come valutatori.

■ PROCEDURA DI CONCILIAZIONE ED ARBITRATO

Telecom Italia SpA

Il 2001 è stato l'ottavo anno di applicazione della procedura di Conciliazione ed Arbitrato (dopo 4 anni il progetto non ha più avuto il sostegno economico dell'Unione Europea, pertanto la società si fa carico interamente dei costi di propria competenza e la procedura di Conciliazione continua ad essere gratuita per il cliente).

Il numero di domande di conciliazione pervenute dal 01.01.1986 al 31.12.2001 ammonta a 29.279, di cui 28.091 discusse (pari al 96%), 937 annullate e 251 in attesa; delle 28.091 discusse 24.320 sono conciliate (l'87%) e 3.771 non conciliate (13%).

Complessivamente le domande di arbitrato pervenute dall'inizio della procedura sono 450, di cui discusse 256, annullate 103, in attesa 82.

I tempi di evasione della procedura di Conciliazione: oltre il 77% delle domande riceve una risposta entro 90 giorni dalla sua data di presentazione; di queste il 44% viene risolto entro 45 giorni.

I disservizi con impatto di rilievo sul traffico smaltito dai vari elementi di rete (BSC, MSC/VLR, TR/STP e HLR) sono stati 15 nel corso del 2001 e la durata media di un disservizio è stata pari a 2h36' (rilevazione interna).

Il 66% di clienti si dichiara soddisfatto *overall* del rapporto con Seat Pagine Gialle SpA. Fonte: Databank (67% nel 2000)

| | |
|-------------------------------|--------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 10 I CLIENTI CONSUMATORI |
| 6 CARTE E CODICI | 13 I FORNITORI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >> | 15 I CONCORRENTI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 16 LO STATO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | 17 LE GENERAZIONI FUTURE |
| | 26 LA COMUNITA' |

■ CONTROVERSIE E CONTENZIOSO

Telecom Italia SpA

Il numero dei contenziosi aperti nel 2001, per ciò che attiene i reclami relativi al **contratto di abbonamento** al servizio telefonico, risulta essere pari a 465 vertenze di cui 455 passive rispetto alle 200 vertenze aperte nel 2000, di cui 182 passive.

Per quanto riguarda la definizione delle cause, nel 2001 63 si sono concluse favorevolmente, 17 si sono chiuse con rinuncia al ricorso da parte dell'attore, 21 con sentenza sfavorevole a Telecom Italia e 138 sono state transatte.

Il numero delle controversie passive aperte relative ad errori od omissioni nell'**elenco abbonati** risulta pari a 107, di cui ne sono state definite 29.

TIM SpA

Il contenzioso con i clienti consumatori nel 2001 comprende 230 controversie.

SEAT Pagine Gialle SpA

Le cause notificate dai propri clienti nel 2001 sono state 166; quelle definite 164 di cui 43 con sentenza favorevole, 34 con sentenza sfavorevole, 87 con transazione. Per quanto concerne le contestazioni di errori nelle pubblicità acquisite sui prodotti editoriali, sono state transatte 43.500 pratiche.

| | |
|--------------------------------------|--------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 10 I CLIENTI CONSUMATORI |
| 6 CARTE E CODICI | 13 I FORNITORI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >> | 15 I CONCORRENTI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 16 LO STATO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | 17 LE GENERAZIONI FUTURE |
| | 26 LA COMUNITA' |

I FORNITORI



L'apporto ai fornitori del Gruppo Telecom Italia è stato di euro 19.431 milioni.

▶ Al fine di quantificare il rapporto del Gruppo Telecom Italia con i propri fornitori si riportano di seguito i consumi di beni e servizi esterni e gli investimenti industriali:

| (Milioni di euro) | Esercizio 2001 | Esercizio 2000 ^(*) | Esercizio 2000 |
|---|----------------|-------------------------------|----------------|
| GRUPPO TELECOM ITALIA | | | |
| Consumi di materie prime e servizi esterni (al netto del canone o contributo) | 12.518 | 10.832 | 11.475 |
| - di cui parti correlate | 586 | 377 | 377 |
| Investimenti industriali | 8.164 | 16.484 | 17.008 |
| - di cui parti correlate e capitalizzazioni interne | 665 | 1.146 | 1.146 |
| Totale apporto | 20.682 | 27.316 | 28.483 |
| - di cui parti correlate e capitalizzazioni interne | 1.251 | 1.523 | 1.523 |
| Totale apporto netto | 19.431 | 25.793 | 26.960 |

◀ (*) Ricostruito consolidando con il metodo del patrimonio netto, anziché con il metodo proporzionale, il gruppo Nortel Inversora (Telecom Argentina)

Valutazione

I fornitori di Telecom Italia SpA sono preventivamente qualificati e sottoposti a controlli di qualità entrante e classificati attraverso un processo interno di Vendor Rating.

La qualificazione prevede una valutazione preventiva dei fornitori in merito alla solidità economico-finanziaria, alle potenzialità tecniche ed al controllo qualità delle stesse, anche tramite la verifica delle iscrizioni agli appositi Albi, attestazioni SOA e certificazioni ISO.

Il controllo di qualità entrante, effettuato su categorie merceologiche a rischio, consente di accertare i livelli qualitativi dei prodotti/servizi durante la fase di fornitura/erogazione con riferimento ai requisiti tecnici/ambientali previsti contrattualmente con l'avvio di eventuali azioni correttive e verifiche tecniche.

Il Vendor Rating è adottato per valutare i livelli globali di qualità espressi dai fornitori nell'esecuzione del contratto in merito a standard prestazionali e qualitativi specifici di comparto.

Nel 2001 sono state apportate diverse innovazioni in materia ambientale sui processi di qualificazione e, specificatamente, sono stati definiti sistemi di qualificazione per:

- Fornitori di accumulatori al piombo: verifica del possesso di impianti di trattamento dei rifiuti (filtraggio aria, depurazione dell'acqua, etc).

| | |
|-------------------------------|--------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 10 I CLIENTI CONSUMATORI |
| 6 CARTE E CODICI | 13 I FORNITORI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >> | 15 I CONCORRENTI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 16 LO STATO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | 17 LE GENERAZIONI FUTURE |
| | 26 LA COMUNITA' |

- Realizzatori di canalizzazioni polifore: verifica dell'effettuazione della valutazione degli impatti ambientali per i cantieri allestiti.
- Fornitori di Servizi di Gestione Rifiuti: verifica della percentuale di rifiuti conferiti e avviati al recupero.

Il nuovo assetto organizzativo varato nella seconda metà del 2001 prevede una Funzione Acquisti centralizzata a livello di Gruppo e la costituzione di un Albo Fornitori di Gruppo articolato per categorie merceologiche.

| | |
|-------------------------------|--------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 10 I CLIENTI CONSUMATORI |
| 6 CARTE E CODICI | 13 I FORNITORI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >> | 15 I CONCORRENTI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 18 LO STATO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | 17 LE GENERAZIONI FUTURE |
| | 26 LA COMUNITA' |

I CONCORRENTI



Telecom Italia SpA

Gli OLO (*Other Licenced Operators*) e gli ISP (*Internet Service Providers*) sono al tempo stesso:

- **Concorrenti** e partecipano alla definizione delle regole per un'equa competizione. La creazione di regole equilibrate, stabili e prevedibili è un obiettivo comune nell'interesse di tutte le imprese del settore. I progressi nella situazione competitiva italiana, giudicata tra le più avanzate nel contesto continentale, sono stati sottolineati nell'ultimo "rapporto di implementazione" pubblicato recentemente dalla Commissione Europea.
- **Partner** nello sviluppo di nuovi servizi e nuovi modelli di business. Lo sviluppo della telefonia mobile prima e di Internet poi, nel recente passato, è avvenuto anche grazie alle innovazioni proposte da imprese diverse. I modelli di maggior successo, dalle carte prepagate al *free Internet*, si sono diffusi rapidamente a beneficio di tutti gli attori del mercato.
- **Clienti** di Telecom Italia. Con la nuova organizzazione introdotta nella seconda metà del 2001 è stata creata un'apposita Divisione *Wholesale* che vende un portafoglio di servizi molto vario. Telecom Italia è tra i primi operatori storici europei ad avere offerto servizi quali il "canale virtuale permanente", i "circuiti parziali", i "circuiti diretti *wholesale*", "l'accesso condiviso". I tempi di fornitura e la qualità del servizio garantiti ai clienti-concorrenti sono gli stessi offerti alle divisioni commerciali interne. Con l'equiparazione di tutti gli *Internet Service Providers* si sono create le condizioni legislative per garantire una parità di trattamento a tutti gli operatori che utilizzano i servizi offerti da Telecom Italia.

◀ La nuova sfida è oggi costituita dai servizi a banda larga. Grazie all'*unbundling* oggi anche gli altri operatori possono contribuire agli investimenti necessari e proporre le loro soluzioni tecnologiche.

Contenzioso

Sono in corso alcuni contenziosi con i concorrenti che riguardano:

- il servizio Universale per il 1999
- il servizio Trasmissione Dati e Accesso Internet in Tecnologia x-DSL
- il mancato rinnovo dell'accordo con l'Internet Provider Galactica
- le presunte strategie anti competitive

Informazioni su tali contenziosi sono riportate nel Bilancio d'Esercizio 2001.

| | |
|--------------------------------------|--------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 10 I CLIENTI CONSUMATORI |
| 6 CARTE E CODICI | 13 I FORNITORI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >> | 15 I CONCORRENTI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 18 LO STATO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | 17 LE GENERAZIONI FUTURE |
| | 26 LA COMUNITA' |

LO STATO



Nel 2001 il Gruppo Telecom Italia ha versato allo Stato Italiano euro 2.585 milioni.

| GRUPPO TELECOM ITALIA | | | |
|---|--------------|---------------------------|--------------|
| (Milioni di euro) | 2001 | 2000^(*) | 2000 |
| Oneri sociali e previdenziali a carico imprese italiane ^{(1)(*)} | 1.157 | 1.250 | 1.250 |
| Imposte dirette imprese italiane | 791 | 2.563 | 2.563 |
| Imposte indirette e tasse imprese italiane | 104 | 139 | 139 |
| Ministero delle Comunicazioni (contributo per l'esercizio di attività di TLC) ^(*) | 472 | 497 | 497 |
| Ministero dell'Economia e delle Finanze (dividendi) | 61 | 61 | 61 |
| | 2.585 | 4.510 | 4.510 |

Il Gruppo ha incassato nell'esercizio dallo Stato italiano euro 22 milioni (euro 41 milioni nel 2000) di contributi in conto capitale di cui, di competenza Telecom Italia SpA, euro 19 milioni.

(*) Ricostruito consolidando con il metodo del patrimonio netto, anziché con il metodo proporzionale, il Gruppo Nortel Inversora.

(1) Compresi gli oneri verso INPS ex lege n. 58/1992, rispettivamente di euro 155 milioni nel 2001 e di euro 153 milioni nel 2000, e il contributo straordinario all'INPS di euro 77 milioni annui, a seguito della soppressione del Fondo Previdenza Telefonici (FPT) e del passaggio delle posizioni contributive direttamente a Fondo Pensioni Lavoratori Dipendenti.

(*) Tali valori tengono in considerazione solo le imprese italiane del Gruppo.

| | |
|-------------------------------|--------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 10 I CLIENTI CONSUMATORI |
| 6 CARTE E CODICI | 13 I FORNITORI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >> | 15 I CONCORRENTI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 16 LO STATO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | 17 LE GENERAZIONI FUTURE |
| | 26 LA COMUNITA' |

LE GENERAZIONI FUTURE: AMBIENTE E SVILUPPO SOSTENIBILE



Il Gruppo Telecom Italia considera il rispetto per l'ambiente uno dei più importanti valori di riferimento, contribuisce concretamente al miglioramento della qualità ambientale e persegue la strada dello Sviluppo Sostenibile.

◀ Il percorso per il successo di una grande impresa passa necessariamente attraverso l'impegno a garantire alle generazioni future un ambiente ed un contesto sociale tali da permettere un livello di vita e di sviluppo adeguati.

■ INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE

La conoscenza degli impatti che l'azienda genera ed il loro continuo monitoraggio sono un requisito essenziale per il miglioramento della performance e della gestione.

Quattro sono i macro temi ambientali sottoposti a verifica:

- **la gestione dei rifiuti;**
- **il consumo di risorse naturali ed energia;**
- **la qualità dell'aria e i cambiamenti climatici;**
- **le emissioni elettromagnetiche.**

I dati di seguito riportati sono stati calcolati utilizzando dati di contabilità gestionale opportunamente riclassificati.

■ La gestione dei rifiuti di Telecom Italia SpA

La costante innovazione del patrimonio infrastrutturale e le attività operative ordinarie portano ogni anno, date le dimensioni di Telecom Italia SpA, alla dismissione di una rilevante quantità di prodotti e materiali per telecomunicazioni e di rifiuti di tipo industriale che, dal 1999, vengono gestiti, a livello nazionale, da una sola azienda.

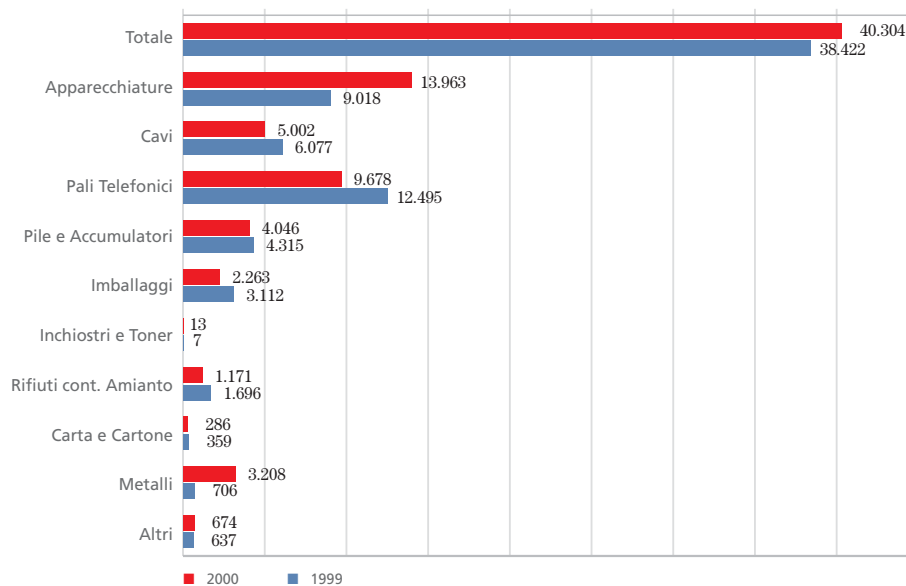
Circa l'85% dei rifiuti viene avviato a processi di riutilizzo e riciclaggio.

Sono riportati i dati a consuntivo relativi all'esercizio 2000.

| | |
|--|---------------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 10 I CLIENTI CONSUMATORI |
| 6 CARTE E CODICI | 13 I FORNITORI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >> | 15 I CONCORRENTI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 16 LO STATO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | 17 LE GENERAZIONI FUTURE |
| | 26 LA COMUNITA' |

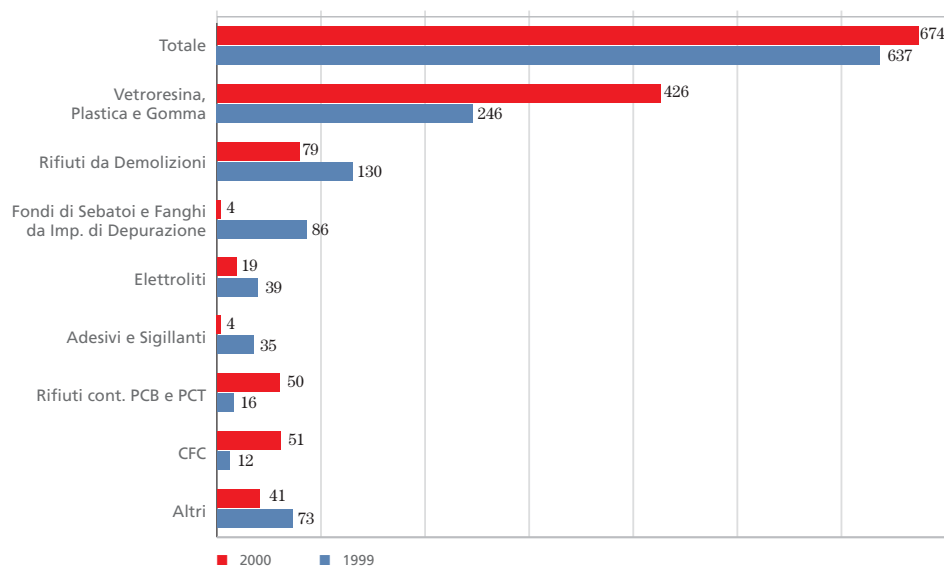
Rifiuti prodotti da Telecom Italia Spa (Biennio 2000-1999)

(Tonnellate)



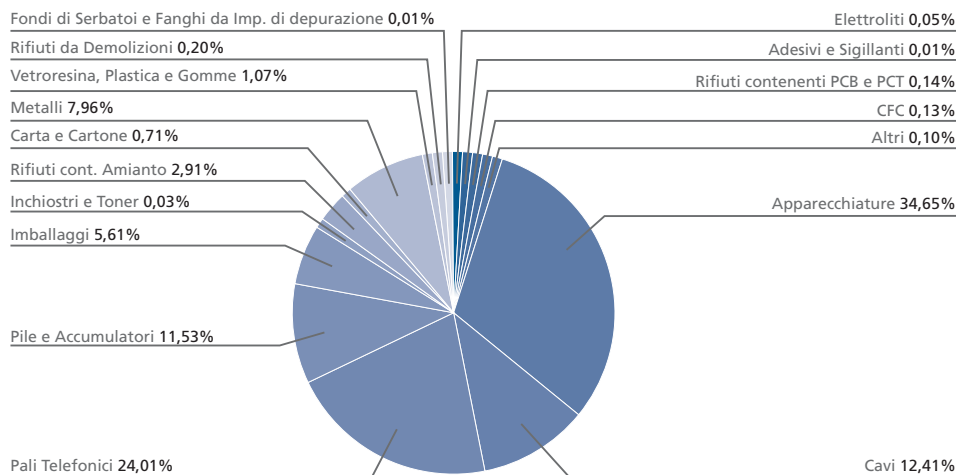
Altri tipi di rifiuti prodotti da Telecom Italia Spa (Biennio 2000-1999)

(Tonnellate)



| | |
|--------------------------------------|---------------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 10 I CLIENTI CONSUMATORI |
| 6 CARTE E CODICI | 13 I FORNITORI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >> | 15 I CONCORRENTI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 16 LO STATO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | 17 LE GENERAZIONI FUTURE |
| | 26 LA COMUNITA' |

Tipologie di rifiuti prodotti da Telecom Italia Spa nel 2000



■ **Il consumo di risorse naturali ed energia di Telecom Italia SpA**

Il consumo di Telecom Italia SpA è stimabile nell'80% dei consumi totali delle Società del Gruppo operanti in Italia.

Sono comprese le materie prime utilizzate nei processi produttivi di materiali e prodotti utilizzati direttamente e/o resi disponibili al pubblico:

- **l'acqua**, utilizzata essenzialmente per usi sanitari. Nel 2001 il consumo (stimato) è lievemente inferiore a quello dell'anno precedente (- 4%), ed è pari all'80% circa del consumo dell'intero Gruppo;
- **il gasolio** per riscaldamento, il cui consumo, che nel 2001 si è ridotto di oltre il 19%, è pari a quasi il 92% del consumo dell'intero Gruppo;
- **il gas naturale** per riscaldamento, il cui consumo (stimato) nel 2001 è all'incirca equivalente a quello del 2000, ed è pari a circa il 78% del consumo dell'intero Gruppo;
- **i combustibili** per autotrazione, legati all'autoparco aziendale, che nel 2001 ha subito una consistente riduzione, pari a circa il 16%. Sia la percorrenza che il consumo di carburanti si sono ridotti di oltre il 19% rispetto al 2000; il consumo di T.I. SpA rappresenta l'87% del consumo dell'intero Gruppo.

L'energia elettrica, utilizzata per alimentare le infrastrutture e gli edifici sociali, rappresenta un consumo indiretto di risorse naturali.

In Italia, per la maggior parte (circa il 77%) essa viene prodotta mediante combustione di combustibili fossili.

■ **Il consumo di risorse naturali ed energia delle società del Gruppo operanti in Italia**

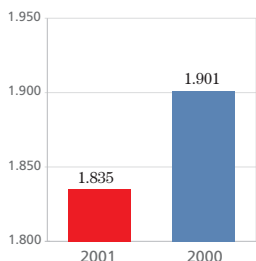
Si riportano di seguito i dati relativi ai consumi per le società del Gruppo:

CONSUMO DI ENERGIA ELETTRICA (GWh)

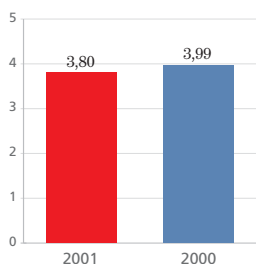
| | 2001 | 2000 |
|-----------------------------|-------------------------|--------------|
| Telecom Italia S.p.A. | 1.835 (30.042 kWh/dip.) | 1.901 |
| TIM | 398 (40.594 kWh/dip.) | 446 |
| Altre Società del Gruppo(*) | 134 | 87 |
| Totale | 2.367 | 2.434 |

◀ (*) Atesia, Finsiel, Netsiel, Telesoft, Saritel, Telespazio, TILAB, Emsa, Seat, Matrix, Buffetti, Sodalia, Immsi, SSGR

Andamento Consumo Energia Elettrica di Telecom Italia SpA
(Biennio 2000-2001) GWh



Andamento Consumo Acqua di Telecom Italia SpA
(Biennio 2000-2001) milioni di m³



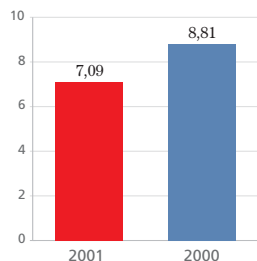
Andamento Consumo Gas Naturale per Riscaldamento di Telecom Italia SpA
(Biennio 2000-2001) milioni di m³



| | |
|-------------------------------|--------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 10 I CLIENTI CONSUMATORI |
| 6 CARTE E CODICI | 13 I FORNITORI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >> | 15 I CONCORRENTI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 16 LO STATO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | 17 LE GENERAZIONI FUTURE |
| | 26 LA COMUNITA' |

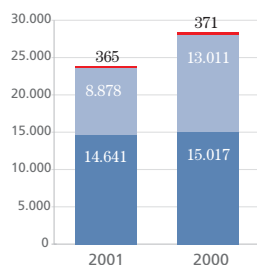
Andamento Consumo Gasolio per Riscaldamento di Telecom Italia Spa

(Biennio 2000-2001) milioni di litri



Andamento Consistenza Autoparco di Telecom Italia Spa

(Biennio 2000-2001) n. veicoli



■ Veicoli Diesel
■ Veicoli non catalizzati
■ Veicoli Catalizzati

Andamento Percorrenza Annuale Veicoli di Telecom Italia Spa

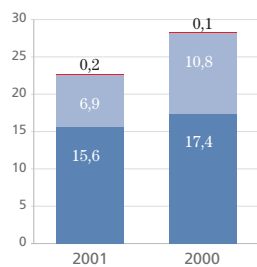
(Biennio 2000-2001) milioni di km



■ Veicoli Diesel
■ Veicoli non catalizzati
■ Veicoli Catalizzati

Andamento Consumo Combustibili per Autotrazione di Telecom Italia Spa

(Biennio 2000-2001) milioni di litri



■ Gasolio
■ Benzina super
■ Benzina senza piombo

CONSUMO ACQUA (m³)

| | 2001 | | 2000 | |
|-----------------------------|------------------|--------------|------------------|--|
| Telecom Italia SpA | 3.800.000 | (62 m³/dip.) | 3.990.000 | |
| TIM | 432.000 | (44 m³/dip.) | 133.000 | |
| Altre Società del Gruppo(*) | 537.000 | | 362.000 | |
| Totale | 4.769.000 | | 4.485.000 | |

CONSUMO DI GAS NATURALE PER RISCALDAMENTO (m³)

| | 2001 | | 2000 | |
|-----------------------------|-------------------|---------------|-------------------|--|
| Telecom Italia SpA | 22.560.000(**) | (369 m³/dip.) | 22.600.000 | |
| TIM | 333.000 | (34 m³/dip.) | 302.400 | |
| Altre Società del Gruppo(*) | 6.164.800 | | 3.708.000 | |
| Totale | 29.057.800 | | 26.610.400 | |

CONSUMO DI GASOLIO PER RISCALDAMENTO (litri)

| | 2001 | | 2000 | |
|-----------------------------|------------------|------------------|------------------|--|
| Telecom Italia SpA | 7.094.500 | (116 litri/dip.) | 7.245.000 | |
| TIM | 147.000 | (15 litri/dip.) | 173.000 | |
| Altre Società del Gruppo(*) | 501.200 | | 369.000 | |
| Totale | 7.742.700 | | 7.787.000 | |

DISTRIBUZIONE AUTOVEICOLI DEL GRUPPO TELECOM ITALIA

| | 2001 | | | 2000 | | |
|-----------------------------|------------|-----------------|---------------|------------|-----------------|---------------|
| | Diesel | Non Catalizzati | Catalizzati | Diesel | Non Catalizzati | Catalizzati |
| Telecom Italia SpA | 365 | 8.878 | 14.641 | 371 | 13.011 | 15.017 |
| TIM | 403 | 0 | 1.361 | 30 | 0 | 1.360 |
| Altre Società del Gruppo(*) | 152 | 21 | 219 | 107 | 63 | 326 |
| Totale | 920 | 8.899 | 16.221 | 508 | 13.074 | 16.703 |

DISTRIBUZIONE PERCORRENZA AUTOVEICOLI DEL GRUPPO TELECOM ITALIA (km)

| | 2001 | | | 2000 | | |
|-----------------------------|------------------|-------------------|--------------------|------------------|--------------------|--------------------|
| | Diesel | Non Catalizzati | Catalizzati | Diesel | Non Catalizzati | Catalizzati |
| Telecom Italia SpA | 2.260.000 | 91.575.000 | 199.592.000 | 1.119.200 | 142.442.000 | 220.770.100 |
| TIM | 750.000 | 0 | 2.352.000 | 48.000 | 0 | 15.820.000 |
| Altre Società del Gruppo(*) | 1.232.400 | 11.900 | 4.427.300 | 1.131.200 | 846.000 | 7.440.000 |
| Totale | 4.242.400 | 91.586.900 | 226.371.300 | 2.298.400 | 143.288.000 | 244.030.100 |

DISTRIBUZIONE CONSUMO COMBUSTIBILI PER AUTOTRAZIONE DEL GRUPPO TELECOM ITALIA (litri)

| | 2001 | | | 2000 | | |
|-----------------------------|----------------|------------------|-------------------|----------------|-------------------|-------------------|
| | Gasolio | Benzina Super | Benzina S/P | Gasolio | Benzina Super | Benzina S/P |
| Telecom Italia SpA | 214.000 | 6.905.500 | 15.626.800 | 106.600 | 10.767.500 | 17.356.000 |
| TIM | 60.000 | 0 | 2.780.000 | 4.000 | 0 | 2.000.000 |
| Altre Società del Gruppo(*) | 92.800 | 0 | 458.700 | 12.200 | 70.600 | 98.100 |
| Totale | 366.800 | 6.905.500 | 18.865.500 | 122.800 | 10.838.100 | 19.454.100 |

◀ (*) Atesia, Finsiel, Netsiel, Telesoft, Saritel, Telespazio, TILAB, Emsa, Seat, Matrix, Buffetti, Sodalia, Immsi, SSGRR

◀ (***) valore stimato

◀ (*) Atesia, Finsiel, Netsiel, Telesoft, Saritel, Telespazio, TILAB, Emsa, Seat, Matrix, Buffetti, Sodalia, Immsi, SSGRR

◀ (*) Atesia, Finsiel, Netsiel, Telesoft, Saritel, Telespazio, TILAB, Emsa, Seat, Matrix, Buffetti, Sodalia, Immsi, SSGRR

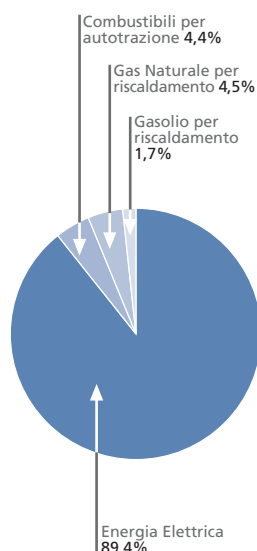
◀ (*) Atesia, Finsiel, Netsiel, Telesoft, Saritel, Telespazio, TILAB, Emsa, Seat, Matrix, Buffetti, Sodalia, Immsi, SSGRR

◀ (*) Atesia, Finsiel, Netsiel, Telesoft, Saritel, TILAB, Emsa, Seat, Matrix, Buffetti, Sodalia, Immsi.

◀ (*) Atesia, Finsiel, Netsiel, Telesoft, Saritel, TILAB, Emsa, Seat, Matrix, Buffetti, Sodalia, Immsi.

| | |
|--------------------------------------|---------------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 10 I CLIENTI CONSUMATORI |
| 6 CARTE E CODICI | 13 I FORNITORI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >> | 15 I CONCORRENTI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 16 LO STATO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | 17 LE GENERAZIONI FUTURE |
| | 26 LA COMUNITA' |

Emissioni di CO₂ di Telecom Italia Spa nel 2001



■ La qualità dell'aria e i cambiamenti climatici.

Il contributo di Telecom Italia Spa

Il contributo all'effetto serra della combustione di combustibili fossili generata in modo diretto (uso di combustibili per autotrazione e riscaldamento) ed indiretto (consumo di energia elettrica) si esprime essenzialmente attraverso la produzione di anidride carbonica (CO₂) che viene emessa in atmosfera. Il contributo di Telecom Italia SpA nel 2001 è stato di 1.136.899 tonnellate, pari al 78% dell'intero Gruppo. Come dimostrano i grafici le emissioni di CO₂ sono dovute principalmente all'uso dell'energia elettrica e dei veicoli dell'autoparco aziendale che, come visto in precedenza, sono in costante diminuzione.

La diminuzione, nel tempo, delle emissioni di gas serra di T.I. è in linea con gli impegni assunti dal Governo italiano e dalla U.E. nel ratificare il protocollo di Kyoto.

EMISSIONI DI CO₂ DI TELECOM ITALIA SPA (tonnellate)

| | 2001 | 2000 |
|--------------------------------|------------------|------------------|
| Energia Elettrica | 1.016.590 | 1.047.45 |
| Combustibili per Autotrazione | 50.594 | 62.720 |
| Gas Naturale per Riscaldamento | 50.702 | 47.660 |
| Gasolio per Riscaldamento | 19.013 | 19.417 |
| Totale | 1.136.899 | 1.177.248 |

Il contributo delle società del Gruppo operanti in Italia

Si riportano di seguito i dati relativi alle emissioni di CO₂ per le società del Gruppo:

EMISSIONI DI CO₂ DEL GRUPPO TELECOM ITALIA (tonnellate)

| | 2001 | 2000 |
|-----------------------------|------------------|------------------|
| Telecom Italia S.p.A | 1.136.899 | 1.177.248 |
| TIM | 227.690 | 251.298 |
| Altre Società del Gruppo(*) | 93.951 | 57.155 |
| Totale | 1.458.540 | 1.485.701 |

(*) Atesia, Finsiel, Netsiel, Telesoft, Saritel, TILAB, Emsa, Seat, Matrix, Buffetti, Sodalia, Immsi.

Le emissioni di CO₂ sono state calcolate in base alle indicazioni delle linee guida UNEP (The GHG Indicator, ediz. 2000) ed alle linee guida sviluppate dall'ETNO nell'ambito del Progetto "Climate Change".

■ Le emissioni elettromagnetiche

Lo sviluppo tecnologico nel campo delle telecomunicazioni permette oggi di comunicare e trasmettere o ricevere informazioni sempre più complesse senza necessità di collegamento fisico, grazie a sofisticati sistemi che fanno uso di onde radio. Tali onde, della stessa natura della luce, sono costituite da campi elettromagnetici che si propagano attraverso lo spazio e fanno parte di una fascia di radiazioni cosiddette "non ionizzanti", cioè non in grado di causare alterazioni funzionali o morfologiche nei sistemi biologici.

Gli effetti dell'esposizione ai campi elettromagnetici sono da anni oggetto di studio; l'attuale conoscenza scientifica, con l'avallo dell'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS), permette di considerare improbabile che l'esposizione ai livelli di campo elettromagnetico generati dagli apparati di trasmissione per telecomunicazioni possa indurre patologie anche gravi.

Allo stesso tempo l'OMS sottolinea l'importanza di continuare a studiare il fenomeno in modo serio e rigoroso per comprenderlo sempre più a fondo, affermazione che è pienamente condivisa dal Gruppo Telecom Italia, che segue attentamente gli sviluppi degli studi scientifici al riguardo per garantire la massima sicurezza nell'esercizio dei propri impianti e nell'uso dei servizi messi a disposizione del pubblico.

| | |
|-------------------------------|--------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 10 I CLIENTI CONSUMATORI |
| 6 CARTE E CODICI | 13 I FORNITORI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >> | 15 I CONCORRENTI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 16 LO STATO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | 17 LE GENERAZIONI FUTURE |
| | 26 LA COMUNITA' |

L'attenzione del Gruppo Telecom Italia al tema delle emissioni elettromagnetiche si può riassumere nei seguenti impegni ed azioni:

- l'assoluto rispetto della normativa vigente nei paesi in cui opera. Si ricorda che la legge italiana in merito risulta essere particolarmente rigorosa. Il processo aziendale si snoda attraverso una gestione accurata della progettazione, della scelta dei luoghi e dell'installazione degli impianti. In particolare, ciascuna antenna di trasmissione viene protetta in maniera tale da non permettere l'accesso da parte della popolazione nelle zone nelle quali potrebbero essere superati i valori di esposizione ammessi ("volume di rispetto").
- La gestione attenta ed accurata dei propri impianti, durante tutto il ciclo di vita, nel rispetto di ulteriori standard interni di efficienza e di sicurezza.
- L'uso e la ricerca costante di strumenti tecnologici all'avanguardia per l'attività di controllo e verifica. In particolare, per gli impianti di telefonia mobile vengono effettuate accurate previsioni dei campi elettromagnetici generati sull'ambiente circostante mediante avanzati programmi di simulazione, con l'obiettivo di verificare il rispetto costante dei limiti di legge.
- La collaborazione ed il sostegno agli studi sul fronte medico-scientifico. In particolare Telecom Italia S.p.A. ha promosso, in collaborazione con alcune università italiane e con vari organismi nazionali ed internazionali, indagini finalizzate a verificare i valori di emissione delle radiazioni elettromagnetiche e i loro possibili effetti. Tali indagini hanno confermato che i valori dei campi elettromagnetici generati dalle apparecchiature gestite dal Gruppo Telecom Italia in Italia rientrano nei limiti previsti dalle normative vigenti e che, allo stato delle attuali conoscenze, non risultano associati rischi a livello biologico. Inoltre, sul tema dell'elettromagnetismo, TIM SpA ha fornito supporto all'ANPA (Associazione Nazionale Protezione Ambiente) per la definizione, su base statistica, di modelli di propagazione per la realizzazione di una banca dati sull'emissione elettromagnetica in Italia.

■ LA RICERCA AMBIENTALE

Le ricerche ambientali, relative alle società del Gruppo operanti in Italia, sono prevalentemente effettuate da TILAB SpA (società interamente controllata da Telecom Italia SpA).

Nel 2001 sono state affrontate e svolte per:

■ Telecom Italia SpA:

- attività legate al controllo delle emissioni elettromagnetiche in siti critici e al rilevamento della presenza di gas tossici in ambienti lavorativi;
- metodologie di prelievo e analisi di contaminanti microbiologici nell'aria *indoor* (ambiente ufficio);
- verifiche su materiali eco-compatibili alternativi agli impregnanti tradizionali per i pali telefonici in legno, con revisione delle relative specifiche, e valutazione di problematiche relative a pali in vetroresina;
- metodologie e strumenti di controllo ed ottimizzazione dei consumi energetici relativi all'alimentazione ed al condizionamento degli apparati di rete.

■ TIM SpA:

- caratterizzazione delle emissioni elettromagnetiche dei terminali radiomobili e studi e sperimentazioni per approfondire la conoscenza dell'interazione tra tali emissioni ed i tessuti biologici.

Nel 2001 in TIM è stato completato il progetto esecutivo di impianto eolico-solare per la continuità elettrica, per la realizzazione di 18 impianti nel 2002.

| | |
|-------------------------------|--------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 10 I CLIENTI CONSUMATORI |
| 6 CARTE E CODICI | 13 I FORNITORI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >> | 15 I CONCORRENTI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 16 LO STATO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | 17 LE GENERAZIONI FUTURE |
| | 26 LA COMUNITA' |

■ SISTEMI DI GESTIONE AMBIENTALE

Il Sistema di Gestione Ambientale (SGA) rappresenta lo strumento più efficace per gestire in modo razionale gli impatti ambientali dell'azienda.

■ Telecom Italia SpA

La funzione Rete della B.U. *Domestic Wireline* ha avviato (gennaio 2001) l'attività per la predisposizione del proprio SGA, in accordo con la Norma Internazionale UNI EN ISO 14001. A tale scopo sono stati costituiti 6 Gruppi di Progetto con il compito di sviluppare i vari requisiti del Sistema, che verrà integrato con il Sistema di Gestione della Qualità; la certificazione dello stesso è prevista per il mese di settembre 2003.

- **TILAB** (marzo 2001) ha ottenuto dal DNV (Det Norske Veritas – ente certificatore fondato nel 1864 a Oslo con presenza internazionale) la certificazione del proprio Sistema di Gestione Ambientale, sviluppato in accordo alla Norma Internazionale UNI EN ISO 14001. Il Sistema di Gestione di TILAB integra gli aspetti di ambiente e sicurezza e, per quanto riguarda quest'ultima, fa riferimento alla Norma OHSAS 18001.

■ TIM SpA

La funzione Rete ha implementato un Sistema di Gestione Qualità e Ambiente integrato per l'organizzazione Rete Nord-Ovest finalizzato ad ottenere la certificazione ISO 9001 per la Qualità e ISO 14001 per l'Ambiente e sarà successivamente esteso agli altri territori. Lo stato di avanzamento a fine anno è dell'80%.

Vengono di seguito analizzati alcuni fenomeni propri dell'attività di **Telecom Italia SpA** relativi ai loro impatti ambientali.

■ Pali di pino telefonici

La fornitura di pali nuovi e la gestione dei pali disinstallati, giunti alla fine del ciclo di vita, sono integrate in un unico processo. In particolare, i pali disinstallati vengono indirizzati verso diverse forme di recupero e smaltimento.

Nel 2001 sono stati acquistati circa 120.000 pali di pino, di questi l'86% sono di tipo cosiddetto "ecologico" (al fine di preservarli dagli agenti atmosferici e soprattutto da funghi, insetti e muffe, sono stati impregnati con sali organici a ridotto impatto ambientale).

I pali disinstallati e avviati al recupero o smaltimento sono stati circa 63.000 pari a 5.355 tonnellate (con una riduzione di circa il 45% rispetto al 2000); di questi l'86% è stato destinato alla commercializzazione secondo le forme previste dalla legge, circa il 5% è stato avviato al riciclaggio attraverso processi di deimpregnazione e circa l'8% è stato recuperato per il reimpiego nelle linee aeree di TLC. La percentuale destinata allo smaltimento in discarica risulta inferiore all'1%.

■ Interventi su gruppi elettrogeni

In seguito al programma di spegnimento dei gruppi elettrogeni da 27 KVA, avviato dalla funzione Rete, sono stati tolti dal servizio 269 gruppi pari all'86% della relativa consistenza. Il provvedimento ha comportato un risparmio di 13.000 litri di gasolio.

■ Misura dell'inquinamento acustico

Continua, nella funzione Rete, il monitoraggio acustico prodotto dagli impianti di 994 siti scelti tra quelli più importanti e potenzialmente esposti al rischio di inquinamento. L'indagine ha rivelato che il 17% dei siti monitorati è fuori norma; sono in corso le azioni per adeguarli.

| | |
|-------------------------------|--------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 10 I CLIENTI CONSUMATORI |
| 6 CARTE E CODICI | 13 I FORNITORI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >> | 15 I CONCORRENTI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 16 LO STATO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | 17 LE GENERAZIONI FUTURE |
| | 26 LA COMUNITA' |

■ Adeguamento Impianti

Nel 2001 sono stati spesi circa euro 6.609 milioni relativamente al "Program razionalizzazione/adequamento degli impianti di alimentazione e condizionamento" per normativa di legge, mentre per ampliamento/adequamento degli stessi (sviluppo della rete di TLC) sono stati spesi circa euro 10.349 milioni.

■ Processi d'acquisto

Prosegue l'applicazione di politiche di acquisto orientate ad una maggiore efficienza per il miglioramento della performance ambientale.

In questa logica la ricerca di partnership "su obiettivo" con i fornitori consente, attraverso un inquadramento che tiene conto dell'intero ciclo di vita, una minimizzazione dell'impatto ambientale dei prodotti introdotti in azienda e delle modalità di gestione degli stessi, ottimizzando, a fine ciclo vita, la gestione dei rifiuti prodotti e le possibilità di riutilizzo e riciclo degli stessi.

Oltre ad essere stati confermati i meccanismi operativi per la fornitura e gestione ecologica dei pali di pino telefonici, sono state definite altre due tipologie contrattuali a ciclo completo, ovvero contratti nei quali viene associata la prestazione principale, fornitura di beni o prestazioni, ad una prestazione accessoria relativa al recupero e smaltimento dei beni decessi. La prima tipologia contrattuale rivisitata è stata quella relativa alla gestione dei rottami di cavo telefonico residuo e/o recuperato nell'ambito delle attività di sviluppo e manutenzione della rete di telecomunicazioni, modificando la procedura di riferimento e affidando i rottami in gestione diretta alle Imprese di Rete. L'altra tipologia ha interessato la fornitura, assistenza e manutenzione di alcuni tipi di Sistemi di accesso a cui è stato applicato il principio del buy-back dei vecchi prodotti presenti in rete e del relativo obbligo di corretta gestione ambientale degli stessi. Attraverso tale iniziativa, si viene a ridurre la catena dei soggetti coinvolti nel processo oltre ad una incentivazione alla riduzione della produzione di rifiuti mediante la ricerca di forme di riutilizzo e/o affinamenti operativi.

■ Scheda dati sicurezza

È stata confermata la piena applicazione della Procedura di gestione della "Scheda Dati di Sicurezza" che presenta delle modalità operative più snelle ed efficaci rispetto alle precedenti, in linea con le attuali esigenze aziendali in tema di ambiente e sicurezza.

Relativamente ai prodotti e materiali acquisiti in base a specifiche definite dalle funzioni tecniche, in coerenza con il ruolo degli acquisti, gli obiettivi sono finalizzati ad assicurare, anche attraverso il rispetto delle specifiche precitate, che prodotti e materiali introdotti in azienda siano progettati, realizzati e forniti in modo responsabile dal punto di vista ambientale ed in possesso di requisiti tecnico-ambientali riconoscibili e riconosciuti.

■ Consumo carta

TIM SpA: ha recuperato Kg. 409.830 di materiale cartaceo nel 2001.

SEAT Pagine Gialle SpA: la stampa degli Elenchi Telefonici e delle Pagine Gialle ha necessitato di 72.000 tonnellate di carta (3% in meno rispetto all'anno precedente) di cui circa il 30% prodotto con fibre riciclate.

Sono stati distribuiti 22,5 milioni di copie di Pagine Gialle, di cui il 64% recuperate per il successivo riciclaggio.

Sono stati distribuiti 27,1 milioni di copie di Elenchi Telefonici Alfabetici, di cui il 68% recuperate per il successivo riciclaggio.

| | |
|-------------------------------|--------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 10 I CLIENTI CONSUMATORI |
| 6 CARTE E CODICI | 13 I FORNITORI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >> | 15 I CONCORRENTI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 16 LO STATO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | 17 LE GENERAZIONI FUTURE |
| | 26 LA COMUNITA' |

■ PROTEZIONE CIVILE

Telecom Italia SpA

Prosegue l'impegno per la Protezione Civile fornendo un valido e prezioso supporto al Paese in situazioni di calamità naturali, con uomini e mezzi. Persone altamente qualificate, riunite nei cosiddetti "Crisis Team", si avvalgono degli strumenti più avanzati, al fine di superare tempestivamente le criticità insorte.

Schede telefoniche riportano consigli utili in caso di calamità naturali e sull'Avantielenco degli elenchi telefonici sono presenti numeri di prima emergenza.

- ▶ I "Crisis Team", così come le strutture territoriali, sono concentrati sulle città di Torino, Milano, Mestre, Bologna, Firenze, Roma, Napoli e Palermo ed operano nelle Sale Polifunzionali (centri di coordinamento dotati di tecnologie avanzate ed in collegamento con gli Enti locali e le Unità Aziendali centrali).

Il sistema informativo CI.PRO. (*Civil Protection*) è il supporto principale delle attività dei "Crisis Team" durante le situazioni di emergenza, oggi è presente anche sull'Intranet aziendale quale utile strumento di prevenzione in caso di calamità naturali e può essere messo a disposizione – attraverso Internet – agli Enti che lo richiedessero. CI.PRO. è una banca dati che contiene la mappatura delle aree a rischio (corredata di ogni minimo dettaglio ed informazione utile) e la dislocazione delle risorse necessarie atte a superare le emergenze a livello nazionale.

◀ Tra i progetti in corso, particolare importanza riveste la realizzazione di una rete di Protezione Civile che garantisca la possibilità di comunicare in qualsiasi situazione fra il Friuli Venezia Giulia (centrale di Palmanova, in collegamento con i 209 comuni della regione) ed il Dipartimento Nazionale di Protezione Civile (Roma - Via Ulpiano).

■ SALUTE E SICUREZZA

Telecom Italia SpA

Sono state erogate 20.080 ore dedicate alla formazione sulla sicurezza nei luoghi di lavoro erogate direttamente a 5.851 risorse dal personale del Servizio di Prevenzione, Protezione e Ambiente.

Il numero totale di verifiche ispettive effettuate nel 2001 da Enti Tutori (ASL, VVFF, ecc.) è stato 142.

È proseguito per i **Piani Territoriali di Sicurezza** il programma di lavori edili ed impiantistici di adeguamento alle norme legislative riferite soprattutto alla sicurezza (abbattimento barriere architettoniche, servizi igienici per handicappati, eliminazione amianto, piani di sfollamento, ecc.).

Il numero di verifiche effettuate dai medici competenti, con la collaborazione del Servizio di Prevenzione, Protezione e Ambiente, presso locali con videoterminalisti è stato 1.472.

A fine esercizio è stato realizzato, a cura del Servizio Prevenzione e Protezione, una nuova versione del documento di valutazione dei rischi per la sicurezza e la salute dei lavoratori. Una prima attivazione del sistema di gestione entro l'anno 2002 porterà a perseguimento un costante miglioramento delle condizioni di sicurezza.

Sono in calo gli infortuni in Telecom Italia SpA da 1.121 nel 2000 a 924 nel 2001.

| | |
|-------------------------------|--------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 10 I CLIENTI CONSUMATORI |
| 6 CARTE E CODICI | 13 I FORNITORI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >> | 15 I CONCORRENTI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 16 LO STATO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | 17 LE GENERAZIONI FUTURE |
| | 26 LA COMUNITA' |

LA COMUNITÀ



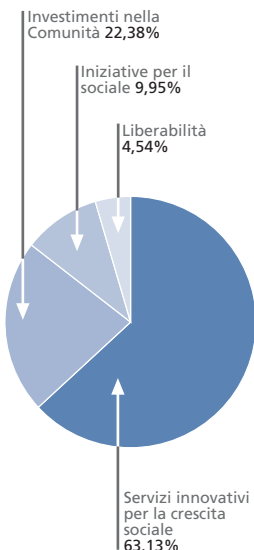
Il contributo delle società^(*) del Gruppo Telecom Italia agli stakeholder Comunità e Generazioni Future è stato nel 2001 di euro 77,212 milioni (nel 2000 euro 73,853 milioni) pari all'1% del Risultato Operativo di Gruppo. Tale contributo è stato calcolato utilizzando dati di contabilità gestionale opportunamente riclassificati e rappresenta una parziale stima quantitativa del costo di tali interventi contabilizzati civilisticamente secondo diversi criteri.

^(*) Gruppo Telecom Italia SpA, TIM SpA, Gruppo Seat Pagine Gialle SpA, Gruppo Finsiel, TILAB, Netsiel, Telesoft, Sodalia, Telespazio, Entel Chile, Entel Bolivia e 9Telecom

Schema LBG
(euro milioni)



Ripartizione del contributo sociale e ambientale del Gruppo Telecom Italia Spa (modello LBG) euro 77,212 milioni



CLASSIFICAZIONE SUL MODELLO LONDON BENCHMARKING GROUP

Il *London Benchmarking Group* (LBG), fondato nel 1994, è costituito da 60 grandi società internazionali e rappresenta, al momento, il punto di riferimento europeo nell'evoluzione della rendicontazione socio-ambientale.

Tale modello riclassifica i contributi erogati sulla base di 4 diverse categorie. La rappresentazione a piramide riflette la possibilità di misurare i benefici e i ritorni di business derivanti dalle diverse attività. Alla base della piramide, il ritorno è facilmente misurabile poiché connesso al core business; all'apice, le attività di erogazione sono strettamente connaturate al senso di responsabilità sociale o morale del Gruppo.

La catalogazione nelle quattro categorie proposte dal modello LBG non è agevole in quanto lo stesso intervento può avere valenze diverse e multiple. Come criterio generale si è prediletta la paragonabilità con gli anni precedenti.

La classificazione secondo tale modello, rispetto al 2000, vede aumentare del 12% la quota destinata ai servizi innovativi, mentre diminuisce di pari entità la quota destinata agli investimenti nel sociale. Rimane comunque costante negli anni la quota relativa alla liberalità.

| | |
|-------------------------------|--------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 10 I CLIENTI CONSUMATORI |
| 6 CARTE E CODICI | 13 I FORNITORI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >> | 15 I CONCORRENTI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 16 LO STATO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | 17 LE GENERAZIONI FUTURE |
| | 26 LA COMUNITA' |

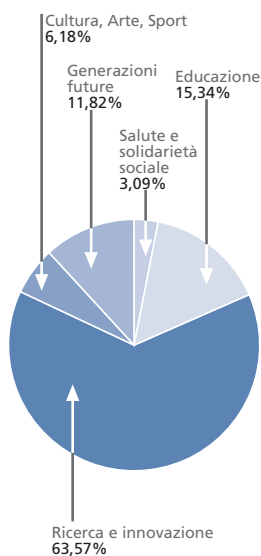
Voci prescelte per la formazione delle categorie sul modello LBG

| | |
|---|---|
| Liberalità | Contributi per Associazioni ed erogazioni liberali Iniziative CRALT di carattere umanitario Donazioni |
| Investimenti nella comunità | Borse di studio, stage Iniziative su scuola e lavoro Sviluppo Gestione Ambientale Emissioni elettromagnetiche – monitoraggio e misurazione Ricerca per Ambiente e Sicurezza Interventi per risparmio energetico Piani territoriali di sicurezza Convegni ed eventi sulla salvaguardia dell'ambiente Protezione Civile |
| Iniziative per il sociale | Campagna "Progetto Sviluppo Professionalità Internet" Progetti a sfondo sociale Eventi legati alla solidarietà e salute Eventi culturali, artistici, sportivi Attività editoriale Restauro/recupero archeologico |
| Servizi innovativi per la crescita sociale | Progetti per città digitali e servizi dati del futuro Attività di ricerca e sviluppo per servizi innovativi Attività convegnistica Progetto piattaforma e-learning |

CLASSIFICAZIONE PER INDIRIZZO

La classificazione per indirizzo, rispetto al 2000, vede aumentare per più del 10% la Ricerca e l'Innovazione, mentre diminuisce di pari entità l'indirizzo Cultura, Arte, Sport.

Ripartizione del contributo sociale e ambientale del Gruppo Telecom Italia
euro 77,212 milioni



| (euro milioni) | 2001 | 2000 |
|------------------------------|---------------|---------------|
| Generazioni Future | 9,132 | 13,441 |
| Ricerca e innovazione | 49,087 | 38,773 |
| Educazione | 11,840 | 5,540 |
| Salute e solidarietà sociale | 2,384 | 3,397 |
| Cultura arte e sport | 4,769 | 12,702 |
| Totale | 77,212 | 73,853 |

Di seguito vengono descritte alcune voci, tra le più significative, suddivise per indirizzo di appartenenza.

Ricerca e innovazione

Città digitali

TILAB ha concluso due progetti riguardanti le città digitali e i servizi dati del futuro, cofinanziati e approvati dal Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca; riguardano servizi su Internet e su reti mobili, con funzione di pubblica utilità per i cittadini (incluso disabili e anziani), per le scuole, per l'utenza residenziale e con soluzioni tecnologiche d'interesse per le associazioni e le piccole e medie imprese.

Internet Saloon

L'iniziativa è stata organizzata dall'Associazione degli Interessi Metropolitan (associazione milanese attiva per interventi nel sociale collegati al tema dell'innovazione) e da TILAB; porta a scuola di Internet gli over 60 presso il Palazzo delle Stelline a Milano con lezioni gratuite svolte quotidianamente in un'aula attrezzata con 18 personal computer. Sono stati "diplomati" circa 3.000 anziani. I tutor individuati sono studenti, regolarmente retribuiti, provenienti da varie facoltà universitarie.

| | |
|-------------------------------|--------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 10 I CLIENTI CONSUMATORI |
| 6 CARTE E CODICI | 13 I FORNITORI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >> | 15 I CONCORRENTI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 16 LO STATO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | 17 LE GENERAZIONI FUTURE |
| | 26 LA COMUNITA' |

Vocal Browsing

Il progetto è finanziato dalla U.E. e coordinato da LOQUENDO (TILAB), con un impegno di 10 anni uomo; si occupa dello sviluppo di servizi che consentano l'accesso vocale, tramite telefono fisso e mobile, a contenuti web, valido aiuto per le categorie svantaggiate.

Piattaforma e-learning

Progetto di Learning Services (TI SpA) per l'erogazione di formazione multimediale rivolta a singoli utenti e a classi virtuali, arricchita da servizi di valutazione, controllo e supporto di docenti e tutor.

"E-Government per lo Sviluppo"

È stato affidato a Finsiel SpA il coordinamento operativo delle attività progettuali della Task Force, in collaborazione con il ministero dell'Innovazione: in ambito G8 il Governo Italiano si è fatto promotore di un'iniziativa che vede le tecnologie IT come l'opportunità per il miglioramento delle strutture delle pubbliche amministrazioni e della qualità della vita dei cittadini nei paesi in via di sviluppo.

■ Educazione

Le attività di collaborazione di Telecom Italia con il mondo accademico, ormai consolidate nel tempo, mirano ad avviare un proficuo scambio con riferimento alle opportunità d'inserimento professionale.

Nel 2001 sono state erogate circa 100 **borse di studio** a laureati e laureandi e promossi numerosi **stage**.

Palatelecom

Sono state allestite 80 postazioni multimediali itineranti in Italia che hanno permesso al mondo dei giovani di apprendere le nuove tecnologie per l'utilizzo della "banda larga".

Brain exchange

Dal 9 al 13 aprile si è tenuta la 2ª edizione del premio Marketing di Domestic Wireline per i laureandi in Economia, Scienza della Comunicazione ed Ingegneria. Tra i 1.400 curricula pervenuti sono stati selezionati 30 studenti che hanno vissuto una *full immersion* svolgendo un business game. Per l'evento è stato realizzato un sito Internet ww.187.it/brainexchange.it.

Webscuola

Il portale di TINWEB dedicato al mondo scolastico è on-line con la versione aggiornata del sito, ancora più ricco di contenuti.

In collaborazione con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, il sito di Webscuola quest'anno si fa in tre: *Professione Scuola* (per i docenti), *Aula Aperta* (dedicato alle classi) e *Impresa Scuola* (per i dirigenti scolastici).

Progetto Sviluppo Professionalità Internet

Sono stati inseriti nel Gruppo Telecom Italia 300 giovani per attività collegate ad Internet. Dopo 3 mesi di formazione in aula presso la Scuola Superiore G. Reiss Romoli, questi giovani hanno svolto un periodo di "training on the job" presso le diverse aziende a cui, successivamente, sono stati assegnati.

Fellowship Programme

TIM S.p.A. ha fornito grant di valorizzazione in favore dei propri dipendenti che studiano all'università (80 premiati).

SEAT ha sponsorizzato il seminario internazionale "Donne Economia e Potere" organizzato dalla Fondazione Marisa Bellisario.

◀ Al Customer Care di VirgilioTin è stato assegnato il premio "contact center manager 2001" per il contributo all'innovazione dall'Associazione CMMC (Customer Management Multimedia Callcenter) che, con oltre 150 aziende associate, è punto di riferimento nel mondo dei call center italiani.

| | |
|-------------------------------|--------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 10 I CLIENTI CONSUMATORI |
| 6 CARTE E CODICI | 13 I FORNITORI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >> | 15 I CONCORRENTI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 16 LO STATO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | 17 LE GENERAZIONI FUTURE |
| | 26 LA COMUNITA' |

Career Book Lavoro 2001

È una pubblicazione di orientamento dedicata a coloro che cercano un impiego a cui hanno contribuito MATRIX ed altre aziende del Gruppo.

■ Salute e solidarietà sociale

Gruppo Donatori Sangue

In Telecom Italia SpA sono presenti diversi Gruppi Donatori Sangue: si prodigano a favore di dipendenti, e loro familiari, che hanno necessità di sangue o derivati.

I Gruppi sono presenti in diverse realtà ed aderiscono a differenti Associazioni (Croce Rossa Italiana, AVIS, ecc.); la loro opera è prevalentemente sentita nel Mezzogiorno, dove le scorte di emoderivati sono più scarse.

Costituito anche in TIM nell'aprile del 2001 il Gruppo donatori.

Trenta ore per la vita

I call center 187 hanno partecipato attivamente, nel corso di trasmissioni televisive, alla raccolta delle promesse di offerta per la sclerosi multipla e per la ricerca sul cancro.

Iniziative di TIM SpA:

Ospedale amico

Realizzazione di 16 accessi Internet con postazioni multimediali studiate appositamente per i bambini in altrettanti ospedali per l'infanzia e installazione di un video server all'ospedale Mangiagalli di Milano che permette ai genitori di seguire, attraverso Internet, il bambino ospedalizzato. È stato realizzato inoltre un sito Internet www.ospedaleamico.it.

Progetto Ginestra

Patto tra Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Ministero della Giustizia e TIM.

All'interno del carcere di Rebibbia è costituita una cooperativa di detenuti ed ex detenuti che svolge attività di caricamento dati per le Stazioni Radio Base.

Progetto Arcobaleno

Prevede l'inserimento di disabili nel mondo del lavoro. Il 2001 ha visto Napoli sede dell'iniziativa.

Progetto Perù

Iniziativa di solidarietà in favore dell'Ufficio Diritti Umani (Caritas di Lima) che prevede l'erogazione di contributi economici da parte di TIM e dei dipendenti. Il progetto è destinato ad aiutare più di 4.000 persone, in prevalenza donne e bambini, vittime delle violenze in famiglia.

Progetto "Medguard"

Iniziativa di telemedicina e teleassistenza cardiologica via GSM, realizzata dalla Guardia Medica di Milano con il Reparto di Cardiologia dell'Ospedale S. Raffaele.

Messaggi SMS

Sono stati inviati sul cellulare dei clienti per sensibilizzarli rispetto alla "lotta contro l'AIDS", al Censimento Nazionale della Popolazione e delle Abitazioni, al Censimento dell'Industria e dei Servizi e per i clienti napoletani per scongiurare l'uso, a Capodanno, di fuochi d'artificio acquistati clandestinamente.

3xgioco

Sostegno all'iniziativa di sensibilizzazione dell'opinione pubblica sul diritto dei bambini al gioco e allo sport, con tre progetti ideati dai ragazzi stessi.

| | |
|-------------------------------|--------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 10 I CLIENTI CONSUMATORI |
| 6 CARTE E CODICI | 13 I FORNITORI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >> | 15 I CONCORRENTI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | 16 LO STATO |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | 17 LE GENERAZIONI FUTURE |
| | 26 LA COMUNITA' |

Il Salvamondo

VIRGILIO (SEAT) è partner editoriale del progetto promosso in occasione dell'introduzione dell'Euro da Amnesty International, Unicef e WWF, che invitano a donare le monete a favore di iniziative nel campo dei diritti umani, dell'infanzia e dell'ambiente. Virgilio dedica approfondimenti, video e interviste a "Il Salvamondo" e, in sinergia con Pagine Gialle Online, rende possibile cercare i salvadanai presenti in tutta Italia dove portare le monete. In qualità di partner dell'AIRC, ha promosso la giornata nazionale per la ricerca sul cancro rendendo possibile la consultazione dalla home page di contenuti editoriali dedicati alla giornata.

VirgilioTin, per ogni abbonamento a V-Family venduto, dona 15 Euro a sostegno di un progetto di solidarietà scelto dal cliente tra quelli delle più importanti associazioni non-profit.

Adozione di bambini

SARITEL ha promosso presso i propri dipendenti un'iniziativa per l'adozione a distanza: 77 bambini adottati a gennaio 2002.

■ Cultura, arte, sport

IL Gruppo Telecom Italia ha dato il suo contributo per svariate manifestazioni culturali, musicali e sostenuto eventi sportivi non professionisti.

Portale del Gruppo Telecom Italia

La nuova strategia Internet per migliorare il livello di comunicazione ha prodotto la creazione del nuovo Portale, perfezionando l'immagine e il servizio *on line*. È disponibile in italiano ed inglese.

L'obiettivo dei canali istituzionali (Gruppo, Stampa, Investor Relations) è quello di fornire informazioni chiare ed esaurienti sulle attività, le strategie e i progetti riguardanti il Gruppo, anche attraverso la diffusione di eventi, manifestazioni e iniziative istituzionali. *Bit About* è un canale-magazine con contributi provenienti dall'interno e dall'esterno del Gruppo relativi a tematiche attuali di telecomunicazioni e del mondo ICT.

Nel corso del 2001 sulla *homepage* di www.telecomitalia.it ci sono stati circa 800.000 *hit* medie mensili.

L'Archivio Storico di Telecom Italia

L'Archivio Storico è sempre stato una straordinaria miniera per lo studio delle due maggiori tecnologie di rete nel nostro paese, quella elettrica e quella telefonica, a partire dalla fine dell'Ottocento. I fondi raccolti sono una fonte non solo per la storia economica e per la storia d'impresa, ma anche per la storia della modernizzazione della società italiana. Consta complessivamente di circa 1.600 metri lineari. Negli scorsi anni è stato portato a termine il complesso lavoro di schedatura e riordino dei fondi. Il risultato principale è dato dalle oltre 16.000 schede realizzate. A ciò si aggiunge un patrimonio di circa 64.000 immagini, di cui 20.000 schedate, un'emeroteca, con oltre 400 riviste aziendali, una biblioteca di più di 1.000 volumi, pellicole cinematografiche, nastri di registrazione, videocassette.

| | |
|--------------------------------------|------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 31 I DIPENDENTI |
| 6 CARTE E CODICI | 34 GLI AZIONISTI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI | |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI >> | |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | |

■ GLI STAKEHOLDER INTERNI

I DIPENDENTI

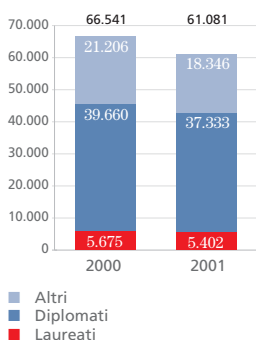


I dipendenti del Gruppo Telecom Italia sono diminuiti nell'anno 2001 di 4.713 unità, passando dai 114.669 dell'esercizio 2000 ai 109.956 del 2001.

Relativamente al turnover del personale, la componente principale è la riduzione dell'organico di Telecom Italia S.p.A. da 66.541 a 61.081 unità.

◀ Ai dipendenti sono stati destinati euro 3.722 milioni.

Consistenza per titolo di studio Telecom Italia SpA



Per notizie più dettagliate consultare il Bilancio d'Esercizio 2001.

La soddisfazione dei dipendenti

È stata realizzata nel 2001 la rilevazione del clima organizzativo rivolta a tutte le risorse del Gruppo Telecom Italia. La ricerca è nata con una finalità specifica: percepire il livello di motivazione e soddisfazione delle risorse coinvolte.

La risposta è stata elevata: il 39,4% della totalità dei contatti.

La consultazione è stata effettuata attraverso l'utilizzo di un questionario diffuso via web nel mese di febbraio.

La soddisfazione generale è risultata sufficiente, la competenza un asset fondamentale per lo sviluppo del Gruppo, buono anche il potenziale motivazionale.

L'indagine, conosciuta come "Foto di Gruppo", verrà riproposta nel 2002. Ciò consentirà di leggere le linee evolutive della motivazione e della soddisfazione nel Gruppo Telecom Italia SpA.

Attività di comunicazione interna

Nel corso del 2001 si è confermata la scelta dell'*online* per la comunicazione interna ai dipendenti puntando sulla velocità di realizzazione, la semplicità di fruizione, la capillarità di distribuzione del web.

Sono state completate le attività per il varo del nuovo portale Intranet di Gruppo Open che, rinnovato nel *look and feel*, consente l'accesso ai siti ed ai portali Intranet di tutte le funzioni/aziende del Gruppo.

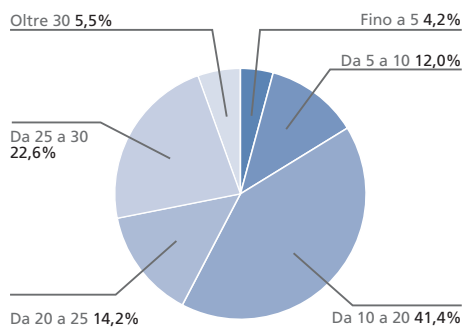
Open ospita servizi trasversali, fortemente innovativi dal punto di vista tecnologico e contenuti che valorizzano progetti, traguardi, risultati del Gruppo Telecom Italia.

Il target potenziale di Open è costituito dai dipendenti del Gruppo in Italia e all'estero.

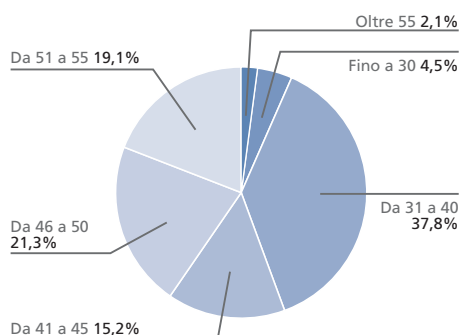
Un'area riservata è destinata ai dirigenti del Gruppo che, tramite Intranet, hanno potuto assistere in video ed audiostreaming alle presentazioni dei risultati economici del Gruppo e ad altri eventi di alto profilo strategico.

| | |
|-----------------------------------|------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 31 I DIPENDENTI |
| 6 CARTE E CODICI | 34 GLI AZIONISTI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI | |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | |

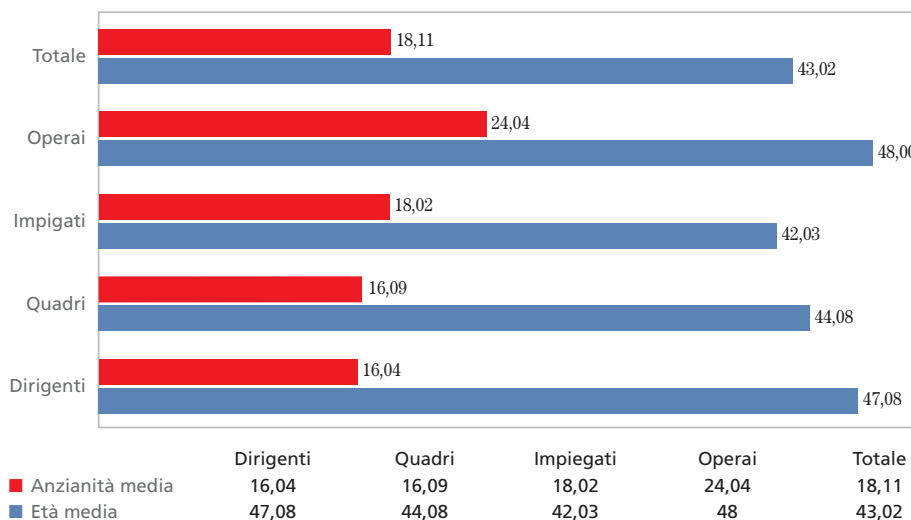
Distribuzione del personale Telecom Italia SpA al 31.12.2001 per fasce di anzianità (anni)



Distribuzione del personale Telecom Italia SpA al 31.12.2001 per classi di età (anni)

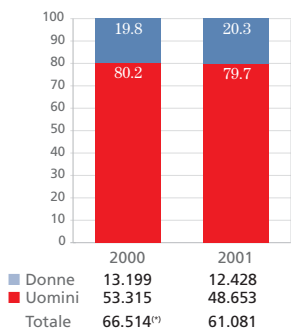


Età ed anzianità media 2001 Telecom Italia SpA



L'anzianità media nel 2001 è pari a 18,11 anni ed è sostanzialmente rimasta invariata rispetto al 2000 (18,08 anni).

Distribuzione uomini/donne



LEQUITÀ DI GENERE IN TELECOM ITALIA S.P.A.

La distribuzione tra dipendenti uomini e donne rimane sostanzialmente immutata nel corso dell'esercizio.

La percentuale delle donne dirigenti in Telecom Italia SpA si attesta all' 8% e delle donne quadro al 16%.

TIM Mamma

Istituto rivolto alle dipendenti mamme con bambini di età compresa tra 1 e 8 anni, alle quali viene intestato un conto corrente/tempo pari a 150 ore per anno – 14 ore mensili, recuperabili o altrimenti detratte in busta paga (n. beneficiarie **287** e n. ore **6562.41**).

(*) I valori non comprendono il personale estero locale e il personale straordinario per un totale di 27 unità.

| | |
|-----------------------------------|------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 31 I DIPENDENTI |
| 6 CARTE E CODICI | 34 GLI AZIONISTI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI | |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | |

■ INTERVENTI A FAVORE DEI DIPENDENTI

Assilt

L'Associazione per l'Assistenza Sanitaria Integrativa ai lavoratori della Telecom Italia S.p.A., nata nel 1981 da un accordo tra Sip e le Organizzazioni Sindacali, ha una struttura amministrativo-sanitaria collocata su Sedi regionali e la Sede Centrale a Roma. Eroga rimborsi per prestazioni sanitarie integrative di quelle fornite dal Servizio Sanitario Nazionale. Inoltre, in concorso con strutture sanitarie pubbliche e mediante proprie unità diagnostiche mobili, effettua campagne di medicina preventiva e di educazione sanitaria. Al 31 dicembre 2001 risultano 227.465 iscritti (74.121 dipendenti, 35.744 pensionati, 117.600 familiari).

Gli interventi, garantiti da un Regolamento delle prestazioni e da un Tariffario Generale, nel 2001 hanno prodotto 510.000 rimborsi spese.

Telemaco

Nel 2001 il Fondo Nazionale Pensione Complementare per i Lavoratori delle Aziende di Telecomunicazione ha scelto la banca depositaria e a ottobre è stato avviato il processo di selezione dei soggetti cui verrà affidata la gestione delle risorse del Fondo. Sono iniziati i lavori della Commissione Bilaterale paritetica Confindustria-CGIL-CISL-UIL che dovrà predisporre la trasformazione di Telemaco nel fondo di previdenza complementare per i dipendenti delle aziende che applicano il contratto di settore.

CRALT

Il Circolo Ricreativo Aziendale Lavoratori Telecomunicazioni organizza per i dipendenti ed i pensionati delle Aziende del Gruppo attività che interessano i settori turistico, sportivo, culturale, ricreativo e solidaristico oltre al sistema di convenzioni con negozi ed altri servizi. Il Circolo è finanziato da una quota associativa annuale a carico di ciascun dipendente o pensionato che intenda iscriversi, nonché da una contribuzione a carico delle Business Unit di Telecom Italia o delle Aziende del Gruppo. Il Circolo si avvale del supporto di un Centro Servizi. I Soci iscritti nell'anno 2001 sono stati: 68.000 dipendenti e 10.200 pensionati. Sono stati organizzati eventi nazionali che hanno visto la partecipazione di circa 35.000 soci e familiari ai centri di vacanze estivi ed invernali e di oltre 2.300 atleti e loro familiari ai meeting sportivi; 1.580 pensionati hanno partecipato ai soggiorni per la terza età. Il Circolo ha anche partecipato ad iniziative di carattere umanitario a favore di Medici Senza Frontiere, di altre Onlus e di ragazzi bosniaci, erogando circa euro 129.144.

ALATEL

Raggruppa i dipendenti con almeno 25 anni di servizio e i pensionati di alcune delle Aziende del Gruppo Telecom Italia. Realizza e incoraggia attività prevalentemente di carattere solidaristico e promuove attività di carattere culturale e per il tempo libero. Conta circa 28.000 iscritti di cui il 38% dipendenti in attività.

Sono state create opportunità di lavoro, mediante assunzioni con contratti a termine, da parte degli Enti Gestori dei soggiorni estivi, per circa 1400 giovani.

► Soggiorni estivi di vacanza

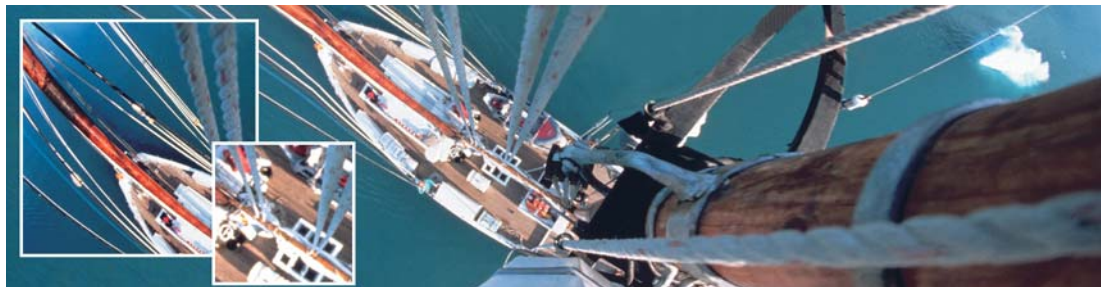
Offrono un'opportunità ricreativa e formativa di vita comunitaria per i figli dei dipendenti in età compresa tra i 6 e i 12 anni. Sono stati ospitati 5387 bambini (di cui 870 appartenenti ad Aziende del Gruppo) in 9 strutture montane e 6 strutture marine.

Cerimonie di premiazione

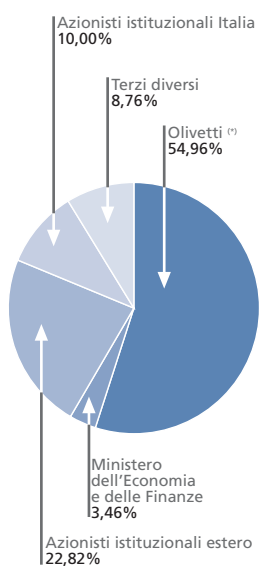
Sono state trasformate da premio di anzianità aziendale in momento di riconoscimento professionale per i lavoratori che raggiungono 25 anni di anzianità di servizio (in Telecom Italia SpA sono state premiate 1700 persone).

| | |
|-------------------------------|------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 31 I DIPENDENTI |
| 6 CARTE E CODICI | 34 GLI AZIONISTI |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI | |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI >> | |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | |

GLI AZIONISTI



Composizione Azionariato (Azioni ordinarie)



(*) di cui lo 0,787% detenuto indirettamente tramite Olivetti Finance N.V.

Si riportano le percentuali relative ai principali azionisti del Gruppo Telecom Italia

| | |
|---|--------|
| Olivetti S.p.A. (*) | 54,96% |
| Ministero dell'Economia e delle Finanze | 3,46% |
| Azionisti istituzionali Estero | 22,82% |
| Azionisti istituzionali Italia | 10,00% |
| Terzi diversi | 8,76% |

◀ I dividendi distribuiti nel 2001 sono stati di euro 3.097 milioni.

Al 31.12.2001 il capitale investito netto è di euro 41.250 milioni e si riduce di euro 673 milioni rispetto al 31.12.2000 (euro 41.923 milioni). L'indebitamento finanziario netto è di euro 21.942 milioni e aumenta di euro 4.709 milioni rispetto al 31.12.2000 (euro 17.233 milioni).

■ CORPORATE GOVERNANCE

L'adesione ai principi di corporate governance elaborati a cura di Borsa Italiana S.p.A. rappresenta una scelta di fondo per il Gruppo Telecom Italia, attraverso un percorso di progressivo miglioramento del sistema in essere.

Per un approfondimento consultare il Bilancio d'esercizio 2001.

| | |
|----------------------------|---------------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 35 PARERE RECONTA ERNST & YOUNG |
| 6 CARTE E CODICI | 36 LINEE PROGRAMMATICHE |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI | 37 PRINCIPALI DATI ECONOMICI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | » |



■ Corso Vittorio Emanuele II, 83
10128 Torino

■ Tel.: (011) 5161611
Fax: (011) 5612554

RELAZIONE DELLA SOCIETA' DI REVISIONE

Al Consiglio di Amministrazione
di Telecom Italia S.p.A.

Abbiamo svolto verifiche di conformità ed analisi sul Bilancio di Sostenibilità 2001 del Gruppo Telecom Italia predisposto dalla Direzione della Capogruppo.

Il nostro esame ha incluso le procedure di revisione che abbiamo ritenuto necessarie nella fattispecie e qui di seguito illustrate:

- riscontri di conformità del Bilancio di Sostenibilità alle linee guida in esso enunciate nonché alle linee guida del "Gruppo di studio per la statuizione dei principi di redazione del bilancio sociale-GBS" ed analisi, tramite colloqui con la direzione della Capogruppo, delle procedure interne adottate per la documentazione delle informazioni riportate nel Bilancio di Sostenibilità;
- controllo della corrispondenza dei dati di carattere economico del Bilancio di Sostenibilità con i dati e le informazioni del bilancio consolidato su cui abbiamo emesso la relazione di revisione contabile in data 15 aprile 2002;
- riscontri, su base campionaria, degli altri dati ed informazioni contenuti nel Bilancio di Sostenibilità con rilevazioni interne, analisi predisposte dagli uffici interessati o altra documentazione di supporto fornitaci.

In base al lavoro svolto:

- a) riteniamo che il Bilancio di Sostenibilità 2001 del gruppo Telecom Italia sia conforme alle linee guida in esso enunciate nonché alle linee guida del "Gruppo di studio per la statuizione dei principi di redazione del bilancio sociale-GBS";
- b) i dati di carattere economico del Bilancio di Sostenibilità corrispondono ai dati ed alle informazioni del bilancio consolidato;
- c) gli altri dati ed informazioni contenuti nel Bilancio di Sostenibilità sono coerenti con la documentazione fornitaci e con gli accertamenti eseguiti.

Come indicato nelle "Linee programmatiche" il Gruppo Telecom Italia ha avviato progetti mirati a realizzare la piena adesione ai Principi di sostenibilità enunciate nel documento anche mediante la definizione di specifici strumenti operativi.

Torino, 16 aprile 2002

Reconta Ernst & Young S.p.A.


Felice Persico
(Socio)

■ Reconta Ernst & Young S.p.A.
Sede Legale: 00196 Roma - Via Romagnosi 18/A
C.F. 00434000584 - P.I. 00891231003
Registro imprese n. 6697/89 Roma
Capitale Sociale L. 2.020.000.000 i.v.
Euro 1.043.243

| | |
|----------------------------|---------------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 35 PARERE RECONTA ERNST & YOUNG |
| 6 CARTE E CODICI | 36 LINEE PROGRAMMATICHE |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI | 37 PRINCIPALI DATI ECONOMICI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | » |

■ LINEE PROGRAMMATICHE

“La ricerca del profitto, attraverso l’aumento della produttività e lo sviluppo della capacità competitiva sul mercato, è l’obiettivo primario dell’impresa ma va perseguito in modo socialmente responsabile ed ecologicamente compatibile”

(dalla lettera di presentazione dell’edizione 2001)

Il Gruppo Telecom Italia ha introdotto nuovi processi di Corporate Governance che prevedono:

- la semplificazione della struttura societaria;
- la creazione di comitati di gestione, per gli investimenti e per le attività internazionali;
- l’introduzione del sistema delle “famiglie professionali” per migliorare l’efficacia ed il controllo della gestione;
- nuove procedure per gli investimenti e per gli acquisti;
- la razionalizzazione dei Centri di Servizio Regionali.

L’obiettivo è la creazione di valore, facendo leva sulle infrastrutture, le tecnologie disponibili e le competenze distintive con cospicui investimenti nella ricerca applicata tesa all’innovazione di processo e di prodotto.

L’intento è di far giocare all’Italia un ruolo di primo piano nell’high tech e nei brevetti, collaborare attivamente alla costruzione del Sistema Paese, investire nell’e-government e, certamente, remunerare il capitale investito.

L’attenzione ai consumatori porterà a mutare l’organizzazione interna alle Business Unit orientandola più ai segmenti di clientela che a quelli di prodotto.

Le risorse umane sono una risorsa strategica per il raggiungimento degli obiettivi. Saranno coinvolte, intensificando le occasioni di confronto, nei cambiamenti aziendali.

(dalla presentazione del Piano Industriale alla Comunità Finanziaria – 14/02/2002)

La volontà di adesione ai principi della sostenibilità enunciata nelle “carte” dei valori, dei servizi e ambientale, trova testimonianza nei progetti in via di definizione e/o di attuazione di alcuni strumenti ritenuti indispensabili:

- la pianificazione di interventi ambientali coerente con la strategia globale come il risparmio di energia e di risorse naturali, con promozione del riciclo e delle fonti rinnovabili;
- lo sviluppo di una coscienza ambientale omogenea nei fornitori e nei clienti;
- il Sistema di Gestione Ambientale;
- gli studi di Analisi del Ciclo di Vita (Life Cycle Assessment);
- il codice etico per il Gruppo;
- gli accordi volontari con la Pubblica Amministrazione.

Alcune Aziende del Gruppo si sono già attrezzate per avanzare su questa strada; l’impegno è teso a far divenire questi strumenti di utilizzo comune, con la gradualità dovuta alle dimensioni e alla varietà del Gruppo.

| | |
|----------------------------|---------------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 35 PARERE RECONTA ERNST & YOUNG |
| 6 CARTE E CODICI | 36 LINEE PROGRAMMATICHE |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI | 37 PRINCIPALI DATI ECONOMICI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | » |

■ PRINCIPALI DATI ECONOMICI

■ Gruppo Telecom Italia - Principali dati economici, patrimoniali e finanziari

| (milioni di euro) | 2001 | 2000 ^(*) | 2000 | Variazioni (a-b) | |
|--|---------|---------------------|---------|------------------|-------------|
| | (a) | (b) | | assolute | percentuali |
| Ricavi delle vendite e delle prestazioni ⁽¹⁾ | 30.818 | 27.169 | 28.911 | 3.649 | 13,4 |
| Margine operativo lordo (MOL) % sui ricavi delle vendite e delle prestazioni | 13.619 | 12.217 | 13.118 | 1.402 | 11,5 |
| Risultato operativo % sui ricavi delle vendite e delle prestazioni | 6.674 | 6.440 | 6.805 | 234 | 3,6 |
| Utile (Perdita) dell'esercizio di spettanza della Capogruppo e di Terzi % sui ricavi delle vendite e delle prestazioni | (1.658) | 2.892 | 2.948 | (4.550) | |
| Utile (Perdita) dell'esercizio di spettanza della Capogruppo | (2.068) | 2.028 | 2.028 | (4.096) | |
| Capitale investito netto al 31.12 | 41.250 | 41.923 | 44.556 | (673) | (1,6) |
| Capitale proprio al 31.12 ⁽²⁾ | 19.308 | 24.690 | 25.527 | (5.382) | (21,8) |
| Indebitamento finanziario netto al 31.12 | 21.942 | 17.233 | 19.029 | 4.709 | 27,3 |
| Investimenti | 11.257 | 19.484 | 20.009 | (8.227) | (42,2) |
| Personale a fine esercizio (unità) | 109.956 | 107.171 | 114.669 | 2.785 | 2,6 |

◀ (*) Ricostruito consolidando con il metodo del patrimonio netto, anziché con il metodo proporzionale, il Gruppo Nortel Inversora.

◀ (1) Al lordo delle quote da versare agli altri operatori.

◀ (2) Al netto dei "Crediti verso Soci per versamenti ancora dovuti".

Nel 2001 gli investimenti ammontano a euro 11.257 milioni, con una diminuzione del 42,2% rispetto al 2000 ricostruito.

Gli investimenti di natura industriale ammontano a euro 8.164 milioni (euro 16.484 milioni nel 2000 ricostruito) e comprendono i goodwill (euro 1.174 milioni) emersi a seguito dell'acquisizione del controllo del Gruppo Entel Chile.

Di seguito viene calcolato il valore aggiunto lordo del Gruppo Telecom Italia e la sua ripartizione tra i principali stakeholder.

| | |
|----------------------------|---------------------------------|
| 1 INFORMAZIONI PRELIMINARI | 35 PARERE RECONTA ERNST & YOUNG |
| 6 CARTE E CODICI | 36 LINEE PROGRAMMATICHE |
| 10 GLI STAKEHOLDER ESTERNI | 37 PRINCIPALI DATI ECONOMICI |
| 31 GLI STAKEHOLDER INTERNI | |
| 35 ALTRE INFORMAZIONI | » |

■ Valore aggiunto lordo e stakeholder

| (milioni di euro) | 2001 (a) | 2000 ^(*) (b) | 2000 | Variaz. % (a-b)/b |
|---|---------------|----------------------------|---------------|----------------------|
| Ricavi delle vendite e delle prestazioni | 30.818 | 27.169 | 28.911 | 13,4 |
| Valore della produzione tipica | 31.308 | 28.296 | 30.122 | 10,6 |
| Consumi di materie prime e servizi | (13.042) | (11.356) | (11.999) | 14,8 |
| Valore aggiunto | 18.266 | 16.940 | 18.123 | 7,8 |
| Contributo per l'esercizio di attività di telecomunicazioni | 524 | 524 | 571 | |
| Partite diverse ^(*) | 636 | 668 | 477 | |
| Valore aggiunto lordo | 19.426 | 18.132 | 19.171 | 7,1 |

◀ ^(*) Ricostruito consolidando con il metodo del patrimonio netto, anziché con il metodo proporzionale, il Gruppo Nortel Inversora.

◀ ^(*) Le partite diverse rappresentano il saldo tra le seguenti voci del conto economico: proventi/oneri diversi, proventi/oneri straordinari, imposte dirette e indirette società estere, dividendi distribuiti di competenza dell'esercizio 2000, contributo TLC, rettifiche di valore di attività finanziarie, proventi netti da partecipazioni, proventi finanziari, risultato dell'esercizio di spettanza della Capogruppo e di terzi.

■ Ripartizione del valore aggiunto lordo tra alcuni stakeholder ed altre controparti

| (milioni di euro) | 2001 (a) | 2000 ^(*) (b) | 2000 | Variaz. % (a-b)/b |
|---|-------------|----------------------------|-------|----------------------|
| Dipendenti | 3.722 | 3.704 | 3.986 | 0,5 |
| Stato | 2.585 | 4.510 | 4.510 | (42,7) |
| di cui: | | | | |
| • Oneri sociali e previdenziali | 1.157 | 1.250 | 1.250 | (7,4) |
| • Ministero dell'Economia e delle Finanze | 895 | 2.702 | 2.702 | (66,9) |
| • Imposte dirette imprese italiane | 791 | 2.563 | 2.563 | (69,1) |
| • Imposte indirette e tasse imprese italiane | 104 | 139 | 139 | (25,2) |
| • Ministero delle Comunicazioni (Contributo per l'esercizio di attività di TLC) | 472 | 497 | 497 | (5,0) |
| • Ministero del Tesoro (Dividendi) | 61 | 61 | 61 | (0,0) |
| Azionisti Terzi (escluso Ministero dell'Economia e delle Finanze) | 3.036 | 3.005 | 3.038 | 1,0 |
| Impresa (Ammortamenti, stanziamenti fondi rischi e oneri, altri stanziamenti rettificativi) | 7.008 | 5.797 | 6.330 | 20,9 |
| Finanziatori | 3.075 | 1.116 | 1.307 | 175,5 |

Il contributo complessivo del Gruppo Telecom Italia agli stakeholder interni ed esterni per il 2001 è stato di euro 28.774 milioni.

■ Contributo agli stakeholder nel 2001

(euro)

| | | |
|----------------|--|--|
| DIPENDENTI | | |
| 3.722 milioni | | |
| AZIONISTI | | |
| 3.036 milioni | Dividendi distribuiti (escluso Ministero dell'Economia e delle Finanze, già presente in Stato) | |
| STATO | | |
| 2.585 milioni | Oneri, imposte e dividendi | |
| FORNITORI | | |
| 19.431 milioni | Consumi di materie prime e servizi esterni, investimenti industriali ^(**) | |

◀ ^(**)Costi esterni, netto canone, lordo quote investimenti industriali, netto incrementi per lavori interni, netto correlate per costi e investimenti.

Si ringraziano vivamente:

- Tutti i colleghi che hanno attivamente collaborato al reperimento dei dati necessari alla stesura di questo documento.
- **SODALITAS** – Associazione per lo Sviluppo dell'Imprenditoria nel Sociale – (nata per iniziativa dell'Assolombarda) per aver accompagnato ed incoraggiato il processo di maturazione sulla via del "reporting" di sostenibilità.
- **C.S.R. Europe** (*Corporate Social Responsibility*) per aver assicurato l'informazione nel contesto dei temi e programmi relativi alla Responsabilità Sociale d'Impresa in Europa.

Telecom Italia S.p.A.

Corso d'Italia, 41

00198 Roma

Tel.: +39.06.3688.2840

Fax: +39.06.3688.2803

E-mail: maria.puzzo@telecomitalia.it

Progetto grafico CRM S.r.l. - www.crm.it

Stampa Lucini, Milano

Stampato su carta ecologica

Finito di stampare nel mese di aprile 2002