

Introduzione	2	Lettera del Presidente
	4	Executive Summary
	8	Riferimenti e Governance
	9	Codici, Carte e Valori
	10	Hot Topics
	12	Posizionamento negli indici
	13	Altri riconoscimenti
	13	Reporting e Pianificazione
	17	Obiettivi e risultati 2009
	20	Obiettivi 2010
	22	La funzione Group Sustainability
	23	Stakeholder Involvement
	26	Valore economico prodotto e distribuito

Gli stakeholder esterni

30	Clienti
45	Fornitori
49	Concorrenti
56	Istituzioni
59	Ambiente
79	Comunità

Gli stakeholder interni

94	Risorse Umane
114	Azionisti

Relazione della società di revisione

144	Relazione della società di revisione (Ernst & Young)
-----	--

LETTERA DEL PRESIDENTE

Con le sue radici nella crisi finanziaria e negli eccessi che l'hanno determinata, la recessione del 2009, una delle più profonde e prolungate mai attraversate dall'economia mondiale, ci ricorderà a lungo quanto possa essere fragile e a rischio lo sviluppo se non ha fondamenta eticamente sostenibili. Molto si è discusso e molto si discuterà di regole e di istituzioni di controllo. In entrambi i campi si può certamente introdurre qualche efficace miglioramento. Tuttavia, i comportamenti responsabili non si possono imporre per legge: sono una scelta autonoma e consapevole che spetta tanto ai singoli individui quanto ai soggetti collettivi. Tra questi, in un ruolo tutt'altro che secondario, le imprese.

In Telecom Italia questa scelta l'abbiamo fatta, ha basi solide nel nostro Codice Etico e cerchiamo di declinarla al meglio nel nostro lavoro quotidiano, ben consapevoli che tutto è perfettibile. Perché incorporare nelle nostre strategie e nelle nostre azioni la responsabilità sociale insieme con il rispetto, la valorizzazione professionale e l'attenzione alla sicurezza sul lavoro è un modo efficace per creare valore nel tempo e per garantire sostenibilità al nostro business. È dunque tutt'uno con la responsabilità della competitività, della produttività, dell'efficienza.

L'ambito nel quale è più facile verificare questa stretta correlazione tra le ragioni della sostenibilità e le ragioni della competitività è quello ambientale. Il più grande apporto diretto che può venire da un operatore di telecomunicazioni alla salvaguardia dell'ambiente sta nell'efficienza energetica. Una rete che si espande e si potenzia per raggiungere 24 milioni di siti, snodandosi attraverso oltre 15.000 stazioni radio base e più di 10.000 centrali telefoniche, alimentando 12 data center al servizio dell'azienda e dei suoi clienti, consuma molto e tende a consumare sempre di più, all'incirca il 5% di incremento ogni anno. Eppure rinnovando le architetture di rete, ricorrendo a modalità di condizionamento più moderne, utilizzando in modo intelligente e combinato anche fonti energetiche alternative e

rinnovabili, nel 2009 i nostri consumi di elettricità sono rimasti sostanzialmente stabili. E ciò – insieme a tante altre iniziative come la condivisione di siti radio base con altri operatori, l'adozione di politiche di green procurement nei rapporti con i fornitori, l'impiego delle nuove tecnologie e di più efficaci criteri gestionali per il riscaldamento degli edifici, la riduzione delle percorrenze e soprattutto il rinnovo del parco auto con vetture rispondenti agli standard più elevati – ha fatto sì che le emissioni di anidride carbonica di Telecom Italia siano diminuite di oltre il 2%.

È importante che la nostra ecoefficienza migliori (nel 2009, come documentano queste pagine, si è avuto un ulteriore progresso del 12%). Ma è ancora più importante che migliori quella di tutto il sistema economico e sociale. Al di là degli esiti complessivamente poco entusiasmanti del vertice mondiale sul clima di Copenhagen, un'altra delle eredità non positive del 2009, la risposta alla sfida dell'efficienza energetica e della riduzione dell'inquinamento non può attendere. E le tecnologie digitali possono fare molto per affrontarla perché favoriscono la dematerializzazione dell'economia, la riduzione delle necessità di mobilità, il controllo dei consumi, la gestione integrata delle fonti energetiche. Telecom Italia è impegnata a incorporare la sostenibilità ambientale anche nella sua offerta ai clienti. Alle soluzioni ormai consolidate, come l'e-learning, l'infomobilità, la videoconferenza, l'e-health, le reti di sensori per la gestione degli impianti di illuminazione, di riscaldamento e di condizionamento, si stanno aggiungendo quelle della domotica, che rendono "intelligente" la casa sfruttando le possibilità della banda larga fissa e mobile e la comunicazione fra dispositivi tecnologici diversi. Tutto questo non è il futuro: è l'oggi.

Sappiamo bene, tuttavia, che non basta dire che l'innovazione digitale c'è e può essere sfruttata per il meglio. Ci sono due questioni che vanno affrontate: da un lato, occorre che essa sia accessibile ovunque, anche nelle aree più periferiche; dall'altro,

è indispensabile accelerare l'alfabetizzazione digitale in modo che tutti possano effettivamente essere partecipi della società dell'informazione e condividere i benefici. Sono le due facce del problema del digital divide, quella infrastrutturale e quella culturale. Continuiamo a lavorare su entrambe. Sul versante territoriale, collaboriamo con le istituzioni locali progettando e proponendo soluzioni che permettano di portare la banda larga dove le logiche di mercato da sole non arrivano, sempre pronti a fare la nostra parte. Sull'altro versante, quello propriamente culturale, abbiamo moltiplicato le iniziative dedicate al mondo della scuola, alla sensibilizzazione dei più giovani e degli adulti sull'uso consapevole e responsabile delle nuove tecnologie e alla formazione digitale delle generazioni più mature.

Naturalmente, i nostri interventi sul piano sociale hanno una dimensione ancora più ampia. Telecom Italia presta molta attenzione alle esigenze delle componenti più deboli della collettività. Non si può non ricordare, per esempio, la grande e immediata mobilitazione di mezzi, tecnologie e persone dell'Azienda in occasione di due grandi drammi umani come il terremoto in Abruzzo, nella primavera del 2009, e quello di Haiti, all'inizio del 2010. Gli interventi a favore della comunità, poi, si sono arricchiti della rapida entrata a regime della Fondazione Telecom Italia, che già nel suo primo anno di vita ha avviato una serie di iniziative, tra cui una destinata a diagnosticare precocemente e combattere la dislessia. La Fondazione, inoltre, ha chiuso con un grande successo di partecipazione due bandi per progetti finalizzati l'uno all'inserimento lavorativo, in forma stabile e qualificata, di persone non occupate, emarginate e svantaggiate, e l'altro al rinnovamento della didattica scolastica attraverso l'utilizzo delle "lavagne interattive multimediali" e delle nuove tecnologie.

A dare concretezza alla sostenibilità aziendale sono le nostre persone. Ad esse sono dedicati im-

portanti programmi di formazione e sviluppo, di individuazione e valorizzazione dei talenti, di sostegno per realizzare un sano equilibrio tra vita lavorativa e tempo libero. Sappiamo che dobbiamo migliorare le nostre politiche di sicurezza sul lavoro e per la prima volta ci siamo dati obiettivi precisi in termini di riduzione degli infortuni e della loro gravità. Va anche segnalato che nel 2009 Telecom Italia ha lanciato la sua prima iniziativa di volontariato d'impresa a favore di bambini affetti da gravi patologie.
















Nel fare tutto ciò non ricerchiamo riconoscimenti. Perseguiamo solo quella che riteniamo sia una sana e lungimirante logica d'impresa. Gli addetti ai lavori, tuttavia, dimostrano di apprezzare il nostro operato. Telecom Italia è presente in tutti i principali indici di sostenibilità mondiali ed è considerata la migliore azienda italiana nell'esposizione dei dati relativi al cambiamento climatico. È stata l'unica azienda italiana chiamata dalla Commissione Europea a partecipare in modo stabile agli "Environmental, Social and Governance Workshop" per discutere di come migliorare il reporting e la comunicazione sui temi della sostenibilità. Sono riconoscimenti che ci fanno piacere e ci stimolano. Confermano che la nostra adesione ai principi promossi dal Global Compact dell'ONU per la tutela dell'ambiente, il rispetto dei diritti umani e degli standard di lavoro, il contrasto della corruzione, continua a tradursi in comportamenti e fatti.

Sono i comportamenti e i fatti di un'azienda che crede fermamente nel valore economico e competitivo della sostenibilità. E che forte di questa sua convinzione si adopererà – col massimo di trasparenza e di spirito di collaborazione, con le energie umane e professionali delle sue persone, con le straordinarie capacità tecnologiche – per contribuire al benessere e a una migliore qualità della vita di tutte le comunità in cui opera.


Gabriele Galateri di Genola
Presidente

EXECUTIVE SUMMARY



Si riportano di seguito i principali risultati conseguiti da Telecom Italia nel 2009, evidenziando il loro impatto nei confronti degli stakeholder.

HIGHLIGHTS ⁽¹⁾	RIFERIMENTO AI CAPITOLI DEL BILANCIO	IMPATTO PER GLI STAKEHOLDER ⁽²⁾
Riduzione di circa il 3% dell'energia consumata per riscaldamento	Ambiente/Performance ambientale/Energia	
Riduzione di circa il 5% dell'energia consumata per auto-trazione a cui ha contribuito la sostituzione di 1.504 auto Euro3 con vetture diesel Euro4	Ambiente/Performance ambientale/Energia	
Lieve aumento dei consumi di energia elettrica	Ambiente/Performance ambientale/Energia	
Aumento del 12% dell'indicatore di eco-efficienza	Ambiente/Cambiamento climatico	
Riduzione di circa il 2% delle emissioni di anidride carbonica	Ambiente/Performance ambientale/Emissioni atmosferiche	
Riduzione di circa il 2% dei consumi d'acqua	Ambiente/Performance ambientale/Acqua	
Diminuzione di circa il 4% della carta consumata per uso ufficio	Ambiente/Performance ambientale/Carta	
Utilizzo del 100% di carta certificata FSC per uso ufficio e per le bollette telefoniche	Ambiente/Performance ambientale/Carta	
Aumento della percentuale dei rifiuti avviati a riciclo o recupero (oltre 90%)	Ambiente/Performance ambientale/Rifiuti	
Mancato raggiungimento di alcuni obiettivi di sostenibilità 2009	Introduzione/Obiettivi e risultati 2009	
37.000 interventi effettuati a favore di anziani in difficoltà dai pony della solidarietà	Comunità/Risposte agli stakeholder	
Attivate 99 raccolte fondi e raccolti circa 27 milioni di euro con SMS, telefonate e click solidali	Comunità/Risposte agli stakeholder	
Supporto alle popolazioni colpite dal terremoto in Abruzzo attraverso numerose iniziative	Comunità/Risposte agli stakeholder	
6.000 aspiranti imprenditori del Web 2.0 coinvolti attraverso il progetto Working Capital	Comunità/Social media e digital communication	
6.700 persone over 50 hanno frequentato corsi base di Internet grazie all'iniziativa Internet Saloon	Comunità/Risposte agli stakeholder	

HIGHLIGHTS⁽¹⁾**RIFERIMENTO AI CAPITOLI DEL BILANCIO****IMPATTO PER GLI STAKEHOLDER⁽²⁾**

1 milione di utenti unici hanno seguito AVoiComunicare nel corso dell'anno	Comunità/Social media e digital communication	
Miglioramento della maggior parte degli indicatori di customer satisfaction	Clienti/Customer satisfaction	
Lancio di servizi innovativi per ridurre i consumi energetici dei clienti, anche in partnership con altre aziende	Clienti/I servizi innovativi	
Adottate numerose iniziative per il contrasto dei possibili abusi compiuti tramite la rete di Tlc	Clienti/Protezione dei minori	
Riduzione di oltre il 70% del numero delle domande di conciliazione in attesa di discussione	Clienti/Rapporti con le associazioni dei consumatori e conciliazione	
Lancio di iniziative per la riduzione del digital divide socio-culturale	Clienti/Digital Divide Comunità/Risposte agli stakeholder	
A fine 2009 il 96,5% del totale delle linee fisse di Telecom Italia erano coperte da ADSL e il 57,6% era coperto da IPTV	Introduzione/Obiettivi e risultati 2009	
A fine 2009 la percentuale di popolazione residente coperta dalle tecnologie UMTS e HSDPA era pari all'83,3%	Introduzione/Obiettivi e risultati 2009	
1,8 milioni di ore di formazione per il personale italiano per 19,8 milioni di euro di costi diretti. L'80,1% del personale ha partecipato ad almeno un intervento formativo nel corso del 2009	Risorse Umane/ Formazione	
Realizzate numerose iniziative di people caring tra cui il sistema integrato per la conciliazione famiglia-lavoro premiato da Regione Lombardia e ALTIS	Risorse Umane/People Caring	
Inserimento di obiettivi di sostenibilità nel sistema di remunerazione variabile dei manager	Risorse Umane/Politica di remunerazione	
Lancio della Policy di Green Procurement	Fornitori/Principali iniziative di sostenibilità	
Conferma in tutti i principali indici di sostenibilità mondiali	Introduzione/Posizionamento negli indici	
Primo posto in Italia nell'esposizione dei dati relativi al cambiamento climatico secondo il Carbon Disclosure Project	Introduzione/Altri riconoscimenti	
Effettuato un road show con gli investitori a Francoforte sulle tematiche di sostenibilità	Azionisti/Comunicazione finanziaria	

(1) Le percentuali in aumento o in diminuzione riportate nella tabella sono calcolate rispetto ai dati 2008. Tutti i dati e le informazioni riportati nella tabella, salvo ove diversamente riportato, sono relativi a Telecom Italia S.p.A.

(2) Il simbolo  evidenzia un impatto positivo nei confronti dello stakeholder mentre il simbolo  evidenzia un impatto negativo.





Introduzione

Le priorità di Telecom Italia: eccellenza nella customer satisfaction, presidio dell'innovazione tecnologica, disciplina finanziaria e generazione di cassa, sostenibilità.

INTRODUZIONE

8

INTRODUZIONE

riferimenti e
governance

Da 13 anni Telecom Italia pubblica il Bilancio di sostenibilità in cui analizza la propria performance nei confronti dei portatori di interesse con i quali interagisce quotidianamente: Clienti, Fornitori, Concorrenti, Istituzioni, Ambiente, Comunità, Risorse Umane e Azionisti.

A dimostrazione dell'importanza che Telecom Italia attribuisce alla sostenibilità, le informazioni relative alle attività svolte nei confronti degli stakeholder già dal 2003 fanno parte della Relazione sulla Gestione, confermando la volontà del Gruppo di integrare i propri dati finanziari con quelli non finanziari.

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

Nel 2002 Telecom Italia ha sottoscritto i principi del Global Compact, il principale riferimento a livello

mondiale lanciato nel 2000 dall'ONU per promuovere la tutela dell'ambiente, il rispetto dei diritti umani e degli standard di lavoro, le pratiche anti-corrruzione.

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

- Direttive, Raccomandazioni e Comunicazioni della Commissione Europea;
- linee guida dell'OCSE destinate alle imprese multinazionali;
- certificazioni ISO 9000 e ISO 14000 per i Sistemi di Gestione della qualità e ambientali;
- principi delle Convenzioni dell'International Labour Organization (ILO) per il rispetto dei diritti fondamentali dei lavoratori;
- standard del Social AccountAbility 8000 (SA8000), finalizzato a favorire il rispetto dei diritti umani e delle condizioni di lavoro da parte delle aziende e della loro filiera di fornitura;
- AA1000 AccountAbility Principles Standard (APS 2008) elaborato da AccountAbility, Organizzazione internazionale che promuove la collaborazione tra gli stakeholder e la definizione di standard e linee guida in materia di sostenibilità. L'APS 2008 fissa i principi che un'azienda deve rispettare per definirsi responsabile (accountable) per i quali si rinvia al pa-



ragrafo “Reporting e Pianificazione”. Il Gruppo, per il primo anno, ha posto in essere le attività necessarie per ottenere la conferma della conformità allo standard da parte della Società di Revisione Reconta Ernst & Young (cfr. § [Relazione della società di revisione](#)).

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

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

CODICI, CARTE E VALORI

Gli impegni assunti dal Gruppo verso i propri stakeholder si articolano in un sistema di Carte e Codici disponibili sul sito Internet www.telecomitalia.it (Corporate/Sostenibilità/Il nostro approccio/Politiche).

Alla base del sistema vi è il Codice Etico, nel convincimento che il successo dell'impresa non può prescindere dall'etica nella conduzione degli affari. Il Codice indica gli obiettivi e i valori informatori dell'attività dell'Azienda con riferimento ai principali stakeholder con i quali il Gruppo interagisce. Al rispetto del Codice sono tenuti gli organi sociali, il management e i prestatori di lavoro di tutte le società del Gruppo, nonché i collaboratori e i terzi in rapporti d'affari con il Gruppo, nei limiti delle rispettive competenze, funzioni e responsabilità.

Le Carte dei Servizi espongono i principi di comportamento e gli impegni assunti da Telecom Italia in materia di servizi e forniscono le indicazioni sui canali di contatto a disposizione dei clienti e sugli standard di qualità dei servizi offerti. Sono

disponibili sui siti web di Telecom Italia (www.187.it, www.191.it, www.tim.it).

Alle Carte dei Servizi di Telecom Italia si affiancano le Condizioni Generali di Abbonamento che disciplinano i rapporti contrattuali per il servizio offerto da Telecom Italia. Le Condizioni Generali di Abbonamento per i servizi di telefonia fissa sono pubblicate sulle prime pagine degli elenchi telefonici, sui siti www.187.it e www.191.it.

Le Carte dei Servizi e le Condizioni Generali di Abbonamento sono redatte in base alle linee guida e ai requisiti delle diverse delibere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM). In particolare, in materia di qualità, sui siti web di riferimento sono pubblicati gli obiettivi prefissati per ogni anno relativamente ai singoli servizi (telefonia vocale fissa e mobile, accesso a Internet, televisione a pagamento su tecnologia IP – IPTV).

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

- **Responsabilità sociale nel Gruppo Telecom Italia** sul rispetto degli standard di lavoro all'interno del Gruppo con particolare riferimento a lavoro infantile, lavoro obbligato, salute e sicurezza, libertà di associazione, discriminazione, procedure disciplinari, orario di lavoro e retribuzione.
- **Rapporti con i fornitori nel processo di acquisto del Gruppo Telecom Italia** che disciplina l'eticità negoziale del Gruppo (trasparenza, separazione dei ruoli, correttezza, tracciabilità), e i requisiti che Telecom Italia chiede ai propri fornitori in merito a standard di lavoro e ambiente.
- **Policy di Green Procurement** che impegna l'Azienda a tenere in considerazione gli aspetti ambientali nelle specifiche degli acquisti.
- **Codici relativi alla tutela dei minori** (Codice di autoregolamentazione per i servizi mobili, Codice di autoregolamentazione per TV e minori, Codice di condotta per i servizi a sovrapprezzo). In quest'ambito è stato sottoscritto il Quadro regolatorio europeo per la tutela dei minori nell'uso della telefonia mobile.
- **Codici in materia di trasmissioni sportive e rappresentazioni giudiziarie.**
- **Linee guida del Gruppo Telecom Italia per i**

contributi volontari alla Comunità che tracciano le destinazioni delle donazioni e degli interventi volontari del Gruppo a favore dello sviluppo delle comunità in cui opera.

- **Codice di Autodisciplina per la comunicazione commerciale** che regola gli interventi pubblicitari.
- **Codici a garanzia della correttezza dei rapporti con gli OLO** (Other Licensed Operator).

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

Orientamento al cliente

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

Assunzione di responsabilità

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

Innovazione

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

Proattività

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

Velocità

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

Integrazione

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

Trasparenza

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

Eccellenza professionale

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

HOT TOPICS

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

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

Gli Hot Topics così individuati, insieme ad altri aspetti delle attività aziendali, sono presi in considerazione nel processo di determinazione della ma-

terialità del reporting secondo lo standard AA1000 AccountAbility Principles Standard (APS) richiamato nel paragrafo “Reporting e Pianificazione”.

TABELLA DEGLI HOT TOPICS

TEMI	STAKEHOLDER	IMPEGNO DI TELECOM ITALIA	RIFERIMENTO
Relazioni con i clienti	Clienti	L'attenzione ai bisogni dei clienti e il miglioramento della loro soddisfazione sono tra i principali obiettivi di Telecom Italia e sono oggetto di numerosi progetti e iniziative.	Clienti/Centralità del cliente/ Customer satisfaction
Digital Divide	Clienti, Istituzioni, Comunità	La diffusione delle tecnologie delle comunicazioni può creare discriminazioni di tipo sociale e geografico. Il rischio di esclusione è elevato soprattutto per alcune fasce di popolazione quali gli anziani, i malati e i disabili. Telecom Italia ha messo in campo numerose iniziative per assicurare un'ampia disponibilità delle nuove tecnologie.	Clienti/Digital Divide Comunità/Le risposte agli stakeholder
Cambiamenti climatici	Clienti, Fornitori, Istituzioni, Ambiente, Comunità	Il Gruppo si impegna a ridurre le proprie emissioni di anidride carbonica e a fornire servizi che contribuiscano a ridurre le emissioni degli altri settori.	Ambiente/Cambiamento climatico
Relazioni con i dipendenti	Risorse Umane	Anche in un difficile momento per l'economia globale il Gruppo ripone la massima attenzione al caring dei dipendenti e all'attuazione di piani per attrarre e mantenere i migliori talenti.	Risorse Umane
Supply chain	Fornitori, Ambiente, Comunità	Con la globalizzazione dei mercati e delle forniture il presidio della supply chain diventa un elemento imprescindibile della sostenibilità delle imprese. Il Gruppo sta mettendo in atto una serie di azioni finalizzate alla tutela dell'ambiente e degli standard di lavoro e alla promozione dei principi del Life Cycle Assessment (LCA).	Fornitori/Principali iniziative di sostenibilità Ambiente/Responsabilità di prodotto
Privacy e sicurezza dei dati	Clienti, Istituzioni	Telecom Italia ha implementato una serie di misure per la tutela della sicurezza dei dati e della privacy di quanti usano le reti e i servizi.	Clienti/Ricerca e innovazione nella e-security/Tutela della privacy e protezione dei dati personali
Protezione dei minori	Clienti	La diffusione di Internet costituisce una grande opportunità ma può essere fonte di pericoli. Telecom Italia ha messo in campo una serie di misure per la tutela dei minori dai contenuti che possono ledere lo sviluppo psico-fisico e per la prevenzione e la rilevazione di eventuali abusi compiuti attraverso le reti di telecomunicazione.	Clienti/Protezione dei minori
Relazioni con azionisti/ investitori	Azionisti	Il dialogo con gli investitori su temi finanziari e non riveste un'importanza strategica per una grande società quotata. Per migliorare la comunicazione tra gli stakeholder sui temi ambientali, sociali e di governance, Telecom Italia ha promosso un laboratorio europeo sulla valutazione della performance non finanziaria.	Introduzione/Altri riconoscimenti Azionisti/Comunicazione finanziaria

POSIZIONAMENTO NEGLI INDICI

Gli indici di sostenibilità sono indici azionari formati da titoli selezionati, non solo in base a parametri economico-finanziari, ma anche in forza di criteri sociali e ambientali. La selezione è fatta da agenzie di rating specializzate che valutano le aziende sulla base delle informazioni pubbliche e/o di questionari, tenendo anche in considerazione le opinioni dei media e degli stakeholder. Il processo di selezione è molto rigoroso e soltanto le aziende ritenute meritevoli entrano a far parte degli indici.

Essere ammessi in tali indici rappresenta un risultato importante per le aziende, sia per le ricadute reputazionali positive, sia per il fatto che, oltre ai fondi pensione e ai fondi etici, sempre più investitori si indirizzano verso aziende sostenibili considerandole meno rischiose e più promettenti nel medio/lungo termine. La partecipazione al processo di valutazione costituisce anche un utile momento di riflessione per l'Azienda sui risultati raggiunti. A conclusione di tale processo le indicazioni delle agenzie di rating costituiscono elementi molto utili per pianificare le azioni di miglioramento futuro.

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

- Dow Jones Sustainability World Index (DJSI World), che include 317 società leader nella sostenibilità a livello mondiale;
- Dow Jones STOXX Sustainability Indexes (DJSI STOXX): l'indice Europe, composto da 154 titoli a livello europeo; l'indice Euro, composto da 84 titoli dell'area Euro.

Sulla base delle valutazioni effettuate per l'ammissione ai DJSI nel 2009, Telecom Italia è stata inclusa nella prestigiosa Gold Class del settore delle telecomunicazioni fisse del "Sustainability Yearbook 2010" pubblicato da SAM Group (Sustainable Asset Management) che gestisce i DJSI e PricewaterhouseCoopers.

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

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

- FTSE4Good Global (653 aziende);
- FTSE4Good Europe (264 aziende);
- FTSE4Good Environmental Leaders Europe, che include 40 titoli selezionati nell'ambito del FTSE4Good Europe in base ai risultati conseguiti in materia di protezione dell'ambiente.

Telecom Italia è inoltre presente nei seguenti indici:

- Advanced Sustainable Performance Index (ASPI) Eurozone composto da 100⁽¹⁾ aziende;
- Ethibel Sustainability Indexes (ESI):
 - Excellence Europe, composto da 198 titoli;
 - Excellence Global, composto da 134 titoli.
- KLD Sustainability Indexes:
 - FTSE KLD Global (GSIN), composto da 630 titoli;
 - FTE KLD Europe (EUSI), composto da 209 titoli;
 - FTSE KLD Global ex US Index (GSIXU), composto da 452 titoli;
 - FTSE KLD Europe Asia Pacific (EAPSI), composto da 401 titoli.
- E.Capital Partners Indexes (ECPI):
 - Ethical Index Global, composto da 300 titoli;
 - Ethical Index Euro, composto da 150 titoli;
 - Ethical Index EMU, composto da 150 titoli.
- Axia
 - Ethical, composto da 40 titoli;
 - Euro Ethical, composto da 40 titoli;
 - CSR, composto da 30 titoli.

Tim Participações, la holding quotata del Gruppo Tim Brasil, è stata confermata nell'indice ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial), gestito da Bovespa (Borsa di São Paulo), insieme al Ministero dell'Ambiente brasiliano, all'UNEP e ad altri organi finanziari e di sostenibilità. L'indice è composto da 34 società che hanno ottenuto il punteggio più alto in termini di sostenibilità, selezionate in base a un questionario sottoposto alle 137 aziende maggiormente negoziate nel Bovespa.

(1) A cui si aggiungono 20 di "buffer", titoli che non sono inseriti direttamente nell'indice ma possono essere ripescati qualora qualcuna delle 100 società sia esclusa nei processi di revisione nel corso dell'anno.

ALTRI RICONOSCIMENTI

Telecom Italia è stata considerata dal Carbon Disclosure Project (CDP) la migliore azienda italiana dell'indice "Global 500" nell'esposizione dei dati relativi al cambiamento climatico anche per l'edizione 2009 (dopo quella 2008). Giunta al settimo anno di attività, il CDP è un'iniziativa internazionale che fornisce indicazioni su come misurare e rappresentare le emissioni di gas serra, stimolando le aziende a focalizzarsi sulla gestione dei rischi e delle opportunità emergenti dal cambiamento climatico (cfr. § Ambiente/Cambiamento climatico).

AVoiComunicare, il progetto di comunicazione integrato di Telecom Italia sui grandi temi sociali e ambientali, ha vinto il premio "Aretê 2009" promosso da Pentapolis (Confindustria) sulla comunicazione responsabile, nella categoria Internet (cfr. § Comunità/I social media e la digital communication).

Telecom Italia ha ricevuto il Premio "FamigliaLavoro 2009", ideato e promosso dalla Regione Lombardia in collaborazione con ALTIS (Alta Scuola Impresa e Società, Università Cattolica) per aver saputo creare il miglior sistema integrato per la conciliazione famiglia-lavoro a favore dei propri dipendenti e delle loro famiglie (cfr. § Risorse Umane/People Caring).

Telecom Italia è al secondo posto in Italia nella comunicazione web sulla sostenibilità nella classifica Lundquist (cfr. § Comunità/I media tradizionali).

In virtù dell'esperienza guadagnata attraverso la co-leadership del laboratorio "Sostenibilità e valutazione della performance non finanziaria", attivato nell'ambito dell'Alleanza lanciata dalla Commissione Europea nel marzo 2006, Telecom Italia è stata l'unica azienda italiana chiamata dalla Direzione Generale Enterprise and Industry della Commissione Europea a far parte del nucleo stabile di stakeholder invitati agli ESG (Environmental, Social and Governance) workshop. Si tratta di incontri finalizzati a discutere le possibili azioni di miglioramento del reporting e della comunicazione sui temi di sostenibilità che hanno coinvolto imprese, investitori, società civile, organizzazioni non governative,

associazioni dei consumatori, media, sindacati e istituzioni, nella seconda metà del 2009 e nei primi mesi del 2010.

REPORTING E PIANIFICAZIONE

Reporting

200: questo è il numero di Key Performance Indicators (KPI) utilizzati per analizzare la performance e il relativo reporting dell'approccio multi-stakeholder. Questi KPI sono definiti sulla base:

- dell'analisi del Global Reporting Initiative (GRI). Nato nel 1997, il GRI ha sviluppato linee guida per la stesura dei report di sostenibilità universalmente applicabili, così da favorire la comparabilità tra aziende. Il Gruppo Telecom Italia, con il Bilancio di sostenibilità 2008, ha ricevuto dal GRI la valutazione A+, il più alto livello di rispondenza ai principi di reporting e agli indicatori del GRI;
- delle indicazioni degli stakeholder;
- dei questionari inviati dalle principali agenzie di rating ai fini dell'ammissione agli indici borsistici di sostenibilità.

Il sistema dei KPI consente di analizzare le performance di sostenibilità e la capacità di risposta dell'Azienda sui temi rilevanti nonché di monitorare periodicamente il grado di raggiungimento degli obiettivi identificati. Grazie al sistema CPM, un applicativo dedicato, la gestione dei KPI di sostenibilità è analoga a quello del financial reporting.

Integrando i dati di sostenibilità nel Bilancio consolidato, già dall'esercizio 2003, il Gruppo ha anticipato l'applicazione della Direttiva Europea 51/2003, recepita in Italia con il D.Lgs. 2 febbraio 2007 n. 32. Sono prese in considerazione le società controllate incluse nell'area di consolidamento, salvo ove diversamente indicato (cfr. § Ambiente e § Comunità), escludendo le attività cessate/attività non correnti destinate a essere cedute.

Il Bilancio di sostenibilità di questo esercizio adotta i principi dell'**AA1000 AccountAbility Principles Standard (APS)** riportati di seguito:

- **inclusività:** identificazione degli stakeholder e delle loro aspettative e sviluppo di strategie di

coinvolgimento volte a migliorare le performance di sostenibilità dell'Azienda;

- **materialità:** individuazione delle tematiche significative per l'organizzazione e per i suoi stakeholder;
- **rispondenza:** descrizione delle iniziative messe in atto dall'Azienda per rispondere alle aspettative degli stakeholder.

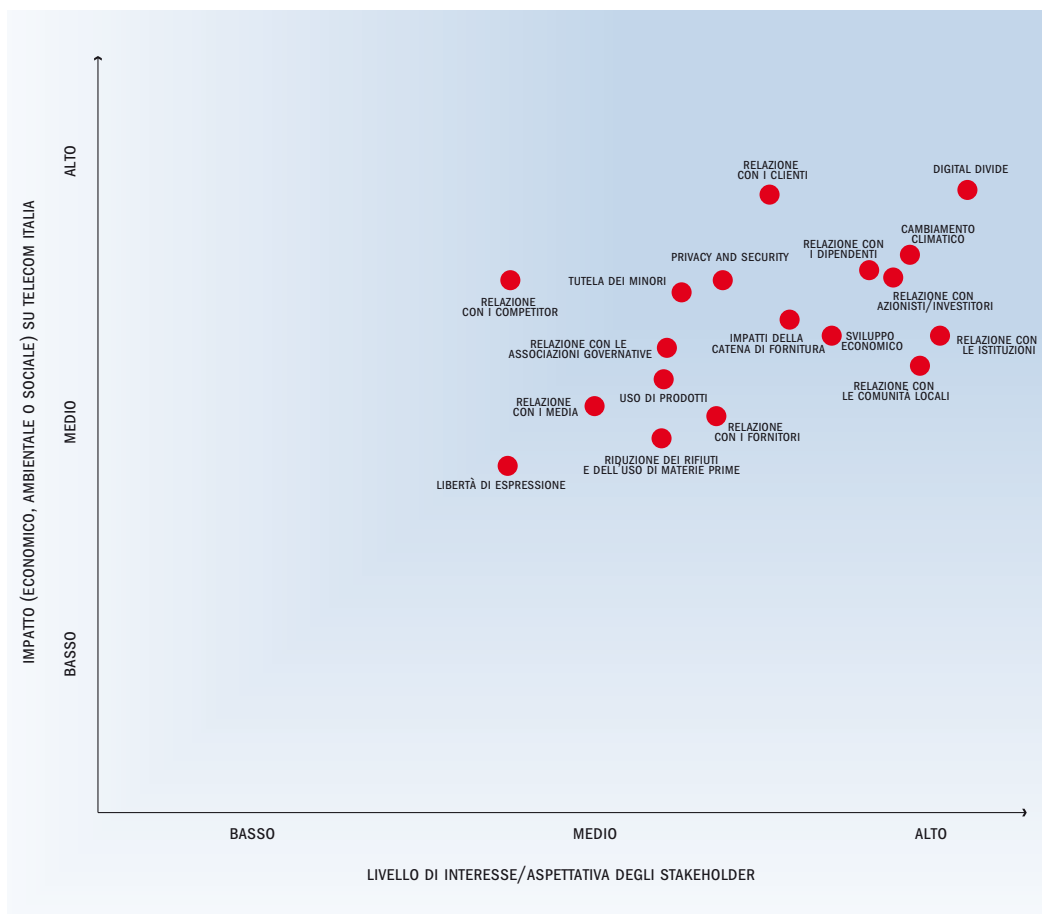
Per la determinazione della materialità il Gruppo ha sviluppato un processo i cui risultati sono schematizzati nella "matrice di materialità" riportata di seguito. Le tematiche materiali sono identificate in base alle aspettative degli stakeholder e alle loro

influenze sul Gruppo.

Il processo di determinazione della materialità è coerente con gli Hot Topics di sostenibilità individuati con l'analisi delle richieste delle agenzie di rating e degli investitori nonché del benchmarking con i competitor (cfr. § Hot Topics).

È in via di sviluppo una metodologia per la gestione del rischio inquadrata nella best practice dell'“Enterprise Risk Management Framework” che terrà in maggiore considerazione i rischi sociali e ambientali e quelli derivanti da possibili conflitti tra stakeholder in genere (cfr. § Azionisti/Risk Management).

MATRICE DI MATERIALITÀ



La metodologia seguita nella misurazione degli investimenti nella Comunità è quella definita dal London Benchmarking Group – LBG (cfr. § Comunità).

La tabella seguente fornisce l'indicazione dei capitoli/paragrafi e delle pagine in cui viene fatto rife-

rimento ai principi del Global Compact e ai relativi indicatori del GRI.

Il Content Index (indice dei contenuti) relativo al GRI è disponibile sul sito Internet [www.telecomitalia.it/Corporate/Sostenibilità](http://www.telecomitalia.it/Corporate/Sostenibilita).

PRINCIPI DEL GLOBAL COMPACT (GC)	INDICATORI GRI CON RIFERIMENTO AL GC	CAPITOLI IN CUI VENGONO TRATTATI I TEMI RELATIVI AI PRINCIPI	PAGINA
1. Promuovere e rispettare i diritti umani universalmente riconosciuti nell'ambito delle rispettive sfere di influenza	HR1-7, LA4, LA7-9, LA13, PR1, PR8	Riferimenti e Governance, Codici, Carte e Valori, Reporting e Pianificazione, Stakeholder Involvement, Fornitori, Comunità, Risorse Umane	8, 9, 13, 23, 45, 79, 94
2. Assicurarsi di non essere, seppure indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani	HR1-7	Riferimenti e Governance, Codici, Carte e Valori, Fornitori, Risorse Umane	8, 9, 45, 94
3. Sostenere la libertà di associazione dei lavoratori e riconoscere il diritto alla contrattazione collettiva	HR1-3, HR5, LA4-5	Codici, Carte e Valori, Reporting e Pianificazione, Stakeholder Involvement, Risorse Umane	9, 13, 23, 94
4. Eliminare tutte le forme di lavoro forzato e obbligatorio	HR1-3, HR7	Codici, Carte e Valori, Fornitori, Risorse Umane	9, 45, 94
5. Eliminare il lavoro minorile	HR1-3, HR6	Codici, Carte e Valori, Fornitori, Risorse Umane	9, 45, 94
6. Eliminare ogni forma di discriminazione in materia di impiego e professione	HR1-4, LA2, LA13	Codici, Carte e Valori, Stakeholder Involvement, Fornitori, Risorse Umane	9, 23, 45, 94
7. Sostenere un approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali	EC2, EN18, EN26, EN30	Hot Topics, Reporting e Pianificazione, Obiettivi e risultati 2009, Obiettivi 2010, Stakeholder Involvement, Fornitori, Ambiente	10, 13, 17, 20, 23, 45, 59
8. Intraprendere iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale	EN1-5, EN8, EN16, EN17, EN20, EN22, EN23, EN26-27, EN30, PR3	Obiettivi e risultati 2009, Obiettivi 2010, Stakeholder Involvement, Fornitori, Ambiente	17, 20, 23, 45, 59
9. Incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente	EN5-7, EN18, EN26-27, EN30	Hot Topics, Reporting e Pianificazione, Ambiente, Comunità	10, 13, 59, 79
10. Contrastare la corruzione in ogni sua forma, incluse l'estorsione e le tangenti	SO2-4	Riferimenti e Governance, Codici, Carte e Valori, Fornitori, Azionisti	8, 9, 45, 114

Pianificazione

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

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

Un elemento importante che il Gruppo utilizza in tema di sostenibilità è la Scheda di valutazione.

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

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

INDIVIDUAZIONE DELLE AREE DI MIGLIORAMENTO



OBIETTIVI E RISULTATI 2009

Si riportano di seguito i risultati conseguiti a fronte degli obiettivi pubblicati nel Bilancio di sostenibilità 2008.

TELECOM ITALIA S.P.A.					
AREA DI RIFERIMENTO	INDICATORE	UNITÀ DI MISURA	TARGET 2009	CONSUNTIVO 2009	STATUS TARGET 2009
Comunità	Fondazione Telecom Italia – Impegno finanziario previsto rispetto all'EBITDA di Gruppo	%	0,05	0,05	●
Risorse Umane – Formazione	Formazione in tema di salute e sicurezza	Ore di formazione	90.000	94.437	●
Risorse Umane – Formazione	Formazione – società italiane ⁽¹⁾	Ore di formazione procapite ⁽²⁾	33	30,7	●
Risorse Umane – Formazione	Formazione – società italiane ⁽¹⁾ coverage (percentuale di dipendenti che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sul totale popolazione)	%	71,5	80,1	●
Ambiente – Eco-efficienza	Indicatore di eco-efficienza ⁽³⁾	Bit/Joule	1.410	1.317	●
Ambiente – Elettromagnetismo	Qualifica SAR ⁽⁴⁾	%	100	100	●
Ambiente – Elettromagnetismo	Numero di celle delle Stazioni Radio UMTS su cui viene installata la seconda portante ⁽⁵⁾	Numero di celle	2.500	3.202	●
Ambiente – Risorse naturali	Carta certificata FSC acquistata per uso ufficio ⁽⁶⁾	%	90	100	●
Ambiente – Risorse naturali	Carta utilizzata inviata al riciclo	Tonnellate	13.540	21.263	●
Ambiente – Impatto atmosferico	Riduzione delle emissioni di CO ₂ derivante dalla sostituzione di caldaie a gasolio con impianti meno impattanti ⁽⁷⁾	Tonnellate	200	214	●
Ambiente – Impatto atmosferico	Riduzione della quantità di gas ozonolesivi utilizzata negli impianti di condizionamento e gruppi frigo	kg	6.400	8.151	●
Ambiente – Impatto atmosferico	Riduzione delle emissioni di CO ₂ derivante dalla sostituzione di auto Euro3 con auto Euro4 ⁽⁸⁾	Tonnellate	1.630	2.169	●
Digital Inclusion	Copertura ADSL ⁽⁹⁾	%	96,5	96,5	●
Digital Inclusion	Copertura IPTV ⁽⁹⁾	%	54,8	57,6	●
Digital Inclusion	Copertura UMTS e HSDPA ⁽¹⁰⁾	%	82,4	83,3	●

Status target: ● raggiunto
● non raggiunto

- Il dato comprende tutte le società del Gruppo in Italia.
- Il dato comprende la formazione in aula, online e on the job.
- Per ulteriori informazioni sull'indicatore di eco-efficienza si rinvia ad Ambiente/Cambiamento climatico.
- Si tratta della percentuale di cellulari assoggettati a qualifica SAR (Specific Absorption Rate). La percentuale è calcolata sui modelli di terminali cellulari di tipo più diffuso e tecnologicamente innovativi.
- In condizioni di traffico elevato, utilizzando due portanti a radiofrequenza invece di una sola, la potenza totale emessa dalla stazione risulta inferiore.
- Misurata rispetto al totale della carta acquistata per uso ufficio. FSC = Forest Stewardship Council.
- L'alimentazione della maggior parte dei nuovi impianti è a gas.
- Dalle auto Euro4 si ottiene una riduzione del 30% circa della CO₂ emessa rispetto alle auto Euro3. L'obiettivo è stato calcolato considerando le emissioni dei modelli di auto effettivamente sostituite.
- La percentuale si riferisce alle linee telefoniche fisse.
- La percentuale si riferisce alla popolazione residente.

TELECOM ITALIA S.P.A. – CLIENTI

AREA DI RIFERIMENTO	INDICATORE ⁽¹⁾	UNITÀ DI MISURA	TARGET 2009	CONSUNTIVO 2009 ⁽²⁾
Clienti – Mobile	Tempo di attivazione del servizio voce – Servizio pre-pagato – Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo contrattualmente previsto	%	97	–
Clienti – Mobile	Tempo di attivazione del servizio voce – Servizio post-pagato – Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo contrattualmente previsto	%	97	–
Clienti – Mobile	Servizi di assistenza ai clienti – Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti	Secondi	40	–
Clienti – Mobile	Reclami sugli addebiti – Rapporto tra il numero di reclami su addebiti in fattura ricevuti nel periodo di rilevazione e il numero delle fatture emesse nello stesso periodo (servizio post-pagato)	%	1,8	–
Clienti – Mobile	Reclami sugli addebiti – Rapporto tra il numero dei reclami riguardanti addebiti su carte pre-pagate ricevuti nel periodo di rilevazione e il numero medio di SIM/USIM attive nello stesso periodo (servizio pre-pagato)	%	5	–
Clienti – Internet	Tempo di attivazione dei servizi di accesso a banda larga – Percentuale degli ordini validi completati entro la data concordata con il cliente (linee telefoniche attive)	%	90	–
Clienti – Internet	Tempo di attivazione dei servizi di accesso a banda larga – Tempo medio di fornitura (linee telefoniche attive)	Giorni	11	–
Clienti – Internet	Malfunzionamenti servizi di accesso a Internet a banda larga – Tempo medio di riparazione	Ore	34	–
Clienti – Internet	Servizi di assistenza ai clienti – Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti	Secondi	105	–
Clienti – Internet	Addebiti contestati – Rapporto tra il numero dei reclami su addebiti in fattura relativi a tutti i servizi di accesso a Internet (ricevuti nel periodo di rilevazione) e il numero totale di fatture emesse nello stesso periodo	%	1,5	–
Clienti – IPTV	Tempo di attivazione del servizio IPTV – Percentuale degli ordini validi completati entro la data concordata con il cliente	%	78	–
Clienti – IPTV	Tempi di risposta assistenza clienti – Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti	Secondi	105	–
Clienti – IPTV	Fatture contestate – Rapporto tra il numero dei reclami su addebiti in fattura relativi al servizio IPTV (ricevuti nel periodo di rilevazione) e il numero di fatture contenenti addebiti relativi allo stesso servizio (emesse nello stesso periodo di rilevazione)	%	1,6	–
Clienti – IPTV	Disponibilità del servizio IPTV – Indisponibilità media del servizio	Ore/Anno	50	–

18
INTRODUZIONE

 obiettivi e risultati
 2009

1. L'elenco completo degli obiettivi di qualità di Telecom Italia per il 2009 è disponibile sul sito Internet del Gruppo.
2. I consuntivi 2009 saranno pubblicati a luglio 2010 sul sito Internet del Gruppo.

TIM BRASIL

AREA DI RIFERIMENTO	INDICATORE	UNITÀ DI MISURA	TARGET 2009	CONSUNTIVO 2009	STATUS TARGET 2009
Risorse Umane	Soddisfazione dei dipendenti misurata attraverso il questionario "Foto di Gruppo" ⁽¹⁾	Livello medio di soddisfazione	7,5	-	(2)
Risorse Umane	Riduzione del turnover dei dipendenti	% (mensile)	2,2	2,5	●
Risorse Umane	Riduzione del grado di assenteismo	%	3,2	4,3	●
Risorse Umane	Formazione (n. di ore totali: in classe + online + sul lavoro)	Ore di formazione	715.000	456.606	●
Risorse Umane	Formazione – Coverage (percentuale di manager che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sul totale popolazione)	%	95,2	98	●
Risorse Umane	Formazione – sostenibilità (n. di manager che hanno preso parte ad almeno un intervento formativo su temi di sostenibilità sul totale della popolazione)	%	47	73	●
Ambiente	Riduzione del totale di carta acquistata (solo uso ufficio)	%	2,1	11	●
Ambiente	Rapporto tra rifiuti riciclati e totale dei rifiuti generati negli uffici	%	43	49	●
Ambiente	Cellulari, batterie e accessori raccolti e inviati al riciclo	Tonnellate	11	19	●
Ambiente	Qualifica SAR Brasile ⁽³⁾	%	25	25	●
Fornitori	Percentuale dei principali fornitori valutati con criteri di sostenibilità	%	30	90	●

Status target: ● raggiunto
● non raggiunto

- Il dato è calcolato su scala da 1 a 10.
- Il questionario "Foto di Gruppo" non è stato effettuato nel 2009. La rilevazione avverrà nei primi mesi del 2010 e i risultati saranno consuntivati nel relativo Bilancio di sostenibilità.
- Si tratta della percentuale di cellulari assoggettati a qualifica SAR (Specific Absorption Rate). La percentuale è calcolata sui modelli di terminali cellulari di tipo più diffuso e tecnologicamente innovativi.

OBIETTIVI 2010

Si riportano di seguito gli obiettivi di sostenibilità definiti dal Gruppo per il 2010.

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

TELECOM ITALIA S.P.A.				
AREA DI RIFERIMENTO	INDICATORE	UNITÀ DI MISURA	CHIUSURA 2009	TARGET 2010
Comunità	Fondazione Telecom Italia – Impegno finanziario previsto rispetto all'EBITDA di Gruppo	%	0,05	0,05
Risorse Umane – Formazione	Formazione in tema di Salute, Sicurezza e Ambiente ⁽¹⁾	Ore di formazione	94.437	95.000
Risorse Umane – Formazione	Formazione – società italiane ⁽²⁾	Ore di formazione procapite ⁽³⁾	30,7	33
Risorse Umane – Formazione	Formazione – società italiane coverage (n. di persone che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sul totale popolazione)	%	80,1	80
Risorse Umane – Infortuni	Infortuni verificati per 100 lavoratori	Numero	1,97	<1,97
Risorse Umane – Infortuni	Riduzione dell'indice di gravità ⁽⁴⁾	Numero	0,42	<0,42
Ambiente – Energia	Indicatore di eco-efficienza ⁽⁵⁾	Bit/Joule	1.317	1.410
Ambiente – Energia	Autoproduzione di energia elettrica da fonti rinnovabili	KWh	200.000	500.000
Ambiente – Energia	Totale energia elettrica acquistata o prodotta	GWh	2.136	2.136
Ambiente – Energia	Numero di impianti a fuel cell in sostituzione di batterie al piombo ⁽⁶⁾	Numero	100	80
Ambiente – Emissioni atmosferiche	Riduzione della quantità di gas ozonolesivi utilizzata negli impianti di condizionamento e gruppi frigo	kg	8.151	5.970
Ambiente – Emissioni atmosferiche	Riduzione delle emissioni di CO ₂ derivante dalla sostituzione di auto Euro3 con auto Euro4 ⁽⁷⁾	Tonnellate	2.169	1.660
Ambiente – Carta	Carta certificata FSC acquistata per uso ufficio ⁽⁸⁾	%	100	100
Ambiente – Carta	Carta utilizzata inviata al riciclo	Tonnellate	21.263	20.000
Ambiente – Emissioni elettromagnetiche	Qualifica SAR ⁽⁹⁾	%	100	100
Digital Inclusion	Copertura ADSL ⁽¹⁰⁾	%	96,5	97,2
Digital Inclusion	Copertura IPTV ⁽¹⁰⁾	%	57,6	59,3
Digital Inclusion	Copertura UMTS e HSDPA ⁽¹¹⁾	%	83,3	84,3

- Formazione erogata direttamente da SPPA (Servizi di Prevenzione, Protezione e Ambiente).
- Il dato comprende tutte le Società del Gruppo in Italia.
- Il dato comprende la formazione in aula, online e on the job.
- L'indice di gravità rappresenta i giorni convenzionali perduti nell'anno ogni mille ore lavorate.
- Per ulteriori informazioni sull'indicatore di eco-efficienza si rinvia ad Ambiente/Energia.
- L'introduzione degli ulteriori 80 impianti, previsti come obiettivo 2010, consente di evitare l'utilizzo (e il successivo smaltimento) di 240 tonnellate di piombo. Una valutazione sul totale ciclo di vita evidenzia un beneficio di CO₂ non emessa pari a circa 100 tonnellate rispetto alle batterie tradizionali.

- Dalle auto Euro4 si ottiene una riduzione del 30% circa della CO₂ emessa rispetto alle auto Euro3. L'obiettivo è stato calcolato considerando le emissioni dei modelli di auto effettivamente sostituite.
- Misurata rispetto al totale della carta acquistata per uso ufficio. FSC = Forest Stewardship Council.
- Si tratta della percentuale di cellulari assoggettati a qualifica SAR (Specific Absorption Rate). La percentuale è calcolata sui modelli di terminali cellulari di tipo più diffuso e tecnologicamente innovativi.
- La percentuale si riferisce alle linee telefoniche fisse.
- La percentuale si riferisce alla popolazione residente.

TELECOM ITALIA S.P.A. – CLIENTI

AREA DI RIFERIMENTO	INDICATORE⁽¹⁾	UNITÀ DI MISURA	TARGET 2010
Clienti – Mobile	Tempo di attivazione del servizio voce – Servizio pre-pagato – Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo contrattualmente previsto	%	97
Clienti – Mobile	Tempo di attivazione del servizio voce – Servizio post-pagato – Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo contrattualmente previsto	%	97
Clienti – Mobile	Servizi di assistenza ai clienti – Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti	Secondi	40
Clienti – Mobile	Reclami sugli addebiti – Rapporto tra il numero di reclami su addebiti in fattura ricevuti nel periodo di rilevazione e il numero delle fatture emesse nello stesso periodo (servizio post-pagato)	%	1,6
Clienti – Mobile	Reclami sugli addebiti – Rapporto tra il numero dei reclami riguardanti addebiti su carte pre-pagate ricevuti nel periodo di rilevazione e il numero medio di SIM/USIM attive nello stesso periodo (servizio pre-pagato)	%	1,3
Clienti – Internet	Tempo di attivazione dei servizi di accesso a banda larga – Percentuale degli ordini validi completati entro la data concordata con il cliente (linee telefoniche attive)	%	92
Clienti – Internet	Tempo di attivazione dei servizi di accesso a banda larga – Tempo medio di fornitura (linee telefoniche attive)	Giorni	10
Clienti – Internet	Malfunzionamenti servizi di accesso a Internet a banda larga – Tempo medio di riparazione	Ore	32
Clienti – Internet	Servizi di assistenza ai clienti – Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti	Secondi	78
Clienti – Internet	Addebiti contestati – Rapporto tra il numero dei reclami su addebiti in fattura relativi a tutti i servizi di accesso a Internet (ricevuti nel periodo di rilevazione) e il numero totale di fatture emesse nello stesso periodo	%	1,4
Clienti – IPTV	Tempo di attivazione del servizio IPTV – Percentuale degli ordini validi completati entro la data concordata con il cliente	%	78
Clienti – IPTV	Tempi di risposta assistenza clienti – Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti	Secondi	80
Clienti – IPTV	Fatture contestate – Rapporto tra il numero dei reclami su addebiti in fattura relativi al servizio IPTV (ricevuti nel periodo di rilevazione) e il numero di fatture contenenti addebiti relativi allo stesso servizio (emesse nello stesso periodo di rilevazione)	%	1,4
Clienti – IPTV	Disponibilità del servizio IPTV – Indisponibilità media del servizio	Ore/Anno	40

1. L'elenco completo degli obiettivi di qualità che Telecom Italia si è prefissata per il 2010 è disponibile sul sito Internet del Gruppo sul quale saranno pubblicati anche i relativi consuntivi per il 2009.

TIM BRASIL				
AREA DI RIFERIMENTO	INDICATORE	UNITÀ DI MISURA	CHIUSURA 2009	TARGET 2010
Risorse Umane	Azioni di volontariato (percentuale dei dipendenti propri che beneficiano di almeno un giorno di permesso retribuito per partecipare ad attività di volontariato)	%	– ⁽¹⁾	1
Risorse Umane	Formazione (n. di ore totali: in classe + online + sul lavoro) erogata a dipendenti propri, terziarizzati e stagisti	Ore di formazione	456.606	715.000
Risorse Umane	Formazione – coverage (percentuale di dipendenti propri che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sul totale popolazione)	%	98	97
Risorse Umane	Formazione – sostenibilità (percentuale di dipendenti propri, terziarizzati e stagisti che hanno preso parte ad almeno un intervento formativo su temi di sostenibilità sul totale della popolazione)	%	– ⁽²⁾	20
Ambiente	Rapporto tra rifiuti riciclati e totale dei rifiuti generati negli uffici	%	49	51
Ambiente	Riduzione dei consumi di energia elettrica negli uffici	GWh	– ⁽³⁾	1
Ambiente	Riduzione dei consumi di acqua negli uffici	m ³	– ⁽⁴⁾	2.400
Ambiente	Cellulari, batterie e accessori raccolti e inviati al riciclo	Tonnellate	19	12
Ambiente	Qualifica SAR Brasile ⁽⁵⁾	%	25	25
Fornitori	Numero di fornitori valutati con criteri di sostenibilità ⁽⁶⁾	Numero	29	70

1. Nel 2009 non era previsto il riconoscimento di giornate retribuite ai dipendenti per azioni di volontariato.

2. Nel 2009 l'obiettivo "Formazione – sostenibilità" riguardava unicamente i manager.

3. Nel 2009 non era previsto un obiettivo di riduzione dei consumi di energia elettrica. Il target di riduzione per il 2010 di 1 GWh discende dalla differenza tra il consumo del 2009, pari a circa 73 GWh, e quello atteso per il 2010, pari a circa 72 GWh.

4. Nel 2009 non era previsto un obiettivo di riduzione dei consumi di acqua. Il target di riduzione per il 2010 di 2.400 m³ discende dalla differenza tra il consumo del 2009, pari a 173.000 m³, e quello atteso per il 2010, pari a 170.600 m³.

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

6. Nel 2010 proseguirà la valutazione con criteri di sostenibilità dei fornitori principali che sarà estesa anche ad altri fornitori.

LA FUNZIONE GROUP SUSTAINABILITY

Mission e struttura

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

- promuove a livello di Gruppo i progetti e le iniziative con impatti ambientali e sociali, collaborando con le funzioni aziendali che ne hanno la responsabilità operativa;
- contribuisce alla diffusione di un corretto approccio alla sostenibilità all'interno dell'Azienda in un'ottica di miglioramento continuo;
- assicura il reporting verso l'esterno delle attività

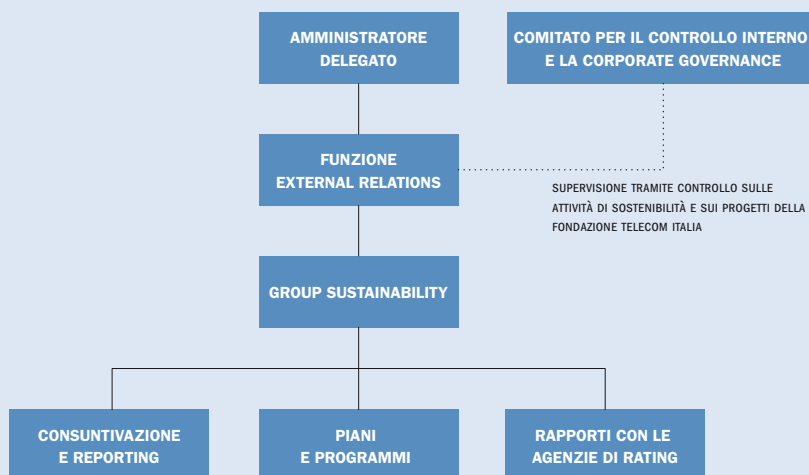
di sostenibilità svolte;

- gestisce i rapporti con le agenzie di rating specializzate;
- rappresenta il Gruppo nei tavoli di lavoro nazionali e internazionali attivi sul tema.

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

Si riporta di seguito lo schema della struttura organizzativa:

STRUTTURA ORGANIZZATIVA DELLA FUNZIONE GROUP SUSTAINABILITY



Referenti e Data Owner nominati per ciascuna Funzione e Società del Gruppo, responsabili della raccolta dei dati e delle informazioni per il Bilancio e per i questionari delle agenzie di rating.

Le linee guida

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

- inserimento di una sintesi dei dati sulla sostenibilità nel Bilancio consolidato, a conferma della volontà del Gruppo di presentare la propria performance finanziaria congiuntamente con quella non-finanziaria;
- valutazione dell'impatto in termini di sostenibilità dei progetti di business presentati all'approvazione del Comitato Investimenti di Gruppo tramite la compilazione della Scheda investimenti da parte del project manager proponente (cfr. § Reporting e Pianificazione);
- collaborazione con gli stakeholder rilevanti attraverso progetti e iniziative a vario livello (cfr. § Stakeholder Involvement);
- definizione di obiettivi quantitativi in linea con i temi di maggiore rilievo per la sostenibilità (cfr. § Obiettivi 2010);
- integrazione tra sostenibilità e innovazione: una specifica sezione è dedicata ai temi della responsabilità d'impresa all'interno del piano tecnologico, documento con cui l'Azienda definisce la propria strategia in termini di mantenimento ed evoluzione della rete trasmissiva;
- conferma degli impegni internazionali in materia di sostenibilità, tra cui l'adesione al Global Compact;
- contributo a progetti e iniziative su base nazionale e internazionale sviluppati anche nell'ambito delle organizzazioni di settore (cfr. § Concorrenti/La relazione con gli stakeholder e § Ambiente/Performance ambientale);
- adesione ai principali standard internazionali in materia di sostenibilità (cfr. § Riferimenti e Governance e § Reporting e Pianificazione);
- miglioramento continuo della propria performance, anche attraverso il benchmarking con i peer;
- comunicazione dettagliata agli stakeholder delle attività realizzate.

STAKEHOLDER INVOLVEMENT

Il coinvolgimento degli stakeholder nei processi aziendali avviene per mezzo di una serie di iniziative, classificate secondo le linee guida raccomandate da AccountAbility 1000 (cfr. § Reporting e Pianificazione).

STRUMENTI

	INFORMAZIONE	CONSULTAZIONE	DIALOGO	PARTNERSHIP
CLIENTI	Comunicazione ai clienti di offerte e condizioni attraverso varie modalità (Clienti/Comunicazione verso i clienti)	La soddisfazione dei clienti viene rilevata sistematicamente (Clienti/Customer satisfaction)	Collaborazione con le associazioni dei consumatori (Clienti/Rapporti con le associazioni dei consumatori e conciliazione)	Partecipazione a gruppi di lavoro nazionali e internazionali, in partnership con agenzie ONU, associazioni non governative e di settore sul tema della tutela dei minori da possibili abusi compiuti attraverso Internet (Clienti/Protezione dei minori)
	Informazione sulle regole per un utilizzo sicuro di Internet e per il contrasto degli abusi informatici (Clienti/Protezione dei minori)	☒	Utilizzo di strumenti web basati sui social network per dialogare con gli operatori dei call center (Clienti/Il coinvolgimento degli operatori dei call center)	Progetti in partnership con altre aziende per la sperimentazione e la realizzazione di servizi di assistenza e innovativi (Clienti/Digital Divide – Clienti/ Servizi innovativi)
FORNITORI	Seminario sulla Green Economy (Fornitori/Principali iniziative di coinvolgimento)	Terzo sondaggio di soddisfazione sulla Direzione Purchasing e più in generale su TI da parte dei principali fornitori del Gruppo (Fornitori/Principali iniziative di coinvolgimento)	Aggiornamento della check list sui fornitori per la valutazione della CSR (Fornitori/Principali iniziative di coinvolgimento)	E-community dei principali fornitori tramite il sito "TelecHome" raggiungibile dal Portale Fornitori. (Fornitori/Principali iniziative di coinvolgimento)
CONCORRENTI	☒	Ricerche quali-quantitative periodiche per analizzare la forza delle marche Telecom Italia e TIM, l'immagine dei gestori di servizi di Tlc e di telefonia mobile, la notorietà dei gestori (Concorrenti/Posizionamento competitivo)	Dialogo con gli OLO su temi commerciali e relativi all'attuazione degli Impegni (Concorrenti/Servizi agli OLO – Concorrenti/Impegni relativi alla rete di accesso)	☒
			Dialogo costante con le Authority (Concorrenti/AGCOM e AGCM)	
			Il Gruppo aderisce a numerose federazioni/associazioni territoriali e di categoria e organizzazioni a livello nazionale e internazionale (Concorrenti/Relazione con gli stakeholder)	
ISTITUZIONI	☒	Partecipazione ai workshop organizzati dalla DG Enterprise and Industry della Commissione Europea sul tema della comunicazione e del reporting di sostenibilità (Introduzione/Altri riconoscimenti)	Gestione del processo di abuse management da parte di un referente interno con la Polizia Postale (NNCPO, Centro Nazionale per il Contrasto della Pedopornografia, CNAIPIC, ecc.) e le Autorità competenti (Clienti/Protezione dei minori)	Telecom Italia partecipa al gruppo di lavoro sui diritti umani del Global Compact e supporta il Network italiano (Istituzioni/La relazione con gli stakeholder)
	☒	☒	Dialogo con Istituzioni nazionali e sovranazionali sui temi di business rilevanti per il Gruppo (Istituzioni/La relazione con gli stakeholder)	Numerose le iniziative nei confronti della Comunità realizzate in partnership con le Istituzioni (Comunità/Risposte agli stakeholder)
	☒	☒	"Digital Divide Day", workshop organizzato all'interno di TI con la partecipazione della Regione Marche e Provincia Autonoma di Trento (Clienti/Digital Divide)	Convenzione con la Polizia di Stato per migliorare la prevenzione e la repressione dei crimini a danno dei sistemi informativi critici della società (Clienti/Ricerca e innovazione nella e-security)
				Collaborazione con la Polizia Postale per la repressione degli abusi compiuti tramite le reti trasmissive del Gruppo (Clienti/Protezione dei minori)
	☒	☒	☒	

STRUMENTI

INFORMAZIONE

CONSULTAZIONE

DIALOGO

PARTNERSHIP

AMBIENTE

“Carbon Meter” disponibile su AVoiComunicare (Ambiente/Informazione)

Collaborazione con gli altri operatori di tlc europei sui temi di rilevanza ambientale nell’ambito delle associazioni di settore, tra cui GeSI ed ETNO (Ambiente/Cambiamento climatico)

Accordi di co-siting con gli altri operatori di Tlc italiani (Ambiente/Energia)

Le televisioni del Gruppo dedicano ampio spazio ai temi ambientali (Comunità/I media tradizionali)

Contributo ai GDL promossi dall’UE e dall’ETNO per la definizione di Codici di Condotta sugli apparati broadband e i data center (Ambiente/Energia)

Comunicazione interna sui temi sociali e ambientali (Ambiente/Formazione e Comunicazione interna – Risorse Umane – Comunicazione interna)

Il progetto di comunicazione integrata AVoiComunicare stimola la discussione sui temi ambientali (Comunità/I social media e la digital communication)

Le televisioni del Gruppo dedicano ampio spazio ai temi sociali (Comunità/I media tradizionali)

Working Capital si propone di sostenere l’innovazione italiana e le iniziative imprenditoriali nell’ambito del Web 2.0 (Comunità/I social media e la digital communication)

Numerosi sono i progetti realizzati in partnership con organizzazioni non governative e della società civile (Comunità/Risposte agli stakeholder)

COMUNITÀ

Il sito Internet di Gruppo dedica ampio spazio ai temi sociali (Comunità/I media tradizionali)

Il progetto di comunicazione integrata AVoiComunicare stimola la discussione sui temi sociali (Comunità/I social media e la digital communication)

Venice Sessions è una piattaforma di dialogo che coinvolge gli stakeholder dell’innovazione su scala nazionale e mondiale (Comunità/I social media e la digital communication)

STAKEHOLDER

Attività di comunicazione interna (Risorse Umane/Comunicazione interna)

Progetto “Il Faro” (Risorse Umane/Progetti e attività di ascolto)

Caselle mail, Intranet, blog, community virtuali, analisi di clima (Risorse Umane/Comunicazione interna)

Corsi in materia di salute e sicurezza (Risorse Umane/Tutela della salute e della sicurezza)

Progetto “Archimede” (Risorse Umane/Progetti e attività di ascolto)

Attivati alcuni focus group sui temi della disabilità e della diversità di genere (Risorse Umane/People Caring)

Progetto “Benessere nei call center” (Risorse Umane/Tutela della salute e della sicurezza)

Il Club degli azionisti “TI Alw@ys ON” (www.telecomitaliaclub.it) fornisce importanti informazioni agli investitori individuali e al pubblico in generale (Azionisti/Comunicazione finanziaria)

Incontri diretti e conversazioni telefoniche che avvengono con frequenza quotidiana (Azionisti/Comunicazione finanziaria)

Conference call trimestrali, incontri presso le sedi istituzionali del Gruppo (reverse road show), partecipazioni a conferenze di settore per un totale di circa 300 investitori incontrati (Azionisti/Comunicazione finanziaria)

AZIONISTI

La Guida dell’Azionista Individuale è un documento di approfondimento sul Gruppo reperibile sul sito web (Azionisti/Comunicazione finanziaria)

Road show all’estero, tra cui anche uno specificamente dedicato ai temi di sostenibilità (Azionisti/Comunicazione finanziaria)

Comunicazione finanziaria online (Azionisti/Comunicazione finanziaria)

VALORE ECONOMICO PRODOTTO E DISTRIBUITO

L'impresa deve essere orientata al perseguimento di risultati economici senza perdere di vista il contesto ambientale e sociale in cui opera.

Secondo l'approccio triple bottom line⁽²⁾, l'attenzione alle variabili ambientali e sociali non può prescindere dall'attenzione alla performance economico-finanziaria di un'azienda che ne garantisce l'equilibrio e la stessa sopravvivenza nel medio e lungo periodo.

Si riportano di seguito alcuni tra i principali dati economici, patrimoniali e finanziari del Gruppo Telecom Italia, nonché il valore economico prodotto e distribuito agli stakeholder⁽³⁾. Nelle tabelle i dati relativi all'esercizio precedente, sottoposti a restatement così come indicato nella nota 3 del Bilancio Consolidato, sono stati rielaborati per renderli confrontabili.

Dal 2008 è stata adottata la modalità di presentazione raccomandata dal Global Reporting Initiative (GRI), con opportuni adattamenti.

26

INTRODUZIONE

valore economico
prodotto e distribuito

GRUPPO TELECOM ITALIA – PRINCIPALI DATI ECONOMICI, PATRIMONIALI E FINANZIARI CONSOLIDATI (MILIONI DI EURO)

	2009	2008
Ricavi	27.163	29.000
EBITDA	11.115	11.090
EBIT	5.493	5.437
Utile netto dell'esercizio	1.596	2.178
Totale Patrimonio Netto	27.120	26.328
· quota di pertinenza degli Azionisti della Capogruppo	25.952	25.598
· quota di pertinenza di Azionisti Terzi	1.168	730
Indebitamento finanziario netto	34.747	34.039
Investimenti:		
· industriali	4.543	5.040
· finanziari	6	6
Personale a fine esercizio	71.384	75.320

GRUPPO TELECOM ITALIA – VALORE ECONOMICO PRODOTTO E DISTRIBUITO (MILIONI DI EURO)

	2009	2008
Valore economico prodotto direttamente:		
a) Ricavi e proventi diversi	27.445	29.336
b) Interessi attivi e dividendi incassati	104	345
c) Plusvalenze (minusvalenze) da realizzo di attività non correnti	(59)	35
d) Valore economico prodotto direttamente (a+b+c)	27.490	29.716
Valore economico distribuito:		
e) Costi operativi	12.200	13.713
f) Costi del personale	3.734	4.114
g) Azionisti e finanziatori	3.183	3.999
h) Imposte e tasse	1.548	2.138
i) Valore economico distribuito (e+f+g+h)	20.665	23.964
Valore economico non distribuito (d-i)	6.825	5.752

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

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

COSTI OPERATIVI		
	2009	2008
Acquisti materiali e servizi esterni	11.480	13.120
Altri costi operativi ⁽¹⁾	1.220	1.212
Variazione delle rimanenze	15	(113)
Attività realizzate internamente	(515)	(506)
Costi operativi	12.200	13.713

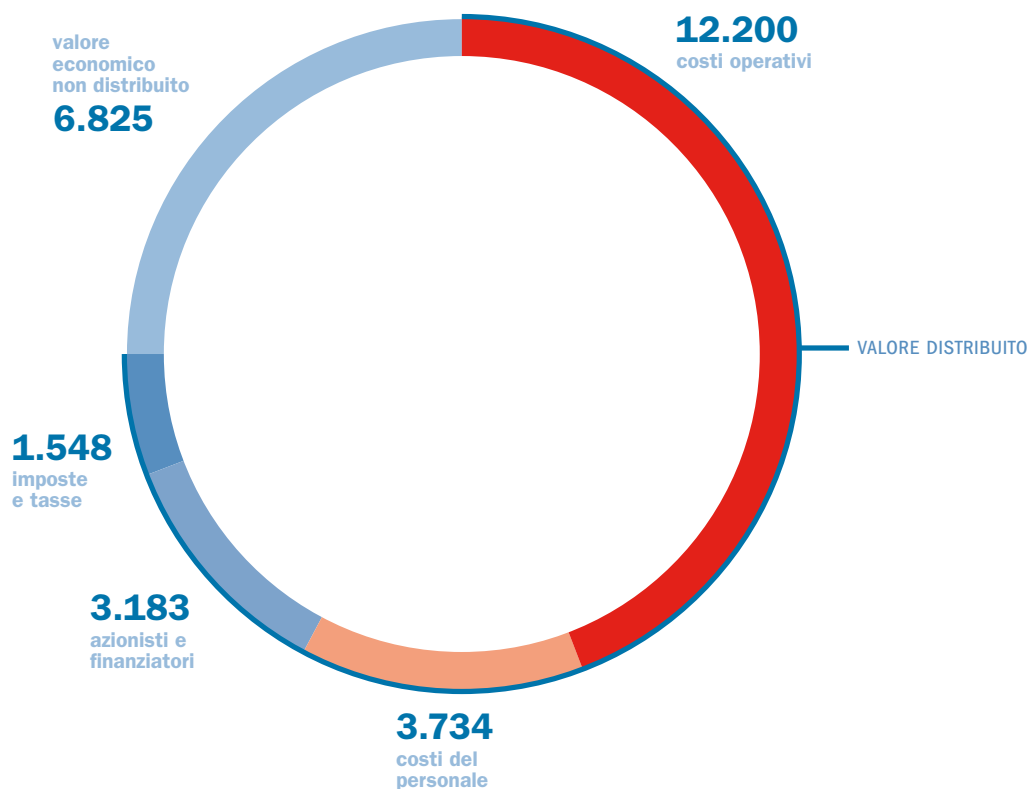
COSTI DEL PERSONALE		
	2009	2008
Salari e stipendi	2.570	2.597
Oneri sociali	942	944
Accantonamenti trattamento di fine rapporto e di quiescenza	54	71
Altri oneri	168	502
Costi del personale	3.734	4.114

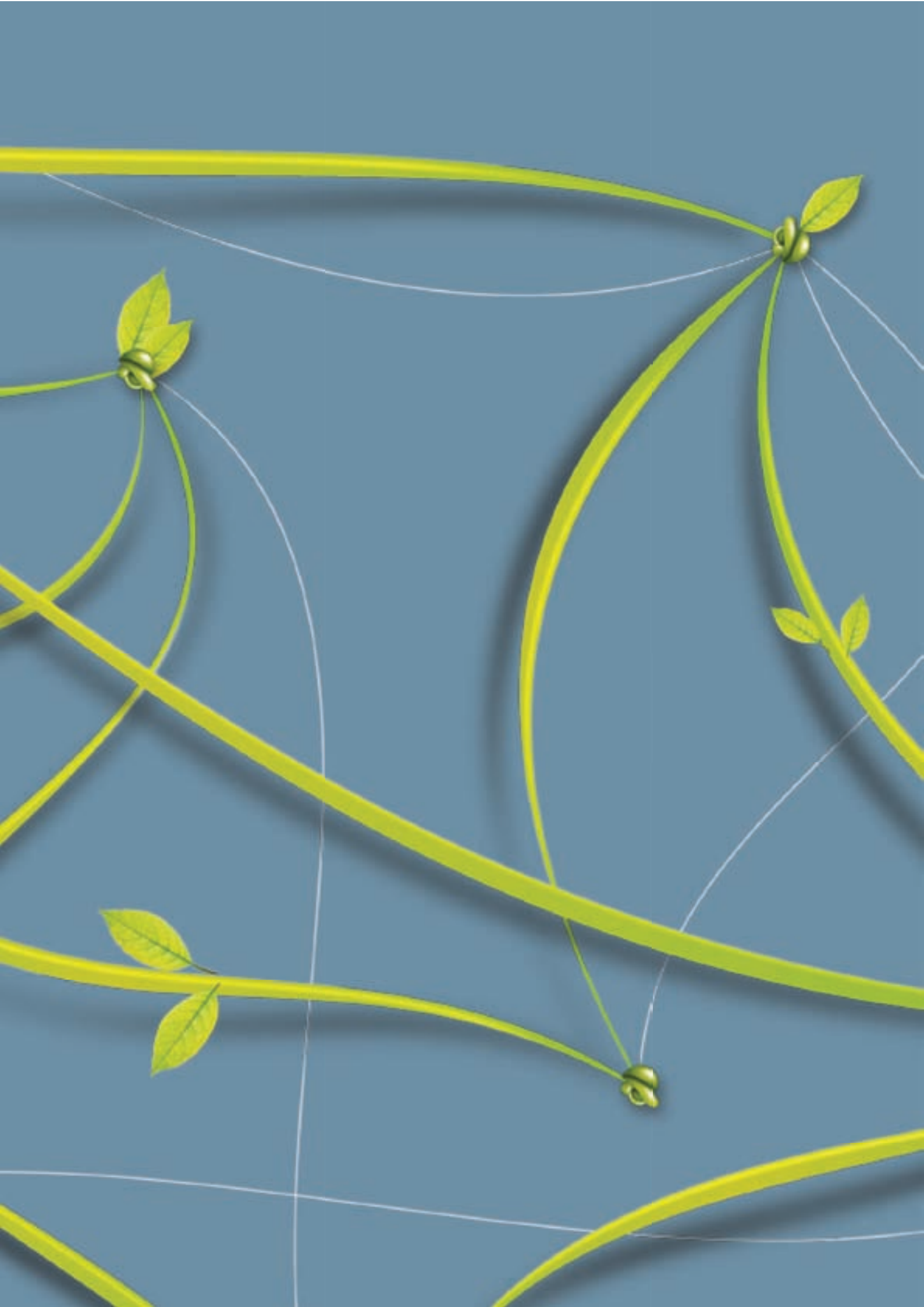
AZIONISTI E FINANZIATORI		
	2009	2008
Dividendi distribuiti	1.053	1.667
Interessi passivi	2.130	2.332
Azionisti e finanziatori	3.183	3.999

IMPOSTE E TASSE		
	2009	2008
Imposte dirette	1.152	1.719
Imposte indirette e tasse	396	419
Imposte e tasse	1.548	2.138
di cui relative ad attività italiane	1.232	1.781
di cui relative ad attività estere	316	357

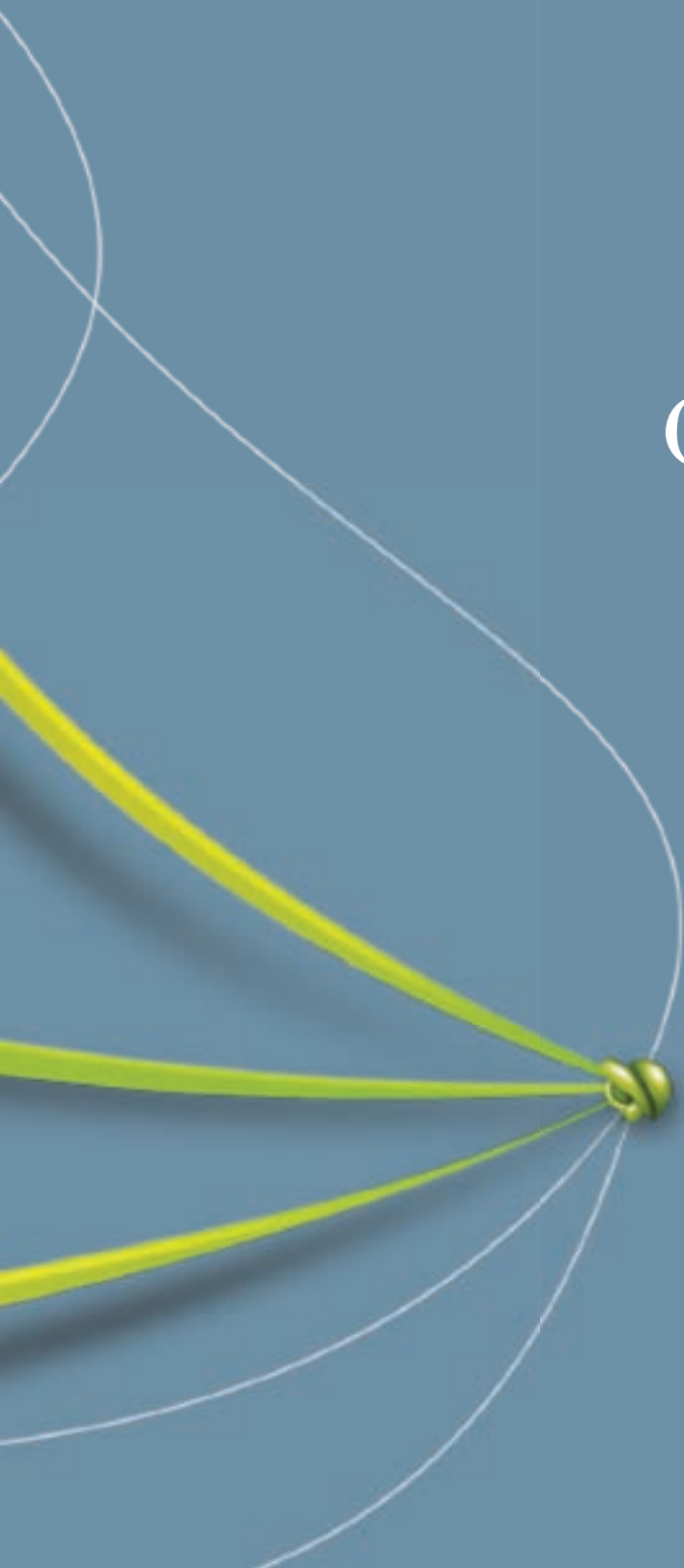
(1) Comprende principalmente svalutazioni e oneri connessi alla gestione dei crediti non finanziari per 565 milioni di euro (687 milioni di euro nel 2008), accantonamenti per rischi per 164 milioni di euro (70 milioni di euro nel 2008) e contributi e canoni per l'esercizio di attività di Tic per 318 milioni di euro (315 milioni di euro nel 2008), al netto di "Altre imposte e tasse" per 396 milioni di euro (419 milioni di euro nel 2008) incluse nella voce "Imposte e tasse".

VALORE ECONOMICO PRODOTTO E DISTRIBUITO NEL 2009 (MILIONI DI EURO)





Gli Stakeholder esterni



Il cliente al centro.

CLIENTI

30 GLI STAKEHOLDER ESTERNI

clienti

STRATEGIA

Le società del Gruppo Telecom Italia fondano l'eccellenza dei prodotti e dei servizi offerti sull'attenzione alla clientela e la disponibilità a soddisfarne le richieste. L'obiettivo perseguito è di garantire una risposta immediata e competente alle esigenze della clientela, uniformando i propri comportamenti a correttezza negoziale, trasparenza nei rapporti e impegni contrattuali, cortesia e collaborazione, nella logica della centralità del cliente e nel pieno rispetto dei principi di disciplina imposti dalle procedure aziendali. In tale contesto è altresì valorizzata l'attività di collaborazione con le associazioni dei consumatori anche attraverso la stipula di accordi specifici in materia.

STAKEHOLDER

Gli stakeholder rilevanti sono:

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

CENTRALITÀ DEL CLIENTE

Per migliorare il livello di attenzione nei confronti dei clienti all'interno dell'Azienda e raggiungere livelli elevati di customer satisfaction Telecom Italia ha

assunto una serie di impegni formali riassunti nella Customer Promise (Promessa al Cliente) pubblicata sulla Intranet di Gruppo.

La Promessa al Cliente, elaborata a partire dall'ascolto degli stakeholder rilevanti (clienti, dipendenti, Istituzioni), si articola in:

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

Per aumentare il livello di conoscenza della Customer Promise e rendere concreta la sua applicazione all'interno della struttura è stato avviato il programma "Esprimere Qualità". La prima fase del programma ha coinvolto 2.140 responsabili di aree/unità territoriali e di gruppi di contatto con i clienti, in 71 edizioni per un totale di circa 940 ore d'aula. Il dibattito, incentrato sulla Customer Promise, ha riguardato i comportamenti operativi e le azioni concrete che possono facilitarne l'applicazione nei confronti dei clienti. "Esprimere Qualità" prosegue con

il coinvolgimento di tutto il management aziendale attraverso tavoli interfunzionali di discussione, con la partecipazione di ospiti d'eccezione.

Per governare i principali progetti di miglioramento della qualità del servizio è stato istituito uno specifico comitato, lo Steering Committee Quality Governance (SCQG) che si riunisce con periodicità mensile, presieduto dall'Amministratore Delegato, e ha lo scopo di:

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

COMUNICAZIONE VERSO I CLIENTI

La comunicazione generalizzata delle manovre tariffarie, delle nuove offerte, dei nuovi prodotti e servizi verso la clientela è articolata secondo le modalità di seguito indicate.

Secondo il Codice delle Comunicazioni Elettroniche (art. 70, comma 4), qualsiasi modifica delle condizioni di offerta di Telecom Italia deve essere comunicata ai clienti 30 giorni prima della data di validità dell'iniziativa commerciale.

Questa comunicazione o "notizia" è pubblicata nell'apposita sezione dedicata alle informazioni utili per i consumatori dei siti www.187.it, www.191.it e www.tim.it. Nei casi di manovre tariffarie o di iniziative a seguito di specifici riferimenti normativi (per esempio nuovi servizi di disabilitazione delle chiamate verso determinate numerazioni), l'informazione è pubblicata in un apposito riquadro ("In linea con Te" per gli interventi relativi ai servizi di rete fissa e "Telecom Italia per te" per quelli relativi ai servizi mobili) sui principali quotidiani nazionali e, se i tempi lo consentono, è inserito un messaggio nella

sezione "Telecom News" del Conto Telecom Italia o in allegato al rendiconto mobile per i clienti abbonati o via SMS per i clienti mobili con servizio prepagato.

Per completezza d'informazione, di norma, gli schemi tariffari, i prodotti e i servizi hanno una o più pagine appositamente dedicate sui siti, nelle quali sono riportati:

- la descrizione del servizio/prodotto/offerta;
- i prezzi;
- le caratteristiche di funzionamento;
- le condizioni contrattuali.

In base all'importanza commerciale del servizio/prodotto/offerta la Società può decidere di comunicare in modo più strutturato e ampio, implementando un'apposita campagna su diversi canali come TV, stampa, radio, Internet e realizzando specifici materiali per i punti vendita.

CUSTOMER SATISFACTION

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

Le rilevazioni della customer satisfaction sono di due tipi:

- **la rilevazione "a freddo"** è basata sulla percezione complessiva maturata dal cliente e non è collegata a un evento specifico, consentendo di analizzare le relazioni causa-effetto che determinano la soddisfazione del cliente. Sulla base di interviste telefoniche, effettuate da istituti accreditati attraverso un questionario strutturato, viene calcolato il CSI (Customer Satisfaction Index). Il sistema di rilevazione è in linea con quello utilizzato per la costruzione dell'ACSI (American Customer Satisfaction Index) e consente di disporre di un indicatore comparabile a livello intersettoriale e internazionale, stabile e dotato di capacità predittive. L'indicatore for-

nisce importanti indicazioni sulle leve da utilizzare per migliorare la Customer Satisfaction. La rilevazione “a freddo” riguarda tutti i segmenti di clientela, consumer e business;

- **la rilevazione “a caldo”** viene effettuata in un momento immediatamente successivo a un evento specifico (per esempio un contatto con il call center) che è oggetto di indagine. Agli intervistati viene chiesto, in base al ricordo ancora “caldo” della chiamata, di valutare sia il servizio ricevuto nel suo complesso (overall satisfaction) sia alcuni singoli aspetti (per esempio tempi di attesa per parlare con l'operatore, cortesia e competenza).

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

SEGMENTO CLIENTELA	2009	2008
Consumer	69,86	68,33
Business	63,42	60,63
Top Clients	70,30	70,74
Totale	68,60	67,19

I dati della tabella successiva si riferiscono al valore medio ponderato progressivo 2009 rilevato nei monitoraggi “a freddo” di altri indicatori per Telecom Italia S.p.A. I dati della tabella riportata alla pagina seguente si riferiscono al valore medio ponderato progressivo 2009 rilevato nei monitoraggi “a caldo” per Telecom Italia S.p.A.

La customer satisfaction nel sistema d'incentivazione manageriale

Il sistema di incentivazione manageriale a breve termine di Telecom Italia prevede, tra gli obiettivi di tutte le risorse incentivate, anche quelli legati alla soddisfazione del cliente, in coerenza con il Piano Industriale di periodo. Gli obiettivi sono misurati per mezzo degli indici di customer satisfaction monitorati attraverso rilevazioni periodiche “a freddo” (tra cui il CSI). In aggiunta esistono ulteriori obiettivi su parametri di qualità misurati “a caldo” per le strutture di front end (caring, tecnologiche, ecc.).

La customer satisfaction nei sistemi di incentivazione collettiva

Anche i sistemi di incentivazione collettiva di Telecom Italia contemplano un obiettivo legato alla soddisfazione del cliente. In particolare il premio di risultato destinato a tutte le risorse di Telecom Italia senza un sistema di incentivazione individuale, prevede al suo interno sia un obiettivo di customer satisfaction totale, trasversale a tutta l'Azienda, sia degli obiettivi specifici per parte delle strutture organizzative che presidiano la soddisfazione della clientela.

Il coinvolgimento degli operatori dei call center

Per valorizzare e supportare le persone che lavorano nel customer care il Gruppo utilizza alcuni strumenti web basati sul concetto del “social networking”. Questi rappresentano un valido aiuto sia per la rapida diffusione e condivisione di conoscenze tra gli addetti ai lavori, sia per far arrivare all'interno dell'Azienda la voce del cliente.

TELEFONIA FISSA

SEGMENTO CLIENTELA	SODDISFAZIONE FUNZIONAMENTO LINEE ^(*)		SODDISFAZIONE FATTURAZIONE ^(*)	
	2009	2008	2009	2008
Consumer	8,18	7,98	7,27 ⁽¹⁾	7,14 ⁽¹⁾
Business	7,80	7,59	6,73	6,56

(*) Soddisfazione media su scala 1-10 dove 1 corrisponde a “per niente soddisfatto” e 10 corrisponde a “completamente soddisfatto”.

(1) Per il segmento fisso consumer, nel 2009 l'item di soddisfazione “Facilità di lettura della fattura” sostituisce quello utilizzato nel 2008 “Chiarezza e correttezza delle info in bolletta”, quindi i risultati non sono confrontabili.

(2) Per il segmento mobile consumer, nel 2009 l'item di soddisfa-

TELEFONIA MOBILE

SEGMENTO CLIENTELA	SODDISFAZIONE COPERTURA RETE ^(*)		SODDISFAZIONE FATTURAZIONE ^(*)	
	2009	2008	2009	2008
Consumer	8,36	8,34	7,79 ⁽²⁾	7,60 ⁽²⁾
Business	8,15	8,10	6,83 ⁽³⁾	6,97 ⁽³⁾

ne “Facilità di lettura della fattura” sostituisce quello utilizzato nel 2008 “Chiarezza e correttezza degli addebiti e accrediti/bonus sulla bolletta”, quindi i risultati non sono confrontabili.

(3) Per il segmento mobile business, nel 2009 l'item di soddisfazione “Facilità di lettura della fattura” sostituisce quello utilizzato nel 2008 “Chiarezza della fatturazione”, quindi i risultati non sono confrontabili.

LA SODDISFAZIONE DELLA CLIENTELA PER IL CUSTOMER CARE

SEGMENTO CLIENTELA	SODDISFAZIONE COMPLESSIVA ^(*)		CORTESIA E GENTILEZZA ^{(*)(**)}		CAPACITÀ DI CAPIRE E SODDISFARE LE ESIGENZE E RICHIESTE ^{(*)(**)}	
	2009	2008	2009	2008	2009	2008
TELEFONIA FISSA						
Consumer ⁽¹⁾	7,19	6,63	8,47	8,34	8,01	7,67
Business ⁽²⁾	6,39	6,07	8,14	8,13	7,47	7,23
TELEFONIA MOBILE						
Consumer ⁽³⁾	7,81	7,50	8,81	8,74	8,46	8,16
Business ⁽⁴⁾	6,67	6,49	8,27	8,31	7,49	7,32

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

(**) Da gennaio 2009 nel questionario di rilevazione l'item operatore "Cortesia e gentilezza" ha sostituito la "Cortesia" e l'item operatore "Capacità di capire e soddisfare le esigenze richieste" ha sostituito la "Competenza tecnica operatore".

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

(2) Assistenza fornita dal Servizio 191 (commerciale) per informazioni, richieste commerciali e amministrative, solleciti e reclami (escluse chiamate per guasti).

(3) Assistenza fornita dal Servizio 119 per informazioni, variazioni e reclami.

(4) Assistenza fornita dal Numero Verde business per informazioni, variazioni e reclami.

Campus è un social network formativo per gli operatori che rispondono alle chiamate del 119 (clienti residenziali) e del Numero Verde (clientela business). Il progetto si caratterizza per la forte personalizzazione che il sistema consente a ogni partecipante. Ciascun operatore possiede un proprio profilo, con contenuti aziendali e personali, raggiungibile da ogni altro contenuto prodotto nella stessa piattaforma (nei forum, blog, ecc.). È stata implementata anche una sezione di formazione virtuale personalizzata che consente l'autoaggiornamento e la verifica del proprio apprendimento. Il risultato è una fotografia in tempo reale delle competenze possedute dalle persone, utilizzabile sia dai responsabili sia dagli altri colleghi, senza passaggi intermedi. Alle informazioni inserite dagli operatori si affianca un sistema di "esperti", promosso direttamente dal network, che garantisce risposte pronte sui vari temi che possono sorgere nella gestione delle richieste dei clienti.

Campus è utilizzabile sia dal personale interno sia dai lavoratori in outsourcing, creando sinergie tra i due gruppi grazie alla possibilità di scambiarsi liberamente idee e contenuti.

• TUO (acronimo di Trova, Usa e Organizza) è una piattaforma informatica web based a supporto degli operatori dei call center 187, 191, contact center amministrativi consumer e numeri verdi business

mobile per individuare le informazioni necessarie e assistere al meglio il cliente.

Lo sviluppo di questa piattaforma è stato prodotto con la partecipazione degli stessi operatori telefonici dei vari call center. In particolare è stato realizzato un nuovo formato delle guide per fornire risposte puntuali ai clienti su tutte le diverse tipologie di chiamate. La consultazione dei contenuti è agevolata dall'utilizzo di algoritmi di ultima generazione.

TUO non è solo consultazione: il sistema offre all'operatore anche la possibilità di inserire i propri suggerimenti e quelli del cliente. Oltre a contenere le informazioni tecniche, la piattaforma consente all'operatore di dialogare, direttamente o tramite forum suddivisi per argomenti, con colleghi che condividano conoscenze e soluzioni per creare un social network di collaborazione.

Grazie ai suggerimenti provenienti dagli operatori nel 2009 sono state implementate tre nuove versioni del portale. Cumulando gli accessi di tutti gli ambienti operativi sono state superate a fine anno le 27,5 milioni di pagine visitate.

TUO ha ottenuto per la categoria "Progetti Comunità Virtuali" il premio "Relazione con il Cliente 2010" promosso da Customer Management Multimedia Competence, iniziativa che dal 1997 aggrega società ed enti che si occupano di relazione con clienti e cittadini attraverso i canali multimediali.

CERTIFICAZIONI

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

In particolare l'attenzione al cliente e alla qualità dei prodotti e servizi offerti è considerata nella norma UNI EN ISO 9001:2008, la tutela degli aspetti ambientali nella norma UNI EN ISO 14001:2004, la salute e la sicurezza sul lavoro nella norma BS OHSAS 18001:2007, la sicurezza

delle informazioni nella norma ISO 27001:2005, i servizi di Information Technology nella norma ISO/IEC 20000-1:2005, i processi di produzione del software e delle soluzioni informatiche nelle certificazioni CMMI-DEV (Capability Maturity Model Integration – Development), standard di nuova introduzione.

Nel prospetto seguente sono indicate le certificazioni conseguite dalle diverse funzioni/società del Gruppo, relative a processi e attività aziendali particolarmente rilevanti. Informazioni dettagliate sono disponibili su www.telecomitalia.it (Sostenibilità/Il nostro modello/Certificazioni).

34 GLI STAKEHOLDER ESTERNI

clienti

SOCIETÀ	NORMA	STRUTTURE
Telecom Italia	ISO 9001	Funzioni: Domestic Market Operations <ul style="list-style-type: none"> • Business • Top Client Market & Networked IT Services • Customer Operations (relativamente ai processi per la clientela business) • Consumer/Sales (Aree Territoriali) Technology & Operations Technology & Operations/Open Access ⁽¹⁾ Purchasing Unità operative coinvolte nel processo di fatturazione mobile per la clientela business Società controllate: TI Sparkle (servizi retail), Elettra Tlc, Path.Net, Loquendo, Telsy, Shared Service Center
	ISO 14001	Funzioni: Technology & Operations Purchasing <ul style="list-style-type: none"> • Acquisti infrastrutturali • Service Center Facility Unità operative coinvolte nel processo dei call center di Roma e Napoli Società controllate: TI Sparkle, Elettra Tlc
	ISO 27001	Funzioni: Technology & Operations Domestic Market Operations <ul style="list-style-type: none"> • Top Client Market & Networked IT Services/Project & Service Management (Data Center e Servizi di sicurezza per il mercato)
	OHSAS 18001	Funzioni: Unità operative coinvolte nel processo dei call center di Roma e Napoli Società controllata: TI Sparkle
	CMMI-DEV	Shared Service Center
	ISO/IEC 20000-1	Shared Service Center
Olivetti	ISO 9001	Processi: Business & Market Development, Product & Technology Development, Industrial operations, Market Communication
	ISO 14001	Stabilimento Olivetti di Arnad (Aosta)
Tim Brasil	ISO 9001	Società: Tim Brasil S.A. (processi di fatturazione) e Tim Nordeste S.A. (gestione della rete)

(1) La struttura "Open access", all'interno della funzione "Technology & Operations" (interamente certificata), ha conseguito una propria certificazione (da un diverso ente certificatore), anche allo scopo di valorizzare l'indipendenza dei processi Telecom Italia, in coerenza con la mission aziendale che prevede parità di trattamento verso tutti gli operatori nazionali.

Per il 2010 è stato programmato il conseguimento delle seguenti certificazioni:

- UNI EN ISO 14001:2004 della funzione Open Access;
- UNI EN ISO 9001:2008 e UNI EN ISO 14001:2004 di Tim Brasil (Business Unit di Rio de Janeiro e São Paulo);
- CMMI-DEV (Maturity level 3) della società Shared Service Center;
- ISO/IEC 27001:2005 della società Shared Service Center, focalizzata sui processi di Security Assurance nelle fasi di Risk Analysis, Risk Assessment e Security Operation.

DIGITAL DIVIDE

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

Digital Divide territoriale

Dal 2006 Telecom Italia ha avviato un importante piano anti Digital Divide finalizzato a coprire con costo contenuto il maggior numero possibile di centrali a bassa redditività e/o senza infrastruttura ottica. Il piano prevede l'utilizzo ottimale di un mix di soluzioni tecnologiche innovative e modalità di realizzazione degli investimenti necessari. A fine 2009 il 96,5% del totale delle linee fisse di Telecom Italia erano coperte da ADSL e il 57,6% era coperto da IPTV.

Per quanto riguarda l'accessibilità della banda larga da cellulare, la percentuale di popolazione residente coperta da UMTS (Universal Mobile Telecommunication System) di Telecom Italia a fine 2009 era pari all'83,3%. La stessa percentuale poteva accedere a un'altra importante tecnologia radiomobile, l'HSDPA (High Speed Downlink Packet Access), che consente di raggiungere 14,4 Mbp/s (megabits per second).

Dal punto di vista degli investimenti a livello territoriale la cooperazione con le Regioni avviene secondo due principali modalità d'intervento: la prima di tipo contributivo (c.d. modello di "claw-back"),

basata su incentivi finanziari diretti (nel rispetto della normativa in materia di aiuti di Stato) e la seconda di tipo collaborativo, basata sul sostegno alla domanda potenziale.

In particolare:

- il modello claw-back (già utilizzato negli anni scorsi in Toscana e in Sardegna e ora applicato su altri territori) è adottato dall'UE per accelerare la diffusione della banda larga nelle aree a fallimento di mercato. Il modello prevede l'assegnazione di contributi a compensazione della mancata redditività degli investimenti, erogati su base di una gara pubblica;
- nel modello collaborativo rientrano alcuni dei principali accordi siglati da Telecom Italia nel corso del 2009, fra cui la lettera di intenti con la Regione Marche (in via di definizione su altri territori).

Nel 2009 è proseguito lo sviluppo e l'implementazione dello strumento informatico aziendale di supporto operativo e decisionale denominato "Digital Divide Project" (DDP) che contiene la mappatura completa della copertura ADSL, ADSL2+, 20M/IPTV, UMTS del territorio italiano, tenendo in considerazione i distretti industriali, le iniziative territoriali e i reclami. DDP è utilizzato non solo per la gestione quotidiana delle richieste e dei reclami relativi alla banda larga, ma anche per orientare gli interventi della rete tecnica verso le località esposte al Digital Divide. Nel mese di dicembre è stato organizzato il "Digital Divide Day" un workshop interno a cui hanno partecipato il Presidente e l'Amministratore Delegato di Telecom Italia e due stakeholder specifici dell'ecosistema della banda larga (Regione Marche e Provincia Autonoma di Trento). In questa occasione è stata presentata la prima edizione dell'Annuario sul Digital Divide, il documento con il quale Telecom Italia illustra agli stakeholder i dati quantitativi sullo stato dell'arte del Digital Divide nelle regioni italiane.

Per consentire l'accesso a Internet a chi vive e lavora in zone non coperte da ADSL, Telecom Italia ha lanciato l'offerta "Alice senza barriere" che, grazie a un particolare modem e una TIM Card, consente la navigazione veloce su Internet.

Digital Divide socio-culturale

In un mondo in cui la tecnologia agevola i contatti con le persone Telecom Italia contribuisce al supe-

ramento delle barriere socio-culturali che limitano la possibilità di partecipare alla società dell'informazione e di goderne i benefici attraverso la diffusione della banda larga e dei servizi associati.

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

Offerte e agevolazioni economiche

Offerte per i clienti non udenti

Per il 2010 Telecom Italia prorogherà le due offerte (obbligatorie e concordate con AGCOM) dedicate ai clienti non udenti:

- "50 SMS verso tutti". L'offerta consiste, per 30 giorni dall'Attivazione, nell'invio di 50 SMS giornalieri gratuiti verso tutti i numeri mobili e fissi. Superati i 50 messaggi il costo è quello previsto dal profilo tariffario del cliente o da altra offerta attiva integrativa;
- "MMS, Mail, Instant Messaging". Il pacchetto include, per 30 giorni dall'attivazione e con un costo di attivazione/rinnovo, un pacchetto giornaliero di MMS gratuiti verso i numeri TIM (più 100 MMS a tariffa agevolata verso i mobili degli altri operatori), 30 Mb gratuiti di traffico mail indipendenti da APN (Access Point Name) e 9.000 Instant Message gratuiti.

Le agevolazioni economiche: la "Social Card"

Oltre alle agevolazioni per i clienti di rete fissa, regolamentate da specifiche delibere dell'AGCOM (314/00/CONS, 330/01/CONS, 514/07/CONS e 202/08/CONS), a fronte della manovra sul canone di abbonamento del 1° febbraio 2009, Telecom Italia ha introdotto da quella data l'agevolazione "Social Card" che consiste nel mantenere invariato il costo dell'abbonamento alla rete telefonica generale. L'agevolazione è rivolta a tutti i clienti possessori della "Social Card" che siano titolari:

- di una linea base (analogica di rete telefonica generale);
- della carta acquisti, oppure beneficiari della carta acquisti (nel caso in cui i titolari della carta acquisti siano persone diverse) apposi-

tamente delegati dai beneficiari con più di 65 anni, oppure titolari della carta acquisti nel caso di beneficiari minori di tre anni.

La carta acquisti deve essere già attiva nel momento in cui si richiede l'"agevolazione Social Card".

L'agevolazione dura un anno e può essere rinnovata ripresentando la documentazione prevista.

Servizi di assistenza

MYDoctor@Home

Grazie a questo servizio i pazienti affetti da patologie croniche, o in deospedalizzazione protetta, possono effettuare il monitoraggio dei propri parametri fisiologici (peso corporeo, pressione arteriosa, frequenza cardiaca, saturazione dell'ossigeno ematico, glicemia, spirometria, elettrocardiogramma, ecc.) direttamente dalla propria abitazione o in strutture appositamente attrezzate (ambulatori, farmacie, studi medici, ecc.). Le misurazioni sono effettuate abbinando le tecnologie sviluppate da Telecom Italia ai classici apparati elettromedicali in commercio. Telecom Italia e l'Azienda Ospedaliero-Universitaria San Giovanni Battista di Torino (Ospedale Molinette) hanno siglato un accordo per la sperimentazione di questo servizio. L'obiettivo è valutare i benefici in termini sia di miglioramento della qualità della vita dei pazienti, sia di ottimizzazione dei costi da parte della struttura sanitaria.

L'utilizzo di MyDoctor@Home è inoltre in sperimentazione a Rio de Janeiro da parte di Tim Brasil in alcuni ambulatori dislocati sul territorio dando luogo a una collaborazione tra le Autorità brasiliane e il Gruppo Telecom Italia per favorire la diffusione di tecnologie in ambito sanitario.

La piattaforma di e-health

La piattaforma di e-health permette l'erogazione di servizi sanitari a livello nazionale, regionale e locale. I servizi, orientati al miglioramento della gestione della sanità italiana e all'incremento della qualità ed efficacia delle cure sanitarie, offrono la possibilità a medici, infermieri e pazienti di svolgere numerose attività da remoto. Le principali applicazioni di sanità elettronica e telemedicina della piattaforma sono:

- realizzazione di fascicoli sanitari elettronici e cartelle cliniche digitali per le ASL e le strutture ospedaliere;

- gestione centralizzata delle anagrafiche sanitarie;
- i portali rivolti al cittadino, per accedere ai diversi servizi della piattaforma, e agli operatori sanitari per pubblicare le informazioni mediche di interesse dei cittadini;
- gestione e trasmissione di dati e bio-immagini per fornire anche le funzionalità di teleconsulto.

Line@Medica Diabete

È il servizio di Impresa Semplice per la gestione in mobilità della rilevazione del diabete, con il supporto tecnologico di DominoMobile®. Il servizio permette di visualizzare il dato della glicemia sul cellulare e aggiorna in automatico il diario glicemico del paziente che è archiviato in formato elettronico. Il servizio è riservato in esclusiva alle Associazioni area Diabete che hanno sottoscritto un accordo quadro con Telecom Italia.

Big Angel

La difficoltà di uso degli apparecchi elettronici sempre più ricchi di funzioni rappresenta un tipo di esclusione sociale. Big Angel è stato creato per superare a questa difficoltà.

Consiste in un dispositivo per le emergenze composto da due apparecchi: un telefono con tasti grandi e display ben visibili, compatibili con gli apparecchi acustici, e un cordless aggiuntivo, specifico per le richieste di aiuto. Quest'ultimo, di piccole dimensioni, può essere portato alla cintura o al collo con un cordino. Ha due soli tasti, di dimensioni diverse ma molto più grandi della norma: il più grande per inviare la chiamata di emergenza mentre l'altro è personalizzabile memorizzando un numero a scelta. Inoltre, il cordless è dotato di particolari funzioni di sicurezza, come l'invio automatico e periodico di un segnale alla centrale, l'attivazione automatica del "viva-voce" in caso di chiamata e l'invio di un segnale alla centrale operativa quando la batteria si sta per scaricare.

I SERVIZI INNOVATIVI

Telecom Italia sviluppa, in collaborazione con Istituti di ricerca e Università italiane e straniere, numerosi servizi innovativi, alcuni dei quali ancora in corso di sperimentazione. Questi servizi offrono un contri-

buto importante al contenimento delle emissioni di CO₂ limitando le necessità di spostamenti sul territorio e contribuendo a promuovere stili di vita diversi e più sostenibili.

E-learning

La domanda di servizi didattici evoluti ha subito una profonda trasformazione nel corso degli ultimi anni. Dalla semplice fruizione elettronica di contenuti il focus si è spostato alla diffusione e alla condivisione della conoscenza mediante metodologie più coinvolgenti. Di conseguenza, sono sempre più ricercate soluzioni in grado di erogare i contenuti e verificare lo stato di apprendimento e, al tempo stesso, offrire le funzionalità di gestione e condivisione della conoscenza (e-knowledge) e di business gaming.

La piattaforma di e-learning di Telecom Italia soddisfa la domanda di servizi evoluti basati proprio sulla collaborazione, la comunicazione e il coinvolgimento attivo degli utenti finali.

Un esempio di utilizzo della piattaforma è costituito dall'esperienza con la Regione Campania per la quale è stato realizzato un portale di servizi digitali per i docenti della Regione allo scopo di facilitare lo scambio di conoscenze e la fruizione di attività formative.

E-tourism

Con la piattaforma di e-tourism è stato creato un sistema di gestione dei contenuti rivolto ai clienti business di Telecom Italia per rispondere all'esigenza di avere uno strumento di diffusione multicanale dei propri contenuti descrittivi con elevati standard di sicurezza. La piattaforma offre mappe interattive, portali multicanale, smart ticketing e una guida turistica virtuale, fruibile da cellulare, con informazioni d'interesse artistico o pratico (per esempio consolati, uffici turistici, stazioni di polizia, mezzi di trasporto).

Un esempio importante di applicazione è stato realizzato con il Comune di Venezia durante il carnevale. Tramite Wi-Fi gli utenti hanno potuto "navigare" tra gli eventi del carnevale e ricevere le informazioni su siti e percorsi turistici in tempo reale, oltre a interagire tra loro pubblicando sulla piattaforma di e-tourism di Telecom Italia, con l'invio di un MMS, le foto e i relativi commenti sui siti artistici visitati.

Teleworking

In Telecom Italia è stata condotta un'importante

sperimentazione sul telelavoro che ha coinvolto circa 80 colleghi nell'area dei Testing Labs di Torino per i quali alcune attività lavorative sono state "remotizzate". I principali benefici sono stati:

- l'accresciuta efficienza nella maggior parte delle attività e, in casi particolari, anche l'aumento dell'efficacia (per esempio prove in ambiente domestico);
- l'ottimale redistribuzione del tempo tra esigenze lavorative e personali;
- il recupero delle ore lavorative in situazioni particolari (scioperi dei trasporti, condizioni meteorologiche avverse, ecc.);
- il risparmio di spazi con nuove soluzioni logistiche di condivisione delle postazioni tra persone in telelavoro, progettate dagli stessi partecipanti alla sperimentazione.

Telecom Italia ha avviato inoltre il programma "Next generation work place" destinato a sostituire, nell'arco del triennio 2009-2011, alcune migliaia di postazioni di lavoro tradizionali con PC molto "snelli" contenenti solo informazioni di rete basilari, per poter comunicare con l'infrastruttura centralizzata ospitate nei data center con risparmi nei consumi e nell'utilizzo della capacità trasmissiva.

Infomobilità

Telecom Italia e Magneti Marelli hanno creato un Consorzio per i nuovi servizi di infomobilità il cui obiettivo è realizzare e commercializzare una piattaforma tecnologica aperta con connessione costante ai servizi d'informazione e intrattenimento in grado di favorire le scelte di guida (ecodriving). Grazie a un sistema telematico in vettura, che farà dialogare il veicolo con gli applicativi software dei vari service provider, vi sarà pertanto integrazione fra l'ambiente automotive e quello ICT. La piattaforma potrà anche essere utilizzata dalle Autorità pubbliche per fornire informazioni sulla viabilità e dalle imprese con flotta aziendali per localizzare i veicoli e metterli in comunicazione tra loro.

Tra le soluzioni e i servizi abilitati:

- informazioni sul traffico e la viabilità, servizi di pagamento, servizi di navigazione;
- gestione informatizzata delle zone di posteggio a pagamento (la posizione dell'utente del servizio è rilevata mediante il suo terminale mobile indicando le aree di posteggio più favorevoli

e le modalità per raggiungerle, identificando l'eventuale permesso di parcheggio e applicando la tariffa corretta);

- regolazione dell'accesso di autoveicoli in aree urbane (regolamentate attraverso sistemi di telefonia mobile personali o dispositivi collocati sui veicoli). Un esempio è la gestione del traffico autostradale, in partnership con la società Autostrade S.p.A.

Mobile Ticketing/Fidelity/Payment

Telecom Italia ha sviluppato una serie di soluzioni di Mobile Ticketing e Mobile Fidelity di prossimità che permettono, tramite la SIM card del cellulare, di validare biglietti e abbonamenti per il trasporto pubblico e raccogliere punti fedeltà legati agli acquisti di prodotti.

In questo ambito Telecom Italia ha sperimentazioni in corso con le aziende di trasporti pubblici di Trento (Trentino Trasporti) e di Milano (ATM) e con il Gruppo Miroglio (attraverso il marchio Vestebene), in collaborazione con Olivetti. Inoltre, Telecom si appresta nel 2010 a lanciare servizi di mobile payment remoto per l'acquisto di un'ampia gamma di beni e servizi, tramite un'applicazione specifica sulla SIM card del cellulare, in partnership con il consorzio Movincom e gli istituti finanziari che aderiscono all'iniziativa.

Green@Home

Il sistema Green@Home di Telecom Italia è un prototipo di soluzione di monitoraggio energetico domestico che punta a migliorare l'efficienza energetica in casa. Oltre a ridurre i consumi di stand-by e monitorare i consumi dei diversi elettrodomestici e punti luce, consente agli utenti di identificare i comportamenti virtuosi. Il sistema si basa su prese intelligenti che permettono di monitorare i consumi energetici e comandare da remoto l'alimentazione dei dispositivi elettrici connessi alle prese.

A valle della sperimentazione Telecom Italia ha siglato un accordo con Electrolux, Enel e Indesit per studiare e sviluppare servizi innovativi basati sulla comunicazione tra gli elettrodomestici di futura generazione e l'infrastruttura elettrica (consentendo il controllo e la gestione da remoto dei consumi elettrici) grazie alla banda larga fissa e mobile di Telecom Italia. Lo scopo è creare un sistema in cui gli elettrodomestici "intelligenti" saranno capaci di au-

togestirsi regolando i consumi di energia dell'intera casa, evitando picchi e sovraccarichi di rete, senza compromettere il comfort dell'utente.

La casa intelligente

Nel dicembre 2009, Telecom Italia e BTicino hanno avviato una partnership per la gestione "intelligente" della casa coniugando le soluzioni di connettività a banda larga fissa e mobile di Telecom Italia e i dispositivi domotici di BTicino.

I clienti accedendo via web alle funzioni domotiche di gestione della casa (gestione di luci, tapparelle, temperatura e musica) e di sicurezza (videocontrollo interno ed esterno, impianto antifurto, ricezione e notifiche su eventi di allarme) potranno gestire tutte le funzioni da remoto.

Il sistema di controllo e gestione sarà accessibile da qualsiasi collegamento Internet, anche in mobilità, attraverso l'utilizzo di palmari o di cellulari evoluti che, grazie ad applicazioni software, diventano semplici "telecomandi" della casa.

RICERCA E INNOVAZIONE NELLA E-SECURITY

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

- ideazione di logiche e modelli innovativi per implementare meccanismi automatici di controllo e protezione in grado di adattarsi automaticamente al variare del contesto di minaccia;
- definizione e sviluppo di nuove soluzioni per il monitoraggio e la protezione delle infrastrutture di rete e servizio emergenti, con particolare attenzione alla Next Generation Network e ai Next Generation Data Center;
- definizione di algoritmi innovativi e framework per evitare falle nella sicurezza prodotte da virus informatici;
- definizione di nuovi algoritmi per il trattamento delle informazioni sensibili.

L'identificazione delle tematiche oggetto delle iniziative di ricerca e innovazione è avvenuta considerando le esigenze dei diversi stakeholder interni/esterni e i trend di evoluzione degli scenari di rischio e minaccia esterna. Le modalità di risposta alle aspet-

tative degli stakeholder sono risultate differenti a seconda del grado di novità degli ambiti investigati e della possibilità o meno di raggiungere gli obiettivi di sicurezza attraverso l'integrazione di soluzioni provenienti dal mercato piuttosto che da specifici programmi di ricerca e sviluppo interni.

Il 21 dicembre 2009 il Capo della Polizia – Direttore Generale della Pubblica Sicurezza – e l'Amministratore Delegato di Telecom Italia S.p.A. hanno sottoscritto una convenzione per migliorare la prevenzione e la repressione dei crimini a danno dei sistemi informativi critici, quali la principale infrastruttura di rete per le telecomunicazioni sul territorio italiano gestita appunto da Telecom Italia.

L'accordo tra le parti, che ha durata triennale e segue quello già siglato nel 2004, è stato stipulato in attuazione del decreto del Ministro dell'Interno del 9 gennaio 2008 il quale ha individuato le infrastrutture critiche informatizzate nazionali, ovvero quelle strutture, pubbliche o private, che gestiscono i settori nevralgici per il funzionamento del Paese attraverso sistemi informatici e telematici.

PROTEZIONE DEI MINORI

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

Sono state emanate linee guida per la classificazione e la verifica dei contenuti erogati dal Gruppo. Tali linee guida riguardano non solo i contenuti offerti direttamente, ma anche i contenuti di proprietà di terze parti che offrono servizi propri, acquistando spazi all'interno dei portali di Telecom Italia.

Sono stati definiti i sistemi di filtraggio e le procedure per l'offerta del Gruppo di contenuti per adulti su Internet, finalizzati a impedire ai minori l'accesso a tali contenuti disponibili sui portali del Gruppo.

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

Le televisioni del Gruppo non trasmettono contenuti che richiedono sistemi di filtraggio. Le modalità

di trasmissione sono rispettose della normativa vigente e conformi al Codice di Autoregolamentazione TV e Minori sottoposto alla vigilanza del preposto Comitato di cui TI Media è membro.

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

Dal punto di vista organizzativo Telecom Italia ha individuato, all'interno della struttura aziendale Security – funzione Risk Prevention – Protezione delle Informazioni, il ruolo di “Referente per la Polizia Postale”. Tale figura professionale gestisce i rapporti e i flussi informativi con la Polizia Postale (CNCPO – Centro Nazionale per il Contrasto della Pedopornografia online, CNAIPIC – Centro Nazionale Anticrimine Informatico per la Protezione delle Infrastrutture Critiche, ecc.) e le Autorità competenti e ha il compito di coordinare, all'interno del Gruppo Telecom Italia, il processo di abuse management nel rispetto del quadro legislativo di riferimento.

Inoltre, il Gruppo Telecom Italia ha adottato un modello organizzativo ex D.Lgs. 231/2001 nel quale sono stati definiti gli strumenti necessari a presidiare e prevenire la commissione di illeciti e in particolare la diffusione di materiale pedo-pornografico, nonché la gestione organizzativa/disciplinare degli illeciti informatici. Per questo Telecom Italia ha messo in campo risorse, tecnologie, processi e strumenti per la prevenzione e il contrasto degli “abuse”, ovvero di qualsiasi attività commessa in violazione delle regole comportamentali e legislative che disciplinano l'uso dei servizi di rete, dei sistemi informatici o dei mezzi di comunicazione in genere.

In quest'ottica, sono state realizzate delle iniziative d'informazione mirate a minori, genitori e insegnanti, sui rischi connessi alle nuove tecnologie e alla navigazione in Internet (chat line, instant messaging, forum, community, ecc.). Queste iniziative hanno richiesto il coinvolgimento di alcuni importanti stakeholder pubblici e privati, individuati in base soprattutto alle attività e all'impegno nella salvaguardia dei diritti dell'infanzia (tra cui, per esempio,

la Polizia Postale e delle Comunicazioni, www.ilFiltro.it⁽¹⁾, Save the Children, Adiconsum, GSMA, ITU, ecc.).

L'impegno di Telecom Italia a fianco delle suddette istituzioni, degli organismi internazionali, delle associazioni consiste nella partecipazione a gruppi di lavoro specifici che hanno portato alla realizzazione di servizi rivolti agli utenti (minori, genitori, insegnanti, ecc.), come:

- l'area tematica “abuse” sulla Intranet aziendale, a tutela dei minori e a prevenzione dei crimini informatici, informa e sensibilizza il personale aziendale circa le attività condotte e gli strumenti esistenti per prevenire gli illeciti informatici e tutelare i minori che utilizzano i servizi Internet offerti;
- l'area tematica “Tutela dei Minori” sui portali telecomitalia.it e alice.it, dedicata alla “tutela dei minori” per informare e sensibilizzare l'utente finale e tutti gli altri stakeholder sui corretti comportamenti da adottare durante la navigazione in rete, nonché sui valori e gli obiettivi che Telecom Italia persegue per il contrasto degli abusi informatici e la protezione dei minori. Sul portale Alice sono stati inseriti contenuti multimediali, al fine di attirare e coinvolgere attivamente i visitatori minori del sito;
- il modulo di segnalazione per i clienti/utenti Internet. Questo modulo, presente nei portali istituzionale e commerciale di Telecom Italia, può essere utilizzato dai clienti finali di Telecom Italia o dagli utenti esterni, per segnalare eventuali illeciti di natura pedopornografica riscontrati durante la navigazione in Internet. La compilazione è guidata e la segnalazione può essere fatta anche in forma anonima;
- il booklet “Nati con la Rete”, in distribuzione presso i negozi sociali, dedicato al pubblico degli adulti-genitori al fine di:
 - illustrare le regole fondamentali per l'utilizzo sicuro di Internet;
 - diffondere i pericoli che possono nascondersi nella rete;
 - fornire gli strumenti per trasmettere ai figli le regole comportamentali e guidarli nella

(1) Il portale www.ilFiltro.it è nato per iniziativa del Prof. Michele Crudele nel 2001 in risposta alla richiesta di informazioni da parte di genitori e docenti sul tema della protezione della navigazione dei minori su Internet. L'associazione Centro ELIS gestisce le attività connesse al portale nell'ambito delle sue finalità istituzionali e in collaborazione con gli altri enti aderenti al Manifesto ELIS.

- scelta dei contenuti da consultare;
- web filtering: in coerenza con il Decreto Attuativo della Legge 38/2006 (Decreto Gentiloni) che definisce i requisiti tecnici degli strumenti di filtraggio che i fornitori di connettività alla rete internet devono utilizzare per impedire l'accesso ai siti segnalati dalla Polizia Postale tramite il CNCPO, Telecom Italia ha introdotto un sistema di filtraggio anche ai siti web esteri con contenuti pedopornografici;
 - Alice Total Security – Magic Desktop: per consentire ai minori di esplorare il web in modo sicuro, Telecom Italia mette loro a disposizione i servizi “Alice Total Security” e “Magic Desktop”. Alice Total Security protegge la navigazione in Internet da eventuali attacchi o minacce informatiche, grazie all'antivirus e al firewall centralizzato. Inoltre, è dotato di parental control che consente di determinare quali categorie di siti far visualizzare ai propri figli.
 - Magic desktop è un software che fornisce un sistema operativo parallelo a quello standard. I bambini imparano a usare il computer in modo semplice e divertente e i genitori possono selezionare i siti a cui i bambini hanno accesso e impostare la gestione della posta elettronica per scambiare mail solo con persone conosciute;
 - la redazione delle “Linee Guida per il contrasto della pedopornografia online” che hanno l'obiettivo di rendere il più possibile oggettiva e omogenea l'individuazione dei casi di pedopornografia da segnalare alla Polizia Postale. L'obiettivo è quello di minimizzare i potenziali problemi d'incertezza interpretativa dei soggetti coinvolti (i moderatori di chat e/o servizi di community, gli sviluppatori, gli operatori di abuse desk, ecc.) e agevolare l'adempimento agli obblighi normativi vigenti. Le linee guida si allineano anche a quanto predisposto e attivato dal CNCPO e dalle maggiori organizzazioni esterne presenti su questi temi (Save The Children, Telefono Arcobaleno, ecc.);
 - la gestione degli abuse desk: sono i gruppi di gestione operativa degli abusi differenziati per tipologia di servizio (residenziale e business) creati in conformità alle normative nazionali e comunitarie sulla protezione dei minori, la prevenzione della criminalità e la lotta contro

- lo sfruttamento sessuale (pornografia minore). Il loro compito è raccogliere le segnalazioni degli utenti/clienti esterni su presunti illeciti informatici o sulla presenza di materiale pedopornografico sulle reti del Gruppo per poi indirizzarle alla funzione competente con eventuale coinvolgimento delle Autorità interessate attraverso il referente di Polizia Postale;
- la partecipazione al gruppo di lavoro “ITU Child Online Protection: Guidelines for industry”, coordinato da ITU (International Telecommunication Union). Telecom Italia partecipa alla redazione di una linea guida sul “Child Online Protection – COP” rivolta alle aziende del settore broadcasting, Internet e mobile. È stato redatto un documento di “Guidelines for Industry”, presentato in occasione del World Summit Information Society Forum 2009. Il 7 ottobre 2009, a Ginevra, il Segretario Generale dell'ITU ha consegnato a Telecom Italia un “Award” per il contributo dato per l'iniziativa “Child Online Protection”, che rientra nel più ampio progetto internazionale “Global Cybersecurity Agenda” sotto l'egida delle Nazioni Unite. Per approfondimenti: www.itu.int/osg/csd/cybersecurity/gca/cop/index.html;
 - la partecipazione al Gruppo di Lavoro “GSMA – Mobile Alliance against Child Sexual Abuse Content”, in ambito GSM Association, per tutte le iniziative tecnologiche e di comunicazione rivolte alla tutela dei minori nel settore della telefonia mobile. In particolare, è stato realizzato il sito web <http://teachtoday.eu/> dedicato ai bambini e ai ragazzi, per educarli all'utilizzo sicuro di Internet. Il portale fornisce un'ampia gamma di contenuti e indicazioni pratiche agli insegnanti, per la gestione di eventuali criticità legate all'utilizzo del cellulare;
 - la partecipazione al progetto europeo in ambito Safer Internet, Work Programme 2009: Telecom Italia ha collaborato al progetto proposto da Save the Children e Adiconsum, che risponde all'iniziativa dell'UE “Safer Internet 2009 – 2013”, partecipando al tavolo di lavoro permanente nell'ambito del gruppo italiano di Safer Internet. L'obiettivo prioritario è proteggere i minori nel complesso contesto sociale europeo e fornire gli strumenti per utilizzare con sicurezza i servizi web che abilitano la

socializzazione in rete, i blog e la messaggeria istantanea;

- la cooperazione con Telefono Azzurro: Telecom Italia ha messo a disposizione le infrastrutture e i servizi per il numero gratuito “114” Emergenza Infanzia (dal 2003) e il Numero Verde europeo “116000” per la segnalazione dei bambini scomparsi (da maggio 2009).

RAPPORTI CON LE ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI E CONCILIAZIONE

Il Gruppo Telecom Italia pone la massima attenzione alla tutela degli interessi dei consumatori e ai rapporti con le associazioni che li rappresentano, in un contesto di collaborazione e informazione reciproca.

Avviata nel 1991 in via sperimentale in Sicilia (Palermo) e in Lombardia (Milano), l'attività di collaborazione con le associazioni dei consumatori è diventata operativa su tutto il territorio nazionale nel 1993. Nel 1995 il progetto è stato riconosciuto dall'UE come “Progetto Pilota per l'accesso dei consumatori alla giustizia”.

Nel 2004 è stato sottoscritto un nuovo regolamento di conciliazione seguito, a luglio, da un protocollo d'intesa per la procedura di conciliazione online per la telefonia mobile.

Nel corso degli anni un numero sempre maggiore di associazioni hanno sottoscritto l'accordo. A dicembre 2009 il Gruppo Telecom Italia collabora con 20 tra le principali associazioni. Sono previsti incontri per garantire la tutela dei diritti dei clienti in relazione a nuovi prodotti e servizi forniti dal Gruppo e presentare i principali progetti di sviluppo organizzativo con impatto sulla clientela (per esempio riorganizzazione di alcuni processi di customer care o modalità informative nei confronti dei clienti relativi, possibilità di abilitare/disabilitare la propria linea alle numerazioni non geografiche attraverso un apposito PIN, ecc.).

Telecom Italia informa con regolarità le associazioni in merito a:

- “Telecom News” allegata al Conto Telecom Italia, vale a dire le informazioni inviate mensilmente ai clienti che riguardano le variazioni di prezzo, il lancio di nuovi servizi e offerte, le informazioni istituzionali e, in generale, le notizie utili alla clientela;

- “In linea con Te”, ovvero gli annunci di informazioni istituzionali concernenti generalmente le manovre tariffarie e le iniziative derivanti da specifici riferimenti normativi, pubblicate sui quotidiani a tiratura nazionale.

Inoltre, il Gruppo è socio fondatore del Consumers' Forum, associazione indipendente che raggruppa le associazioni dei consumatori, le imprese, il mondo accademico e della ricerca, le istituzioni pubbliche nazionali e internazionali, al fine di realizzare le forme di dialogo, concertazione e partecipazione, per lo sviluppo e la diffusione del consumo responsabile. Nel 2009 sono stati organizzati diversi convegni (“Come cambiano i consumi degli italiani. Prima edizione dell'osservatorio di Consumers' Forum su consumi e consumatori”, “Authority: tra sviluppo dei mercati e tutela del consumatore”, “Class Action. Opinioni a confronto: università, imprese e associazioni dei consumatori”, ecc.) che hanno visto la presenza delle più alte cariche istituzionali.

Le procedure di conciliazione

Il Gruppo Telecom Italia è stato la prima grande azienda italiana ad adottare con successo la procedura di conciliazione paritaria⁽²⁾ basata sul modello di ADR (Alternative Dispute Resolution). Questa procedura prevede la costituzione di una commissione di conciliazione formata da un esponente delle Associazioni dei consumatori (rappresenta il consumatore) e uno dell'impresa. Non c'è nessun terzo con il ruolo di mediatore o di arbitro perché la risoluzione nasce esclusivamente dal contraddittorio fra le parti. Altra caratteristica particolare è la presenza di un regolamento, con le cosiddette “regole del gioco”, sottoscritto dalle parti che le commissioni sono te-

(2) La conciliazione paritaria (in particolare il progetto Telecom Italia- Associazioni dei consumatori) ha ricevuto diversi riconoscimenti ufficiali negli anni, sia a livello europeo sia a livello italiano:

- la citazione nel Libro Verde per l'accesso dei consumatori alla giustizia e la risoluzione delle controversie in materia di consumo nell'ambito del mercato unico (16/11/1993);
- il riconoscimento del progetto Telecom, come progetto pilota dell'Unione Europea, con finanziamento accordato dalla DG XXIV per quattro anni, dal 1994 al 1997;
- la citazione del progetto Telecom all'interno del sito della DG SANCO, nell'elenco delle procedure ADR rispondenti ai criteri della raccomandazione 30 marzo 1998;
- l'approvazione, da parte della DG SANCO, del progetto pilota per la diffusione del formulario europeo nelle conciliazioni paritarie (1999-2000);
- la citazione del progetto Telecom da parte del dott. A. La Torre, Procuratore Generale della Repubblica, nella relazione sull'amministrazione della giustizia nell'anno 1999, come “il più eclatante esempio di giustizia coesistenziale italiana”;
- il riconoscimento, da parte dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, della procedura Telecom Italia – Associazioni dei consumatori (2002).

nute ad applicare.

Il sistema è semplice: la persona che lamenta un problema sporge reclamo. Se entro 30 giorni (come indicato dalla Carta dei Servizi) non ottiene una risposta soddisfacente può chiedere di attivare la procedura rivolgendosi direttamente a Telecom Italia o a una delle associazioni aderenti all'accordo. Le domande di conciliazione sono raccolte dai segretari di conciliazione negli appositi uffici di conciliazione presenti su tutto il territorio. La domanda è discussa dalla commissione di conciliazione che individua le possibili modalità di soluzione della controversia. Al termine di ciascuna procedura, il segretario redige il verbale di conciliazione. La procedura è gratuita e si chiude in media entro 45 giorni.

A fine 2008, in base alle casistiche relative alle conciliazioni, è emerso che gli esiti positivi della procedura di conciliazione paritaria erano più elevati (oltre 90%) rispetto a quelli delle procedure di conciliazione svolte presso i Co.Re.Com o le CCIAA (circa il 62%), che i clienti possono scegliere di attivare in alternativa. Il fatto è riconducibile principalmente al differente target di clientela (di norma sono clienti consumer per la prima tipologia, mentre per le seconde ci sono anche molti clienti business) e al diverso approccio metodologico (tecnico-legale per Co.Re.Com e CCIAA e caring per la conciliazione paritaria).

Nell'ambito degli impegni resi obbligatori dall'AGCOM a dicembre 2008 con delibera n. 718/08/CONS (cfr. § Concorrenti), Telecom Italia, al fine ridurre il contenzioso con i clienti, si è impegnata a semplificare per il 2009 le procedure per l'evasione delle domande di conciliazione, applicando una gestione unitaria e omogenea per tutte le procedure di conciliazione presso le sedi Co.Re.Com e le Camere di Commercio, attraverso il modello organizzativo seguito per la conciliazione paritaria.

L'obiettivo è stato quello di passare a una logica di "sportello unico", basato su un approccio di caring e loyalty, indipendentemente dalla procedura scelta dal cliente, migliorando il dialogo e la relazione con lo stesso. In tale ottica Telecom Italia ha:

- rafforzato la propria struttura di Customer Operations il cui compito è facilitare la gestione delle pratiche di conciliazione, aggiungendo 100 persone alle 200 già operative, che hanno già consentito, nei primi nove mesi di atti-

vità, di eliminare le istanze pendenti dal 2008 e di raggiungere un esito positivo complessivo medio pari all'87% (che supera il 90% per il target di clientela consumer);

- avviato una serie di iniziative di formazione per i "conciliatori" anche con la partecipazione di membri dell'AGCOM e dei Co.Re.Com;
- concluso un protocollo di collaborazione con Unioncamere, che definisce in via sperimentale le linee guida da proporre a tutte le CCIAA per le conciliazioni del settore delle comunicazioni elettroniche.

Le iniziative intraprese hanno consentito di ridurre di oltre il 70% il numero delle domande di conciliazione in attesa di discussione, passate da 1.230 al 31 dicembre 2008 a 351 a fine 2009.

TUTELA DELLA PRIVACY E PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI

Il Gruppo Telecom Italia è fortemente impegnato a garantire il rispetto della normativa sulla protezione dei dati personali (D.Lgs. 196/03, c.d. "Codice Privacy").

A tal fine Telecom Italia dispone di un modello organizzativo articolato su funzioni centrali che presidiano, a livello di Gruppo, la corretta applicazione della normativa di settore.

Il recepimento delle disposizioni di legge e delle indicazioni del Garante è assicurato tramite il costante aggiornamento delle normative e policy di Gruppo. In particolare, nel 2009 sono stati portati a termine la completa revisione e l'aggiornamento del "Sistema delle regole per il trattamento dei dati personali nel Gruppo Telecom Italia", che definisce, per ogni adempimento d'interesse, le relative disposizioni e le indicazioni operative. Ai fini della corretta applicazione del Codice Privacy è stata pertanto prevista da dicembre 2009 una significativa attività d'informazione e sensibilizzazione dei responsabili interessati e degli incaricati del trattamento, che proseguirà anche nel 2010, attraverso incontri articolati in funzione dei temi trattati e delle strutture organizzative coinvolte.

In merito al trattamento dei dati personali dei clienti, l'attività di revisione e adeguamento dei sistemi informatici aziendali di customer profiling – svolta negli anni precedenti – ha consentito di

fornire tutte le informazioni e la documentazione richieste dal Garante Privacy (Provvedimento del 25/11/2009) ai fornitori di servizi di comunicazioni elettroniche, per la verifica (prior checking) della conformità delle attività di profilazione dei clienti alle disposizioni in materia di privacy.

Sotto il profilo della sicurezza dei dati nel 2009 è proseguito un importante progetto, avviato nel 2008, per incrementare ulteriormente il livello di protezione dei dati di traffico telefonico e telematico, anche in relazione a prescrizioni rivolte dal Garante Privacy ai fornitori di servizi di comunicazioni elettroniche (Provvedimento del 17/01/2008). Le nuove misure hanno riguardato principalmente l'introduzione di sistemi di autenticazione forte (strong authentication) per l'accesso logico ai sistemi che conservano i dati di traffico, incluso il riconoscimento biometrico per l'accesso fisico e l'utilizzo dei sistemi dedicati per l'autorità giudiziaria. Queste misure hanno richiesto molteplici interventi (adeguamento dei sistemi informativi, predisposizione dei processi operativi, attività di comunicazione, formazione e help desk).

Nel 2009, su indicazione del Garante Privacy in materia di amministratori di sistema (Provvedimento del 27/11/2008), sono state adottate misure per migliorare la sicurezza e il controllo delle operazioni affidate ai soggetti, interni e outsourcer, che gestiscono i sistemi informatici aziendali. L'attuazione del progetto, con il coinvolgimento delle funzioni tecniche, legali, organizzative e di relazione con i clienti e i fornitori, ha permesso di realizzare gli interventi richiesti per conformarsi alle indicazioni del Garante e innalzare il livello di protezione dei dati personali. In

particolare, è stato costituito l'elenco degli amministratori di sistema, formalmente nominati.

Inoltre è stato effettuato un assessment sugli aspetti di privacy e security correlati all'offerta di servizi di "data center solutions" (servizi di housing e hosting, archiviazione remota e disaster recovery, gestione in outsourcing dei sistemi informativi del cliente, ecc.), rivolta in particolare ai clienti business, al fine di individuare le aree di miglioramento.

Sono proseguiti gli interventi formativi per diffondere la cultura della privacy in azienda che, nel 2009, hanno riguardato in particolare i requisiti di compliance nel trattamento dei dati dei clienti presso le funzioni commerciali, inclusa la rete di vendita esterna, e di customer care, con particolare riferimento alle strutture che curano la conciliazione delle controversie con i clienti.

L'effettiva applicazione delle normative è monitorata tramite un sistema di controllo, basato su procedure di autovalutazione periodica da parte dei responsabili del trattamento e su verifiche a campione, svolte dalle competenti funzioni centrali, sulla base di procedure e metodologie definite anche con l'apporto della società di Auditing e Compliance del Gruppo.

Infine, ai sensi della regola 26 dell'allegato B (Disciplinare Tecnico in materia di misure minime di sicurezza) del Codice Privacy, Telecom Italia dà atto di aver redatto il Documento Programmatico sulla Sicurezza (DPS) per l'anno 2009. Tale Documento descrive i criteri tecnici e organizzativi adottati per la protezione dei dati personali comuni, sensibili e giudiziari trattati con strumenti informatici, nonché il piano di formazione per gli incaricati del trattamento.

Garantire l'acquisto di prodotti e servizi alle migliori condizioni economiche nel rispetto dei requisiti di qualità, sicurezza e tutela dell'ambiente.

FORNITORI

STRATEGIA

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

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

STAKEHOLDER

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

GENERALITÀ

Il processo di selezione, valutazione e controllo dei fornitori del Gruppo Telecom Italia si concretizza, per

le categorie merceologiche a maggior rischio, in una fase pre-contrattuale di qualificazione per la valutazione delle loro caratteristiche economico-finanziarie e tecnico-organizzative. Queste, una volta accertate, consentono l'iscrizione all'albo fornitori. Ogni fornitore del Gruppo deve impegnarsi per sé e per gli eventuali subappaltatori autorizzati, collaboratori e dipendenti, a osservare i principi etico-comportamentali del Codice Etico e di Condotta del Gruppo.

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

Nel corso del 2008 è stato introdotto in via sperimentale un indice di vendor rating Globale con lo scopo di valutare la prestazione del fornitore nella sua interezza. L'indice considera aspetti trasversali alle varie forniture in cui i criteri di sostenibilità hanno un peso pari al 20%. Tali criteri comprendono gli indici di infortunistica e di correttezza contributiva, il possesso di certificazioni ambientali e sociali, il livello di proattività nella e-community e l'adozione di iniziative di risparmio energetico e miglioramento dell'impatto ambientale.

45

GLI STAKEHOLDER
ESTERNI

fornitori

PRINCIPALI INIZIATIVE DI SOSTENIBILITÀ

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

Nel 2009 sono state attuate le seguenti iniziative:

- è proseguita l'applicazione delle "Linee Guida per la Valutazione del Ciclo di Vita dei prodotti" (emesse nel 2007) relativamente a 23 prodotti. Attraverso un indice di eco-compatibilità le linee guida consentono di valutare in che misura i beni acquisiti, gestiti e commercializzati dal Gruppo, soddisfino i requisiti previsti dalle normative ambientali di riferimento e siano progettati, realizzati, utilizzati e dismessi in modo da facilitare la gestione dell'intero ciclo di vita, dal punto di vista ambientale ed economico.
- Le famiglie di prodotti alle quali le linee guida si applicano, definite in base a volume d'acquisto, impatto sulla reputazione aziendale, pericolosità e rischio economico e legale, sono le seguenti:
 - prodotti destinati alla commercializzazione (terminali telefonici, centralini, fax, modem);
 - prodotti per ufficio (computer e periferiche, fotocopiatrici, carta, materiali di consumo come toner, batterie, ecc.);
 - apparati e materiali di rete (pali, antenne per telefonia mobile, cabinet, accumulatori, centrali).
- Per 52 fornitori tale valutazione è stata integrata anche da verifiche di aspetti di sostenibilità sociale e ambientale come il rispetto dei principi di conduzione etica d'impresa, l'adozione di procedure per assicurare la salute, la sicurezza e i diritti dei lavoratori, la tutela dell'ambiente. Tali verifiche sono condotte attraverso un'apposita check list, in fase di aggiornamento e hanno l'obiettivo di promuovere una migliore applicazione dei criteri di sostenibilità nell'intera filiera di fornitura.
- Nel novembre 2009 è stata confermata la

certificazione di conformità alla norma ISO 9001:2000 del "Sistema di Gestione per la Qualità" per l'intera Direzione Purchasing del Gruppo, con un particolare riconoscimento delle iniziative intraprese nel campo della sostenibilità. La certificazione ha comportato la mappatura di 27 processi della Direzione con la definizione di 149 indicatori di performance che consentono il monitoraggio e il miglioramento della gestione dei servizi forniti a clienti interni e ai fornitori. È stata inoltre confermata la certificazione ISO 14001 per le attività di Service Center Facility e Acquisti infrastrutturali.

- Al fine di allineare Telecom Italia alle best practice del settore e in conformità alla strategia di sostenibilità adottata, è stata definita una Policy di Green Procurement che fornisce le linee guida per stabilire i requisiti ambientali dei prodotti/servizi acquisiti.

La Policy considera tutte le fasi vita del prodotto: progettazione, produzione, utilizzo, fine vita. Il documento, pubblicato sul portale fornitori (www.telecomitalia.it), sul canale di sostenibilità del sito corporate e sulla Intranet aziendale, contribuisce a orientare le politiche d'acquisto a favore di prodotti e servizi a basso impatto ambientale.

In un'ottica di miglioramento continuo e di maggiore coinvolgimento dei fornitori sono state inoltre inserite, nel consueto sondaggio di soddisfazione a loro dedicato, domande sulla Policy di Green Procurement e sull'aderenza del fornitore ai principi in essa enunciati. Il piano di azioni per il green procurement appena redatto porterà nel 2010 a un più esteso utilizzo della metodologia di LCCA (Life Cycle Cost Analysis), applicata alle gare per l'acquisto di prodotti/servizi.

CONTROLLI

Nel 2009 sono stati effettuati, in ambito tecnico, circa 23.000 controlli sull'esecuzione di lavori, principalmente sull'installazione di nuovi impianti, sull'erogazione di prestazioni e lavori e sulla manutenzione della rete. I controlli si sono focalizzati sul comparto delle imprese di rete, composto da nove

aziende divise fra singole imprese e Raggruppamenti Territoriali d'Impresa (RTI), che coprono l'intero territorio nazionale operando sulla rete d'accesso.

Sempre nel 2009 ulteriori controlli sono stati effettuati sui fornitori da parte della Direzione Purchasing.

- Qualificazione fornitori: completati 960 iter di qualificazione relativi a 511 fornitori, dei quali 100 con esito negativo e 68 con esito di riserva a tempo determinato.
- Qualificazione subappaltatori: effettuate 345 verifiche di qualificazione, delle quali 18 con esito negativo.
- Monitoraggi di vendor rating: emessi 29 report semestrali, relativi a 198 fornitori e 36 categorie d'acquisto.
- Audit tecnico-organizzativi presso le sedi dei fornitori per controlli di qualità entrante relativi a prodotti e servizi: 402 lotti di prodotto controllati, di cui 75 bloccati per non conformità.
- Audit tecnico-organizzativi presso le sedi dei fornitori per iter di qualificazione: effettuate 226 verifiche relative a 143 fornitori, delle quali 15 con esito negativo e 12 con esito di riserva a tempo determinato.
- Audit tecnico-organizzativi nelle sedi dei subappaltatori a maggior rischio (attività impiantistiche/operative) per iter di qualificazione e autorizzazione all'utilizzo da parte delle imprese fornitrici: effettuate 213 verifiche relative a 150 fornitori, delle quali 10 con esito negativo e due con esito di riserva a tempo determinato.

PRINCIPALI INIZIATIVE DI COINVOLGIMENTO

- Per il terzo anno consecutivo i principali fornitori del Gruppo sono stati coinvolti nel sondaggio di soddisfazione sulla Direzione Purchasing e, più in generale, su Telecom Italia. Il questionario online, composto di 33 domande, è rimasto attivo per due settimane e l'analisi ha coinvolto 1.022 fornitori con accesso al Portale. L'esito complessivo medio dei 328 questionari compilati è stato pari a 72/100 (69/100 nel 2008 e 71/100 nel 2007) con una percentuale d'adesione di circa il 32%, contro il 43% del 2008 e il 35% del 2007.
- Relativamente al comparto dei lavori di rete

sono proseguite le attività della e-community (attivata nel 2008) per migliorare la comunicazione con e tra i fornitori, soprattutto su tematiche riguardanti la sostenibilità sociale e ambientale.

A tale scopo, è stato creato un apposito sito Internet denominato "TelecHome", raggiungibile attraverso il Portale Fornitori tramite opportune credenziali di accesso. Il sito, sviluppato in logica Web 2.0, contribuisce al dialogo nell'e-community al fine di:

- integrare le migliori pratiche operative adottate su temi specifici;
 - pubblicizzare i risultati ottenuti in termini di conseguimento di realizzazioni e certificazioni ambientali e sociali;
 - promuovere campagne di voto sulle varie iniziative, per una loro valorizzazione.
- Nel 2009 sono stati discussi temi riguardanti la corretta gestione dei rifiuti di lavorazione e il processo di formazione del personale su salute e sicurezza nel luogo di lavoro.
 - In giugno si è tenuto il primo Seminario sulla "green economy, sostenibilità e acquisti verdi". Il Seminario, che ha coinvolto circa un centinaio di risorse, provenienti da diverse direzioni aziendali (Purchasing, Group Sustainability, Open Access, TILab, Marketing e Servizi di Prevenzione e Protezione Ambientale) aveva l'obiettivo di diffondere la recente Policy di Green Procurement e, in generale, di illustrare i temi relativi all'economia verde. Sono intervenuti relatori provenienti da enti pubblici, altre aziende e fornitori di Telecom Italia (cfr. [§ Ambiente/Responsabilità di prodotto](#)).
 - È stata avviata una rivisitazione delle check list utilizzate per la valutazione della sostenibilità sociale e ambientale allo scopo di migliorare e approfondire gli audit nei confronti dei fornitori su tali temi. I cambiamenti hanno portato all'aumento del numero delle domande e della loro definizione relativamente ai tre campi d'indagine: etica, ambiente e politiche del lavoro, con una particolare attenzione a queste ultime. La nuova check list è stata applicata in via sperimentale ad alcuni fornitori. A valle delle osservazioni emerse sarà elaborata nei primi mesi del 2010 una check list definitiva che verrà utilizzata per i successivi audit.

RISULTATI 2009 E IMPEGNI 2010

ARGOMENTO	IMPEGNI 2009	STATUS	IMPEGNI 2010
Certificazione ISO 9001 e ISO 14001	Mantenimento certificazioni ISO 9001 della Direzione Purchasing del Gruppo e ISO 14001 per le attività di service center facility e acquisti infrastrutturali della stessa Direzione.	Raggiunto	Mantenimento certificazioni ISO 9001 della Direzione Purchasing del Gruppo e ISO 14001 per le attività di service center facility e acquisti infrastrutturali della stessa Direzione.
Progetto e-community	Sviluppo ed estensione della e-community a ulteriori comparti e fornitori.	Raggiunto parzialmente ⁽¹⁾	Sviluppo ed estensione della e-community a ulteriori comparti e fornitori.
Green procurement	Introduzione di criteri ambientali, con un peso non inferiore al 10%, nelle gare di alcuni fra i principali prodotti per la commercializzazione.	Raggiunto nella versione ridefinita nel corso del 2009 ⁽²⁾	Introduzione di criteri ambientali nelle specifiche d'acquisto di ulteriori prodotti/servizi.
Controlli sui fornitori			Definizione della nuova check list di etica e Sostenibilità, da utilizzare nel corso della campagna di audit 2010 per la valutazione della sostenibilità socio-ambientale dei fornitori.
Controlli sui fornitori			Estensione degli audit di sostenibilità a stabilimenti produttivi localizzati in estremo oriente ⁽³⁾ .
Green procurement			Proseguire l'applicazione delle "linee guida per la valutazione del ciclo di vita dei prodotti" alle famiglie di prodotti già individuati.
Green procurement			Attuare il piano azioni di green procurement e ampliare di conseguenza il volume di acquisti "green", attraverso l'utilizzo dello strumento del life cycle cost analysis nell'espletamento di gare d'acquisto.

(1) Lo sviluppo dell'e-community esistente è proseguito con la discussione di altri temi e sono già stati presi accordi con i fornitori per l'estensione nel 2010 a ulteriori comparti.

(2) L'obiettivo è stato raggiunto nella seguente versione ridefinita nel corso del 2009: nell'acquisto di taluni prodotti (corded, cordless, fax) sono state inserite specifiche di acquisto obbligatorie nei confronti dei fornitori riguardanti criteri di eco-sostenibilità per consumi energetici, packaging e materiali (plastiche, vernici, ...).

(3) Si prevede di estendere gli audit di sostenibilità a fornitori con stabilimenti produttivi in estremo oriente. Sarà definita una check list specifica comprendente valutazioni su: lavoro minorile, salute e sicurezza, libertà di associazione, non discriminazione, pratiche disciplinari, orario di lavoro, retribuzioni, ambiente ed etica. Gli audit saranno effettuati tramite personale proprio o di società terze.

L'importanza di una competizione leale per tutti gli stakeholder.

CONCORRENTI

STRATEGIA

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

STAKEHOLDER

In questo ambito il Gruppo si confronta con alcuni stakeholder, tra cui:

- gli OLO (Other Licensed Operator) costituiti da 150 operatori di Tlc grandi e piccoli, di rete fissa e di rete mobile;
- l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM);
- l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM);
- le associazioni territoriali, federazioni/associazioni di categoria:
 - in Italia: Confindustria, CSIT (Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici), Asstel, Assoelettrica, Assinform, Fondazione

Ugo Bordoni, Distretto dell'audiovisivo e dell'ICT, Federazione Radio e Televisioni, HD Forum, DGTVi, Auditel, CNID;

- nel mondo: ETNO (European Telecommunications Network Operators' Association), EIF (European Internet Foundation), EABC (European-American Business Council), ITU (International Telecommunication Union), EITO (European Information Technology Observatory), BIAC (Business and Industry Advisory Committee), GII (Gruppo di Iniziativa Italiana).

49

GLI STAKEHOLDER
ESTERNI

concorrenti

RELAZIONE CON GLI STAKEHOLDER

Telecom Italia è impegnata nell'attività di gestione dei rapporti associativi e nel coordinamento delle attività di rappresentanza nei confronti di Confindustria e delle altre associazioni.

Le iniziative, a livello nazionale e locale, consistono nello svolgimento di azioni e incontri relativi allo sviluppo del business e alla tutela degli interessi aziendali sui temi economici, normativi, sindacali e del lavoro. Tali iniziative si basano sul dialogo e sul confronto delle rispettive posizioni al fine di individuare, ove possibile, una posizione comune di set-

tore da rappresentare in sede istituzionale nazionale e comunitaria.

Il Gruppo aderisce a 100 associazioni territoriali e, in particolare, a Confindustria – Servizi Innovativi e Tecnologici, Asstel, Assoelettrica e, dal 2010, anche ad Assinform, l'Associazione nazionale delle principali aziende di Information Technology operanti sul mercato italiano. Il ruolo di quest'ultima è di collegamento tra le principali forze economiche, politiche e istituzionali in relazione a obiettivi e criticità legati allo sviluppo dell'Italia come Sistema Paese, attraverso il ricorso all'innovazione e alle nuove tecnologie.

Insieme agli altri operatori Telecom Italia partecipa alla Fondazione Ugo Bordoni (FUB), Istituzione di alta cultura che ha lo scopo di realizzare ricerche e studi nelle materie delle comunicazioni e dell'informatica al fine di promuovere il progresso scientifico e l'innovazione tecnologica. FUB, che svolge attività di consulenza nei confronti del Parlamento, del Governo e delle Autorità amministrative indipendenti, dal 2009 ha un nuovo Statuto che attribuisce il controllo e la gestione alla Pubblica Amministrazione.

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

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

TI Media aderisce inoltre alla Federazione Radio e Televisioni (FRT) in qualità di membro del Comitato di Presidenza. FRT riunisce, oltre alle emittenti na-

zionali RTI e Sky, 150 emittenti locali e radio. L'assemblea generale della Federazione si riunisce ogni semestre; l'attività ordinaria è svolta dalla struttura interna che partecipa con un proprio rappresentante ai diversi tavoli di lavoro e pubblica mensilmente un notiziario.

TI Media è associata a DGTVi, l'Associazione nazionale per il digitale terrestre, insieme a Rai, Mediaset, D-Free e le associazioni che riuniscono le televisioni locali Aeranti-Corallo e FRT. Nel 2009 le attività dell'Associazione hanno avuto luogo nell'ambito delle task-force istituite per ogni regione che, secondo il calendario ministeriale, hanno affrontato il passaggio dalla TV analogica a quella digitale: Valle d'Aosta, Piemonte occidentale, Trentino-Alto Adige, Lazio e Campania.

Le attività e gli obiettivi dell'Associazione sono stabiliti nell'ambito dei Consigli di Amministrazione a cui TI Media partecipa con un proprio rappresentante.

TI Media è socio di Auditel con una quota del 3,33% e ha un rappresentante nel Consiglio di Amministrazione e uno nel Comitato tecnico. Auditel è l'unico soggetto riconosciuto in Italia per le rilevazioni degli ascolti anche dagli operatori pubblicitari, i quali valorizzano le inserzioni pubblicitarie sui singoli canali televisivi proprio sulla base dei "dati" registrati da Auditel.

TI Media partecipa ai lavori del CNID (Comitato Nazionale Italia Digitale) che riunisce tutti i rappresentanti della catena del valore del mercato digitale. Il Comitato è presieduto dal vice-Ministro del Ministero dello Sviluppo Economico con delega alle Comunicazioni, affiancato da due vicepresidenti (un Commissario AGCOM e il Presidente di DGTVi). Agisce attraverso quattro diversi gruppi operativi inerenti alle seguenti aree: Tecnica e Sviluppo Reti, Monitoraggio e Dati, Comunicazione e Assistenza Clienti, Problematiche Specifiche del Servizio Pubblico Radiotelevisivo.

Nel 2003 TI Media e MTV hanno sottoscritto il Codice di Autoregolamentazione per la tutela dei minori in TV nell'ambito del quale è stato costituito il Comitato TV e Minori con funzioni di controllo del rispetto degli impegni assunti nel Codice. TI Media è stato

eletto come rappresentante delle emittenti e ha quindi una posizione di osservatore privilegiato nei confronti delle istituzioni ai fini del mantenimento di un dialogo costruttivo con il settore.

Inoltre, il 1° agosto 2009, è iniziata la diffusione dei servizi commerciali dei programmi in chiaro su piattaforma satellitare di “tivù”, società partecipata da TI Media al 3,5%, da Rai e da Mediaset per il restante delle quote. Tivù promuove un’unica piattaforma di servizi per il digitale terrestre e satellitare (tivùsat) in chiaro.

Infine, il 10 novembre 2009, a seguito della sottoscrizione del Codice di Autoregolamentazione in materia di rappresentazione di vicende giudiziarie nelle trasmissioni radiotelevisive, è stato costituito il Comitato di implementazione. Oltre a TI Media fanno parte del Comitato Rai, Mediaset, le associazioni emittenti locali FRT e Aeranti Corallo, la Federazione Nazionale della Stampa e l’Ordine Nazionale dei Giornalisti. Il Comitato opera sulla base di uno Statuto, svolgendo un’attività di accertamento su iniziativa dei telespettatori, dell’AGCOM e degli stessi membri del Comitato.

Per quanto riguarda infine l’attività di collaborazione a livello internazionale, il Gruppo collabora con diverse organizzazioni e/o associazioni di categoria di cui fa parte, quali ETNO, EIF, EABC, EITO, GII, ITU, BIAC.

POSIZIONAMENTO COMPETITIVO

Ogni anno viene effettuata una ricerca quali-quantitativa per analizzare la forza delle marche Telecom Italia e TIM, sia in termini assoluti sia nei confronti dei concorrenti.

Per Telecom Italia viene anche svolto un focus specifico sui target business (ex SOHO ed ex SME) in termini di valore della marca e posizionamento competitivo nei confronti dei principali competitor.

Trimestralmente viene inoltre svolta una ricerca quantitativa su un campione rappresentativo della popolazione italiana per misurare l’immagine dei gestori di servizi di telecomunicazioni e di telefonia mobile.

Periodicamente vengono effettuate ricerche quantitative su un campione rappresentativo della

popolazione italiana adulta per misurare l’efficacia della pubblicità per la telefonia fissa, mobile e per i servizi di Tlc. Vengono rilevati la notorietà dei singoli gestori, la conoscenza spontanea e sollecitata della pubblicità, il ricordo attinente e il gradimento della pubblicità.

SERVIZI AGLI OLO

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

NWS definisce e propone annualmente l’offerta di riferimento per i vari mercati wholesale. L’iter di approvazione di ciascuna offerta di riferimento prevede approfondimenti congiunti e revisioni svolte a seguito dei chiarimenti richiesti da AGCOM, che ne approva i contenuti, controlla l’operato di NWS a garanzia della tutela della concorrenza e individua macro-temi suscettibili di esame da parte di tutti gli OLO. L’AGCOM è anche il garante e l’Autorità di riferimento nelle cause promosse dagli OLO e dagli utenti finali in materia regolamentare.

Ogni OLO ha un rapporto diretto con il proprio Account Manager di riferimento nella funzione Sales di NWS che acquisisce le richieste dell’OLO di propria competenza, personalizzando i relativi strumenti contrattuali di offerta nel rispetto degli obblighi regolamentari vigenti. Tali contratti includono clausole che stabiliscono un monitoraggio costante delle

diverse fasi di fornitura del servizio, prevedendo che alcuni dei principali indicatori siano oggetto di periodica comunicazione ad AGCOM. Il presidio del cliente avviene pertanto in modo continuativo ed è formalizzato tramite lo svolgimento di conference call, video-call e incontri nel cui ambito vengono coinvolte tutte le funzioni aziendali interessate.

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

Telecom Italia, attraverso NWS, ha promosso tavoli tecnici permanenti per favorire il dialogo con gli OLO. Con riferimento ai processi di fornitura (provisioning) e assistenza tecnica (assurance) sono stati creati appositi Centri Nazionali di Assistenza che operano attraverso strutture operative e strutture specialistiche di supporto e dialogano con le funzioni interne di Telecom Italia per garantire i livelli di servizio e l'attuazione degli accordi con gli OLO.

Tra le iniziative attuate in area amministrativa per migliorare l'attenzione alle esigenze degli OLO si segnalano:

- il tracciamento dei reclami per una maggiore trasparenza del processo di gestione e risoluzione;
- il tracciamento di tutte le comunicazioni scambiate;
- il monitoraggio costante della gestione economica/finanziaria/patrimoniale, grazie alla pubblicazione online dell'estratto conto.

Il dialogo con gli OLO è facilitato inoltre dal portale di NWS che contiene i dati storici aggiornati in tempo reale.

Per misurare il grado di soddisfazione degli OLO Telecom Italia (NWS) ha recentemente effettuato indagini di customer satisfaction rivolte a tutti gli operatori aventi rapporti contrattuali con NWS.

Le indagini, realizzate attraverso interviste precedute da una fase esplorativa, hanno permesso

di rilevare gli elementi di maggiore rilevanza per gli OLO. Per sensibilizzare le risorse interne di Telecom Italia sul caring del cliente-OLO vengono svolti regolarmente corsi di formazione specifici.

NWS, infine, organizza annualmente il "Wholesale Forum", momento di incontro con gli OLO per illustrare le novità relative a prodotti, servizi e sviluppi tecnologici di Telecom Italia per il mondo wholesale. Con l'occasione vengono comunicate le eventuali innovazioni organizzative effettuate per assicurare prestazioni sempre in linea con i bisogni del mercato. Al Forum partecipano anche esperti esterni su tematiche economiche, tecniche e regolamentari che danno vita, insieme ai rappresentanti degli OLO e di NWS, a dibattiti e tavole rotonde sui temi di maggiore interesse.

AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI (AGCOM)

Telecom Italia interagisce con AGCOM con l'obiettivo di contribuire al governo del processo regolamentare sui temi ritenuti materiali per l'accrescimento del valore dell'Azienda, cercando di influenzare i cambiamenti del mercato nel medio-lungo periodo. In quest'ottica Telecom Italia persegue un dialogo leale e un confronto continuo con le Autorità e con le Istituzioni con lo scopo di pervenire a una regolamentazione semplice, efficace e simmetrica. Inoltre il Gruppo mette a disposizione le proprie conoscenze partecipando a consultazioni pubbliche, audizioni istituzionali, convegni, incontri pubblici e presentando apposite memorie e istanze. Il confronto costante con AGCOM e le Istituzioni fa sì che Telecom Italia ne acquisisca le opinioni, fornendo risposte trasparenti e affidabili, e anticipi gli eventi creando e cogliendo le migliori opportunità per l'Azienda.

Le consultazioni pubbliche previste su schemi di provvedimenti dell'Autorità, analisi di mercato e indagini conoscitive dal quadro normativo in materia di servizi e reti di comunicazione elettronica, trasposto nell'ordinamento nazionale con il D.Lgs. 1° agosto 2003, n. 259 ("Codice delle comunicazioni elettroniche"), si svolgono secondo le disposizioni contenute nella Delibera 453/03/CONS. Nell'esercizio di queste attività l'Autorità si ispira ai principi della tra-

sparenza, della partecipazione e del contraddittorio stabiliti dalla Legge 7 agosto 1990 n. 241.

Inoltre, la risoluzione di controversie tra gli operatori di comunicazione elettronica è regolata dalla Delibera 352/08/CONS mentre i procedimenti istruttori diretti all'accertamento delle violazioni e all'irrogazione delle sanzioni da parte dell'Autorità sono regolati dalla Delibera 136/06/CONS, modificata dalla Delibera 173/07/CONS. Con l'approvazione delle Delibere 130/08/CONS e 131/08/CONS i procedimenti sanzionatori possono concludersi con un provvedimento di archiviazione quando l'Autorità verifica la corretta ed effettiva attuazione di impegni presentati dagli operatori ai quali sia stata contestata una violazione in materia di fornitura di reti e servizi di comunicazione elettronica.

Telecom Italia risponde rispettando tempi e modalità stabilite da AGCOM per i diversi procedimenti (es. consultazioni pubbliche, memorie difensive, fornitura dati e informazioni di varia natura, ecc.) e garantendo sempre la completezza e l'affidabilità del contributo.

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

AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO (AGCM)

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

In via preventiva le funzioni aziendali, oltre a rispondere alle richieste che l'Autorità trasmette con regolarità per svolgere i compiti attribuiti dalla Legge 287/90 e dal Codice del Consumo, organizzano periodicamente degli incontri informativi. L'obiettivo è agevolare, in ottica di trasparenza, la comprensione dell'evoluzione del mercato e gli effetti sulle aree di competenza della stessa Autorità.

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

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

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

IMPEGNI RELATIVI ALLA RETE DI ACCESSO

Nel dicembre 2008 l'AGCOM ha approvato gli impegni volontari presentati da Telecom Italia con la Delibera 718/08/CONS, suddivisi in 14 gruppi principali e tre ulteriori di tipo metodologico (variazione, scadenza, modulazione).

L'impatto degli impegni sugli stakeholder sia interni (azionisti) sia esterni (clienti, istituzioni, concorrenti, e Comunità in generale) è riconducibile a differenti aspetti. In particolare:

- maggiore soddisfazione dei clienti wholesale e retail promuovendo l'innovazione nei processi interni, lo sviluppo e il miglioramento qualitativi

vo della rete fissa d'accesso e dei relativi servizi, la riduzione del contenzioso;

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

Al centro di questi impegni vi è il ruolo di Open Access, la struttura costituita nel febbraio 2008 all'interno della Direzione Technology & Operations che gestisce in una logica di efficienza, qualità e parità di trattamento:

- tutte le attività di sviluppo e manutenzione delle infrastrutture tecnologiche di rete di accesso;
- i processi di fornitura dei servizi di accesso per la clientela sia di Telecom Italia sia degli altri operatori e la relativa assistenza tecnica.

La creazione di Open Access è legata al ruolo strategico della rete fissa di accesso di Telecom Italia con le sue potenzialità di sviluppo e gli investimenti collegati. Open Access è un'infrastruttura fondamentale, non solo per il Gruppo ma per l'intero Paese, attraverso la quale tutti i player alternativi di mercato hanno costruito le proprie infrastrutture e offerto nuovi servizi alla Comunità.

In particolare Open Access fornisce servizi di accesso alla Direzione commerciale Retail di Telecom Italia e agli operatori alternativi attraverso la funzio-

ne National Wholesale Services (per ulteriori informazioni, cfr. § Servizi agli OLO). Le attività di Open Access e NWS per la produzione di servizi di accesso sono separate e gestite autonomamente dalle altre funzioni commerciali del Gruppo Telecom Italia.

Oltre alla creazione di Open Access, l'attuazione degli Impegni, con la loro complessità e il loro forte impatto sul sistema degli stakeholder esterni, hanno richiesto la predisposizione di un'apposita governance in cui ciascun organismo gioca il proprio ruolo.

In particolare sono stati costituiti da AGCOM:

- il Gruppo di monitoraggio degli impegni che vigila sulla corretta esecuzione degli impegni;
- l'OTA (Office of Telecommunications Adjudicator) che previene e dirime le controversie tra operatori e migliora i flussi informativi e i processi correlati;
- il Comitato Next Generation Network che elabora soluzioni relative a questioni attinenti agli aspetti tecnici, organizzativi ed economici connessi alla transizione alle reti di nuova generazione.

Sono stati costituiti da Telecom Italia:

- l'Organo di Vigilanza, un board comitato di garanzia indipendente istituito nel 2008, che verifica la corretta esecuzione degli impegni, la parità di accesso degli altri operatori all'infrastruttura di rete fissa attraverso la funzione Open Access e il raggiungimento degli obiettivi di qualità del servizio;
- il Comitato Coordinamento Impegni, costituito dai Responsabili delle funzioni di Telecom Italia, diretti riporti dell'Amministratore Delegato che mensilmente supervisionano l'intero processo, monitorano gli avanzamenti e definiscono il posizionamento di Telecom Italia nei vari tavoli di lavoro;
- la funzione Equivalence di Telecom Italia, dedicata a garantire l'attuazione degli impegni pro concorrenziali, che si confronta continuamente sui tavoli tecnici con i concorrenti, fornendo i risultati raggiunti e approfondendo i temi aperti e d'interesse con AGCOM e gli altri soggetti istituzionali;
- la funzione Operations Governance – Equality, Efficiency and Quality di Open Access che garantisce il presidio dei piani conseguenti alle tematiche regolatorie in coerenza con gli

impegni, nonché il reporting e il monitoraggio dei dati relativi alla parità di trattamento degli operatori di Tlc.

A un anno dalla loro formalizzazione lo stato di avanzamento degli impegni è estremamente positivo, sia in termini di adempimento sia in termini di soluzioni innovative di miglioramento dei processi aziendali interni.

I tavoli di lavoro hanno accolto lo spirito innovativo e di miglioramento promosso dagli impegni,

sviluppendoli in termini di efficienza e di qualità del servizio offerto ai clienti finali e consentendo di fatto il superamento degli obiettivi formali prefissati, soprattutto nell'ambito dei tavoli tecnici sui servizi di accesso condotti con gli altri operatori.

In sostanza Telecom Italia è giunta non soltanto all'individuazione di soluzioni innovative e condivise tra gli operatori, ma ha varato un nuovo modello di relazione basato sul confronto continuo e la cooperazione.

Dialogare con le istituzioni per migliorare la vita dei cittadini e presidiare gli interessi del Gruppo.

ISTITUZIONI

56

GLI STAKEHOLDER
ESTERNI

istituzioni

STRATEGIA

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

STAKEHOLDER

Gli stakeholder di riferimento del Gruppo Telecom Italia sono:

- le istituzioni nazionali centrali: Parlamento, Governo, Ministeri, Pubblica Amministrazione centrale e locale;
- le istituzioni locali: Regioni, Province, Comuni, Comunità montane;
- l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) e l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) ([per le quali si rinvia al § Concorrenti](#));
- le istituzioni europee e internazionali: Commissione Europea e Comitati di regolamentazione da questa presidiati, Consiglio, Parlamento europeo ed ERG (European Regulators Group);

- Organizzazione per le Nazioni Unite (ONU): Global Compact, Programmi (United Nations Environment Programme – UNEP), agenzie specializzate (International Telecommunication Union – ITU) e Segretariati di Convenzioni (United Nations Framework Convention on Climate Change – UNFCCC).

RELAZIONE CON GLI STAKEHOLDER

Telecom Italia presidia costantemente l'attività legislativa attraverso il monitoraggio dei flussi di policy making (resoconti parlamentari e delle attività del Consiglio dei Ministri) con l'obiettivo di:

- comprendere le aspettative delle istituzioni nazionali centrali e i trend evolutivi delle attività normative di iniziativa parlamentare e governativa;
- individuare possibili impatti sulla strategia e sulle attività di business del Gruppo;
- porre in essere eventuali strategie a tutela della posizione aziendale.

L'attività di relazione avviene principalmente con i parlamentari componenti le Commissioni di Camera e Senato coinvolti su temi di possibile impatto

to aziendale come, per esempio, quelli di natura economico-finanziaria, di privacy, telecomunicazioni, Internet e televisione. Anche la partecipazione alle audizioni parlamentari (convocate dalle Commissioni parlamentari) sono importanti per approfondire tematiche specifiche, che costituiscono opportunità di confronto su temi d'interesse come, per esempio, la recente indagine conoscitiva sull'informatizzazione della PA svoltasi alla Camera. In questo caso, gli operatori di comunicazioni elettroniche, tra cui Telecom Italia, sono stati chiamati a fare il punto sullo stato di attuazione degli strumenti funzionali all'e-government, come la banda larga.

Di conseguenza, il dialogo con le istituzioni è seguito in determinati casi dalla predisposizione e dalla presentazione di proposte emendative ai singoli provvedimenti.

Telecom Italia fornisce inoltre il proprio supporto informativo nei confronti dei Ministeri (prevalentemente verso il Ministero dello Sviluppo Economico) per quanto concerne l'attività relativa al sindacato ispettivo (interrogazioni parlamentari) rivolta al Gruppo. Sono stati definiti Progetti e Protocolli di intesa con le istituzioni nazionali finalizzate alla diffusione dell'ICT e delle connessioni broadband e alla digitalizzazione del Paese. Rientra in tale ambito, per esempio, il Protocollo di intesa firmato con il Ministro Gelmini per la diffusione di strumenti ICT per la didattica nelle scuole.

A livello locale, Telecom Italia dialoga costantemente con le istituzioni su tematiche di carattere generale relative al settore delle comunicazioni elettroniche e su tematiche di interesse locale rilevanti per il business aziendale, in ottica problem solving e promozione dell'immagine del Gruppo. Il monitoraggio e l'interazione costante con i centri decisionali istituzionali locali avvengono per mezzo di audizioni, partecipazione a workshop, lavori delle Commissioni regionali e tavoli di lavoro ministeriali e specialistici. Inoltre, Telecom Italia organizza regolarmente iniziative di comunicazione su tematiche specifiche di interesse locale.

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

Anche i rapporti con le istituzioni europee e internazionali sono di tipo collaborativo e si svolgono in linea di massima secondo le logiche precedentemente descritte, con il coinvolgimento in molti casi degli altri operatori ICT. Le azioni poste in essere sono sia di tipo istituzionale (per esempio, partecipazione a consultazioni pubbliche, workshop, riunioni delle Commissioni parlamentari) sia di tipo collaborativo con gli altri operatori (incontri con la Commissione UE). Tra le tematiche affrontate a livello europeo, oggetto dei principali atti normativi/regolamentari d'interesse del Gruppo, vi sono la revisione delle Direttive comunitarie, la Raccomandazione sulla terminazione, la Raccomandazione sull'accesso regolato alle Next Generation Networking (NGN), il Regolamento roaming e la Revisione del Servizio Universale.

La risposta alle aspettative degli stakeholder istituzionali e l'individuazione delle azioni da intraprendere sui singoli atti normativi nell'interesse del Gruppo non sono programmabili nella maggior parte dei casi. Pertanto i tempi di reazione, determinati dall'iter di approvazione legislativa, devono essere alquanto rapidi. Questo presuppone che il dialogo interno all'Azienda su questi temi istituzionali, finalizzato a informare le competenti funzioni interne sugli atti normativi d'interesse e a ricevere feedback su aspetti rilevanti, debba essere costante.

Anche TI Media mantiene un dialogo costante con le istituzioni su temi di interesse aziendale e ha svolto una serie di azioni a fronte di atti normativi, consultazioni pubbliche, richieste di posizionamento da parte dell'AGCOM, tra cui:

- la richiesta di deroga parziale rispetto agli obblighi di programmazione e investimento a favore di opere europee stabiliti dal Regolamento approvato da AGCOM con Delibera 66/09/CONS. La decisione di avvalersi di tale deroga, stabilita dal Regolamento stesso, per i canali del Gruppo TI Media (La7, MTV, QOOB e i canali satellitari di MTV), è stata dettata da esigenze di bilancio e di programmazione;
- la consultazione pubblica (avviata con Delibera 526/09/CONS del 30 settembre 2009) concernente l'individuazione delle piattaforme emergenti ai fini della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi che si è conclusa

il 30 ottobre in cui TI Media, di concerto con le altre società del Gruppo, ha segnalato la necessità di ricomprendere tra le piattaforme emergenti l'IPTV, il DVB e le piattaforme mobili quali GSM, GPRS e UMTS.

Rispetto all'attività normativa portata avanti dal Ministero dello Sviluppo Economico – Dipartimento Comunicazioni – il 2009 è stato caratterizzato dallo switch-off verso il digitale terrestre della Valle d'Aosta, del Piemonte occidentale, del Trentino Alto Adige, del Lazio e della Campania secondo il calendario ministeriale del 10 settembre 2008 e del 10 aprile 2009. Per ogni Regione il Dipartimento Comunica-

zioni ha istituito una specifica task force di cui fa parte anche TI Media.

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

Come il settore dell'Information and Communication Technology (ICT) può contribuire a costruire un futuro migliore.

AMBIENTE

STRATEGIA

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

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

STAKEHOLDER

Il rappresentante dello stakeholder ambiente può essere identificato nelle generazioni future, intese come il soggetto avente diritto a un ambiente non compromesso dall'impatto delle generazioni attuali. Più in particolare, i portatori di interessi comprendono:

- la Comunità in genere, con particolare riferimento alle aree territoriali in cui Telecom Italia opera;

- le Istituzioni (cfr. § Istituzioni);
- le associazioni attive sul tema e le iniziative a cui Telecom Italia partecipa: EU Corporate Leaders Group, Global e-Sustainability Initiative (GeSI), European Telecommunications Network Operators' Association (ETNO), European Telecommunications Standards Institute (ETSI), CSR Europe, European Academy for Business in Society (EABIS), Carbon Disclosure Project (CDP);
- le associazioni ambientaliste attive sul tema: WWF, Legambiente, Greenpeace, ecc.

Telecom Italia presta attenzione alle esigenze espresse dagli stakeholder interessati alla protezione dell'ambiente, ne monitora le aspettative mantenendo attivi molteplici canali di comunicazione e dialogo come AVoiComunicare, Festival della Scienza, Future Centre di Venezia, sito Intranet di Gruppo. Inoltre promuove, e in alcuni casi coordina, progetti in ambito nazionale e internazionale sul tema.

PERFORMANCE AMBIENTALE

Le informazioni sulla performance ambientale sono state ricavate elaborando dati gestionali. Nel rispetto del principio di materialità sono state conside-

59

GLI STAKEHOLDER
ESTERNI

ambiente

rate solo le società controllate incluse nell'area di consolidamento con ricavi superiori a 300mila euro e numero di dipendenti maggiore di 40, escludendo le attività cessate/attività non correnti destinate a essere cedute.

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

Energia

Seguono i consumi di energia di Telecom Italia S.p.A.

e del Gruppo secondo le indicazioni del Global Reporting Initiative – GRI G3 Guidelines. I consumi diretti per riscaldamento e autotrazione (Scope1) e quelli indiretti per acquisto e consumo di energia elettrica (Scope2) sono esposti di seguito.

Nelle tabelle successive, nel perimetro Domestic/Brasile/Altre attività, sono comprese le attività domestiche di telecomunicazioni fisse e mobili, nonché le relative attività di supporto, i servizi broadband in Olanda, le attività del Gruppo Tim Brasil.

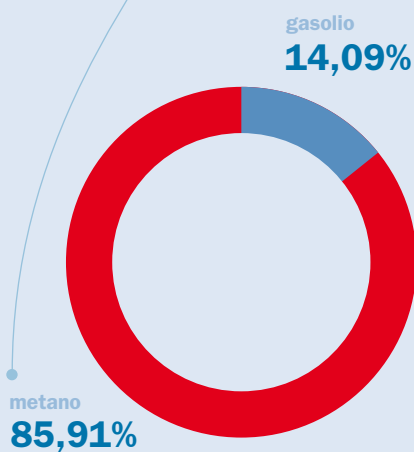
RISCALDAMENTO – TELECOM ITALIA S.P.A.

		Telecom Italia S.p.A. 2009	2009 su 2008	VARIAZIONE % 2009 su 2007
Energia consumata da gasolio	MJ	112.979.718	(20,80%)	(24,45%)
Energia consumata da metano	MJ	689.048.720	0,67%	(4,48%)
Totale energia per riscaldamento	MJ	802.028.438	(3,03%)	(7,86%)

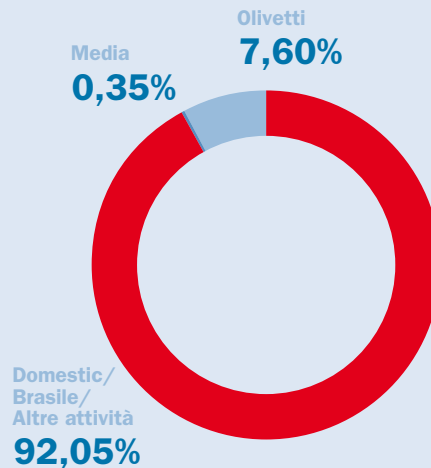
RISCALDAMENTO – GRUPPO TELECOM ITALIA

		Gruppo 2009	% DI INCIDENZA DELLE BU SUI VALORI DI GRUPPO		
			Domestic/Brasile/Altre attività	Media	Olivetti
Totale energia per riscaldamento	MJ	919.813.181	92,05%	0,35%	7,60%

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



CONSUMO DI ENERGIA PER RISCALDAMENTO (%) GRUPPO TELECOM ITALIA



I dati della tabella relativa a Telecom Italia S.p.A. evidenziano una riduzione complessiva dei consumi per riscaldamento e in particolare dei consumi di gasolio. La ricomposizione del mix energetico da gasolio a metano è conseguente all'ammodernamento

degli impianti che ha privilegiato soluzioni a minor impatto ambientale. In quest'ottica è stato anche definito e raggiunto uno specifico obiettivo ambientale (cfr. § Introduzione/Obiettivi e risultati 2009).

AUTOTRAZIONE

		Telecom Italia S.p.A. 2009	2009 su 2008	VARIAZIONE % 2009 su 2007
Consumo di benzina verde	l	5.335.302	(47,51%)	(62,02%)
Consumo di gasolio	l	17.678.505	21,84%	63,98%
Totale energia per autotrazione^(*)	MJ	802.128.520	(5,02%)	(4,11%)

(*) Rappresenta la conversione in MegaJoule dei consumi di benzina verde e gasolio espressi in litri.

NUMERO VEICOLI E PERCORRENZA

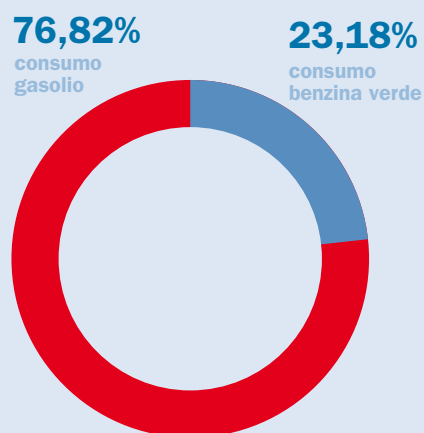
		Telecom Italia S.p.A. 2009	2009 su 2008	VARIAZIONE % 2009 su 2007
Totale di veicoli aziendali	n.	21.068	(1,77%)	(2,27%)
Veicoli a bassa emissione ^(*)	n.	20.787	(1,47%)	(1,98%)
Percorrenza totale veicoli	km	308.682.237	(1,68%)	(1,05%)

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

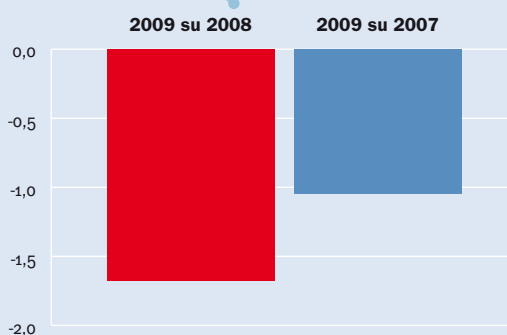
In Telecom Italia S.p.A. la riduzione dei consumi energetici per autotrazione è dovuta, oltre che alla diminuzione della percorrenza chilometrica complessiva delle autovetture, anche al graduale cambiamento della composizione del parco auto a favore di

autovetture rispondenti a standard ambientali elevati (Euro4 o superiore) con motori diesel più efficienti rispetto a quelli a benzina. Tale cambiamento ha comportato anche l'aumento dei consumi di gasolio e il calo di quelli di benzina.

COMBUSTIBILI PER AUTOTRAZIONE (%) TELECOM ITALIA S.P.A.



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



NUMERO VEICOLI E PERCORRENZA(*)

		% DI INCIDENZA DELLE BU SUI VALORI DI GRUPPO			
		Gruppo 2009	Domestic/Brasile/Altre attività	Media	Olivetti
Totale veicoli	n.	22.703	98,82%	0,43%	0,75%
Totale energia per autotrazione	MJ	1.263.639.200	98,29%	0,69%	1,01%
Percorrenza totale veicoli	km	340.392.214	97,67%	0,96%	1,37%

(*) I dati riportati nelle tabelle e nei grafici relativi all'autotrazione riguardano tutti i veicoli (incluse le navi, per le quali non sono espressi i km percorsi) del Gruppo (industriali, commerciali, in uso ai dirigenti/quadri/venditori), sia in affitto sia di proprietà. Solo

per utilizzi significativi e con caratteristiche di continuità d'uso sono compresi veicoli, consumi e percorrenze di proprietà o in uso alla forza vendita di Tim Participações.

Consumi di energia elettrica per il funzionamento di impianti trasmissivi e civili/industriali.

ENERGIA ACQUISTATA O PRODOTTA

		Telecom Italia S.p.A. 2009	2009 su 2008	VARIAZIONE % 2009 su 2007
Energia elettrica da fonti miste(*)	kWh	2.093.375.618	0,00%	(1,34%)
Energia elettrica da fonti rinnovabili	kWh	42.955.444	15,41%	34,24%
Totale energia elettrica	kWh	2.136.331.062	0,27%	(0,81%)

(*) L'energia elettrica acquistata da fonti miste equivale a ca. 2.067 GWh. L'energia elettrica autoprodotta da fonti miste equivale a circa 26 GWh ed è riferibile all'impianto di cogenerazione, che ha consentito un risparmio nell'acquisto di energia per oltre 5 GWh

con consumi associati pari a 6.925 milioni di m³ di gas metano. La produzione di energia elettrica da generatori con caratteristiche di continuità (non riportata in tabella) è stimata in circa 4 GWh.

62

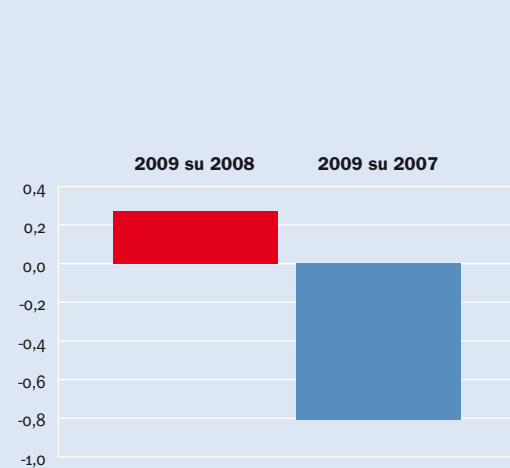
GLI STAKEHOLDER ESTERNI

ambiente

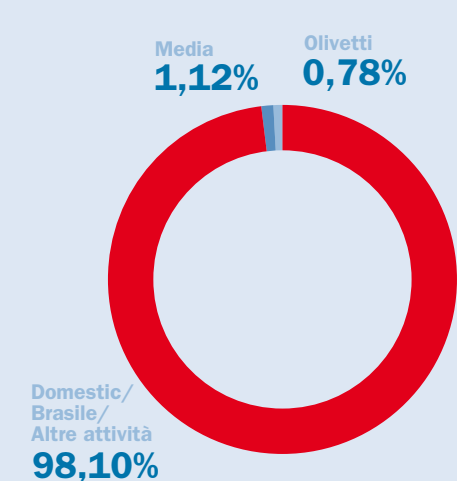
ENERGIA ACQUISTATA O PRODOTTA

		% DI INCIDENZA DELLE BU SUI VALORI DI GRUPPO			
		Gruppo 2009	Domestic/Brasile/Altre attività	Media	Olivetti
Totale energia elettrica	kWh	2.517.799.605	98,10%	1,12%	0,78%

ENERGIA ACQUISTATA O PRODOTTA TELECOM ITALIA S.P.A.



ENERGIA ACQUISTATA O PRODOTTA GRUPPO TELECOM ITALIA



L'incremento dei consumi di energia è da ricollegarsi ai maggiori volumi di traffico fonia/dati sulle reti trasmissive. Tale incremento è stato soddisfatto prevalentemente attraverso il ricorso ad acquisti da fonti rinnovabili. In futuro Telecom Italia S.p.A. realizzerà un significativo aumento della produzione interna da tali fonti (cfr. § Introduzione/Obiettivi 2010).

- Le iniziative di ottimizzazione dei consumi energetici già avviate negli anni precedenti sono proseguite e gli interventi del 2009 hanno prevalentemente riguardato;
- il miglioramento tecnologico degli impianti di condizionamento e gli interventi di riduzione dei consumi elettrici tramite segregazione di ambienti con esigenze diverse di temperatura;
- l'ammodernamento degli impianti di conversione di corrente alternata/continua mediante l'introduzione di soluzioni tecnologiche che garantiscano un miglior rendimento;
- il mantenimento in efficienza della rete di commutazione fissa tradizionale e della rete dati;
- l'upgrade tecnologico degli impianti di rete mobile al fine di migliorare le prestazioni in termini di capacità trasmissiva, necessità di condizionamento e consumi energetici;
- l'adozione di efficienti soluzioni tecnologiche per i server dei Data Center, grazie alla concentrazione e virtualizzazione delle macchine e la conseguente riduzione dei consumi energetici relativi;
- la misurazione dei consumi energetici e il controllo da remoto delle sale di centrale;
- l'installazione di temporizzatori per lo spegnimento degli impianti di illuminazione;
- la condivisione di siti tecnologici e Stazioni Radio Base (SRB), grazie ad accordi di co-siting;
- l'innalzamento delle temperature medie di esercizio nelle centrali telefoniche, nei server e nelle SRB;
- l'introduzione di impianti di raffreddamento di tipo full free cooling e di altri sistemi di condizionamento a basso impatto ambientale.

In materia di valorizzazione delle fonti energetiche non tradizionali/alternative e della sperimentazione di nuove tecnologie, queste le seguenti iniziative realizzate o in via di completamento:

- sono in realizzazione tre impianti di cogenerazione (trigenerazione) presso altrettanti

Data Center. Le esigenze energetiche saranno soddisfatte attraverso un sistema che potrà produrre, pur non in autonomia e quindi in affiancamento ai consueti enti erogatori, energia elettrica, riscaldamento e raffreddamento con un risparmio energetico di circa il 30%;

- sono stati realizzati dodici impianti di piccola cogenerazione (inferiori a 500 kW);
- per 13 SRB è stata realizzata un'alimentazione supplementare mista eolica e fotovoltaica (generatore eolico da 3 a 6 kW e pannelli fotovoltaici per 5 kWp);
- è stato sperimentato un innovativo sistema di condizionamento a gas naturale (propano);
- sono stati realizzati 100 impianti di back up di energia a celle a combustibile a idrogeno al posto dei tradizionali sistemi con batterie al piombo. L'introduzione di questo tipo di impianti consente di evitare l'acquisto e il successivo smaltimento di batterie tradizionali contenenti 300 tonnellate di piombo. La valutazione sul ciclo di vita evidenzia un beneficio ambientale in termini di CO₂ non emessa di circa 125 tonnellate. Nel 2010 le sostituzioni riguarderanno ulteriori 80 impianti (cfr. Target 2010).

Più in particolare, sulle iniziative adottate in Azienda per contenere i consumi energetici grazie ai nuovi impianti di free cooling, ai sistemi di misurazione e controllo energetico da remoto e agli accordi di co-siting con gli altri operatori, ecco cosa il Gruppo ha fatto:

Extraction Full Free Cooling (EFFC)

Questo sistema di raffreddamento risponde all'esigenza di ridurre i consumi e di non utilizzare gas a effetto serra. L'EFFC si basa sul principio del Free Cooling (ventilazione forzata senza l'utilizzo di condizionamento), associato a un sistema di estrazione dell'aria calda prodotta dagli apparati e, se necessario, a un ulteriore raffreddamento dell'aria in ingresso ottenuto mediante lo sfruttamento di una zona a elevata concentrazione di acqua nebulizzata. Con un sistema sperimentale di questo tipo è stato possibile ridurre, nel periodo più caldo dell'anno, di oltre l'80% il consumo di energia per il condizionamento rispetto ai sistemi tradizionali. I risultati della sperimentazione hanno portato a estendere il sistema, nel 2009, a 400 centrali.

Kaleidos

È un sistema innovativo di monitoraggio e di ottimizzazione dei consumi energetici degli impianti, installato in 90 centrali telefoniche. Si avvale di dispositivi wireless con tecnologia ZigBee (standard di comunicazione mobile a basso consumo energetico) che permettono di acquisire ed elaborare in tempo reale informazioni sulla potenza elettrica usata dagli apparati monitorati. Le informazioni raccolte sono analizzate attraverso modelli matematici che permettono di verificare l'andamento dei consumi energetici degli impianti e di predisporre azioni per migliorare l'efficienza. Kaleidos sarà esteso a ulteriori 100 centrali.

Codici di Condotta (CoC)

L'impegno per il contenimento dei consumi energetici si concretizza anche nella collaborazione con i gruppi di lavoro che definiscono i Codici di Condotta (CoC) sul consumo energetico degli apparati broadband e dei Data Center. Questi gruppi di lavoro, promossi dall'UE attraverso il JRC (Joint Research Centre) e dall'ETNO (European Telecommunications Network Operators' Association), definiscono le linee guida e i target di consumo degli apparati, minimizzando i consumi energetici senza interferire con lo sviluppo tecnologico e la qualità dei servizi. Telecom Italia è tra i primi operatori di Tlc ad aver aderito al Codice di Condotta per apparati broadband (versione 3); l'adozione di dispositivi conformi al CoC permette di ridurre le spese energetiche fino al 40%.

Co-siting

Nell'ambito del Codice per le Comunicazioni Elettroniche per favorire un più efficiente utilizzo delle infrastrutture di rete e ottimizzare la copertura della rete mobile nelle aree cittadine e rurali, proseguono gli accordi con Vodafone per la condivisione dei siti di accesso. Nel 2009 Telecom Italia e 3 Italia hanno siglato un accordo triennale di co-siting che riguarda sia i siti esistenti sia quelli che verranno costruiti in futuro (almeno 2.000 siti). Ciascun operatore mantiene la titolarità delle proprie infrastrutture passive (pali e tralicci, impianti elettrici e di condizionamento e infrastrutture civili) e offre ospitalità all'altro con un risparmio dei consumi energetici stimato nell'ordine del 30%.

Iniziative di TILab per il contenimento degli impatti ambientali

Nello sviluppo delle nuove tecnologie di accesso fisso (FTTx) sono in corso analisi mirate in particolare al contenimento dei consumi elettrici dei nuovi apparati e, ove presente, del relativo condizionamento. Telecom Italia fa parte di gruppi di lavoro per la standardizzazione degli apparati e delle architetture a livello italiano (CEI) e internazionale (ETSI EE/ATTM, ITU-T, ETNO, GeSI, HGI). Alla fine del 2008 Telecom Italia, in partnership con Huawei, ha costituito il Network Innovation Center (NIC), finalizzato a collaborazioni sinergiche su tematiche connesse al risparmio energetico.

Emissioni atmosferiche

Le emissioni di gas serra di Telecom Italia e del Gruppo sono riconducibili all'utilizzo di combustibili fossili per riscaldamento, autotrazione, produzione o acquisto di energia elettrica nonché agli spostamenti (casa-lavoro e aerei). Inoltre sono considerate anche le dispersioni di idroclorofluorocarburi e idrofluorocarburi (HCFC e HFC) utilizzati negli impianti di condizionamento.

Analogamente alla classificazione dei consumi energetici vengono seguite le linee guida del Global Reporting Initiative – GRI G3 che rimanda alle definizioni del GHG Protocol⁽¹⁾ distinguendo tra emissioni dirette (Scope1: utilizzo di combustibili fossili per autotrazione⁽²⁾, riscaldamento, generazione energia elettrica), emissioni indirette (Scope2: acquisto di energia elettrica a uso industriale e civile⁽³⁾) e altre emissioni indirette (Scope3).

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

(2) Le emissioni di CO₂ legate all'uso di combustibili fossili per autotrazione e riscaldamento sono state calcolate seguendo le indicazioni dell'UNEP (United Nations Environment Programme Guidelines for Calculating Greenhouse Gas Emissions for Business and Non-Commercial Organisations – www.unep.org) e nel caso dei veicoli di Telecom Italia S.p.A. facendo riferimento alle specifiche tipologie di automobili (per gli anni 2007 e 2008 era stato utilizzato un coefficiente unico che non prendeva in considerazione le diverse tipologie di autoveicoli e pertanto i dati relativi a tali anni sono stati ricalcolati per renderli confrontabili).

(3) Per il calcolo delle emissioni da acquisto di energia elettrica è stato utilizzato il metodo del GHG Protocol che considera il mix energetico dei singoli Paesi. I coefficienti nazionali del GHG, espressi in grammi di CO₂/kWh, sono i seguenti: Italia 403; Olanda 394. Per il Brasile è stato utilizzato il coefficiente elaborato dal locale Ministero della Scienza e Tecnologia pari a 25 grammi di CO₂/kWh, in quanto ritenuto più puntuale. I dati relativi al 2007 e 2008 sono stati ricalcolati in base a tali coefficienti per renderli confrontabili.

EMISSIONI ATMOSFERICHE – TELECOM ITALIA S.P.A.

		Telecom Italia S.p.A. 2009	2009 su 2008	VARIAZIONE % 2009 su 2007
Emissioni di CO ₂ per autotrazione	kg	47.672.817	(4,35%)	(9,76%)
Emissioni di CO ₂ per riscaldamento	kg	53.043.281	(3,52%)	(8,31%)
Emissioni di CO ₂ equivalenti per dispersioni HCFC/HFC	kg	29.386.020	(27,78%)	-
Emissioni di CO ₂ per generazione elettrica da cogenerazione	kg	10.419.354	104,30%	-
Emissioni di CO ₂ per generazione elettrica da gasolio	kg	3.639.346	0,02%	-
Totale emissioni dirette di CO₂ – ex Scope1 GRI	kg	144.160.818	(6,54%)	-
Emissioni di CO ₂ da acquisto di energia elettrica prodotta da fonti miste	kg	832.982.452	(0,60%)	(2,59%)
Totale emissioni indirette di CO₂ – ex Scope2 GRI	kg	832.982.452	(0,60%)	-
Emissioni di CO ₂ per spostamenti casa-lavoro ^(*)	kg	65.478.775	(4,26%)	-
Emissioni di CO ₂ per spostamenti aerei ^(**)	kg	11.855.978	(28,18%)	-
Totale altre emissioni indirette di CO₂ – ex Scope3 GRI	kg	77.334.753	(8,91%)	-
Totale emissioni di CO₂	kg	1.054.478.023	(2,11%)	(***)

(*) Nella determinazione dell'impatto degli spostamenti casa-lavoro si prendono a riferimento dati statistici sviluppati sul personale.

(**) Il calcolo delle emissioni per gli spostamenti aerei è effettuato sulla base di coefficienti proposti dal GHG Protocol in funzione

della tipologia di breve o lunga durata del singolo viaggio.

(***) La rilevazione delle emissioni è stata estesa a partire dal 2008 ad ambiti precedentemente non considerati e quindi i totali relativi al 2007 non sono confrontabili.

65

GLI STAKEHOLDER
ESTERNI

ambiente

EMISSIONI ATMOSFERICHE – GRUPPO TELECOM ITALIA

		Gruppo 2009	% DI INCIDENZA DELLE BU SUI VALORI DI GRUPPO		
			Domestic/Brasile/Altre attività	Media	Olivetti
Totale emissioni di CO ₂ ex Scope1 GRI	kg	187.513.764	96,58%	0,46%	2,96%
Totale emissioni di CO ₂ ex Scope2 GRI	kg	870.513.631	98,41%	1,31%	0,28%
Totale altre emissioni di CO ₂ ex Scope3 GRI ^(*)	kg	86.586.321	100,00%	-	-
Totale emissioni di CO₂	kg	1.144.613.716	98,23%	1,07%	0,70%

(*) Il calcolo delle emissioni dello Scope3 è riferito a Telecom Italia S.p.A. e a Tim Participações.

Nonostante la rilevazione dei dati relativi a ulteriori fonti in precedenza non considerate (produzione elettrica da cogenerazione e generatori a gasolio, dispersioni da HCFC/HFC, spostamenti casa-lavoro e trasferite aeree), le emissioni atmosferiche di Telecom Italia S.p.A. risultano complessivamente in contrazione per i seguenti motivi:

- minori consumi per autotrazione;
- minori consumi per riscaldamento;
- riduzione delle emissioni di CO₂ equivalenti, relative alle dispersioni di gas HCFC e HFC utilizzati negli impianti di condizionamento, per via dell'adozione di misure più attente per prevenire le fughe e della sostituzione di tali gas con soluzioni a minor impatto ambientale (cfr. § Obiettivi e risultati 2009 e Obiettivi 2010);
- incremento delle emissioni di CO₂ imputabili alla cogenerazione conseguente alla scelta aziendale di investire maggiormente su tale tecnologia caratterizzata da ritorni economici e ambientali promettenti. L'incremento è comunque compensato dal minor acquisto di energia elettrica dalla rete che comporta complessivamente un bilancio di minori emissioni;
- emissioni stabili da generatori elettrici a gasolio in contesti caratterizzati da indisponibilità della rete di distribuzione elettrica;
- riduzione delle emissioni da acquisto di ener-

gia elettrica da fonti miste dovuta alla maggior produzione di energia da impianti di cogenerazione e all'acquisto e autoproduzione di energia da fonti rinnovabili;

- riduzione dell'impatto per spostamenti casa-lavoro, in funzione del numero di dipendenti;
- riduzione delle emissioni per spostamenti di servizio in aereo dei dipendenti per via della riduzione delle trasferite anche a seguito del maggiore ricorso alla video conferenza (cfr. § Cambiamento climatico).
- I gas HCFC, oltre a essere qualificati come gas serra con elevato global warming potential⁽⁴⁾, distruggono lo strato di ozono. Dal 2010 è vietato l'uso di HCFC vergini nella manutenzione mentre ne è consentito l'utilizzo negli impianti fino al 2014.

Telecom Italia ha sperimentato:

- in collaborazione con l'Università di Napoli, altri gas che non hanno effetti dannosi per lo strato di ozono per l'adeguamento e la sostituzione negli impianti di condizionamento di tali sostanze (R22);
- in collaborazione con l'Università di Torino, sistemi di condizionamento innovativo di tipo Extraction Full Free Cooling (EFFC) e gruppi frigo a gas refrigerante naturale (propano) condensato ad aria (vedi anche § precedente).

(4) Il Global Warming Potential (GWP) è la misura di quanto uno specifico gas contribuisca all'effetto serra. Questo indice è basato su una scala relativa che confronta il gas considerato con un'uguale massa di biossido di carbonio il cui GWP è per definizione pari a 1. Il GWP dell'HCFC utilizzato è pari a 1.780.

Acqua

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

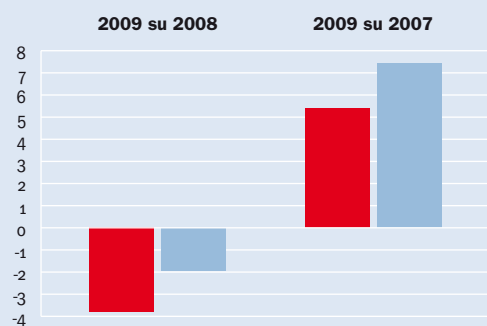
CONSUMO DI ACQUA – TELECOM ITALIA S.P.A.

		Telecom Italia S.p.A. 2009	VARIAZIONE %	
			2009 su 2008	2009 su 2007
Consumo di acqua per uso non sanitario	m ³	85.225	–	–
Consumo di acqua per uso sanitario	m ³	4.370.350	(3,80%)	5,38%
Totale consumo di acqua	m³	4.455.575	(1,92%)	7,43%

CONSUMO DI ACQUA – GRUPPO TELECOM ITALIA

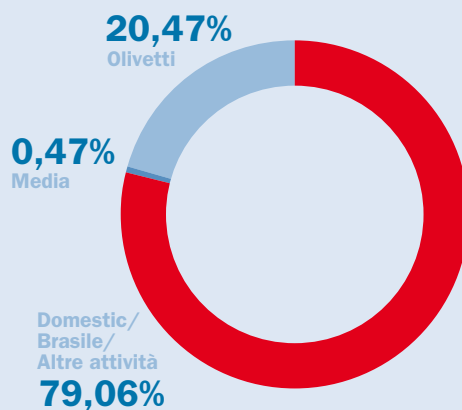
		Gruppo 2009	% DI INCIDENZA DELLE BU SUI VALORI DI GRUPPO		
			Domestic/Brasile/ Altre attività	Media	Olivetti
Consumo di acqua per uso non sanitario	m ³	1.310.503	7,07%	0,00%	92,93%
Consumo di acqua per uso sanitario	m ³	4.727.734	99,02%	0,60%	0,38%
Totale consumo di acqua	m³	6.038.237	79,06%	0,47%	20,47%

CONSUMO DI ACQUA (%) TELECOM ITALIA S.P.A.



■ CONSUMO DI ACQUA PER USO SANITARIO
■ TOTALE CONSUMO DI ACQUA

CONSUMO DI ACQUA (%) GRUPPO TELECOM ITALIA



67

GLI STAKEHOLDER
ESTERNI

ambiente

Carta

Per ridurre l'impatto ambientale collegato all'utilizzo di carta sono stati individuati tre filoni d'intervento: sugli acquisti, sulla razionalizzazione d'uso e sul riciclo.

Nel 2009 per gli acquisti di carta per uso ufficio e per le bollette telefoniche Telecom Italia S.p.A. ha deciso di utilizzare unicamente sulla carta proveniente da foreste gestite secondo gli standard del Forest Stewardship Council (FSC).

Per quanto riguarda l'utilizzo della carta sono continuate le attività volte alla riduzione complessiva dei consumi. Per questo motivo Telecom Italia promuove il ricorso a fatture ed estratti conto in formato elettronico. Nel 2009 le fatture inviate online e riferite alla telefonia fissa sono state complessivamente più di 11 milioni. Ciò ha corrisposto a un risparmio di oltre 200 tonnellate di carta, oltre a limitare l'impatto di CO₂ legato alla consegna materiale dei plichi.

Connesso all'utilizzo della carta vi è anche il processo di stampa negli uffici. Al fine di ottimizzarlo è stato lanciato, su 675 sedi, il progetto Printing on Demand. Circa 35.000 stampanti individuali sono state sostituite con poco più di 4.000 apparati con-

divisi ad alte prestazioni. Tutte hanno un sistema rapido di stand by per la riduzione dei consumi energetici e il 12% ha la certificazione Energy Star mentre il 40% è predisposto per la stampa fronte-retro. Questo progetto, oltre a ridurre i consumi energetici e di carta, consente di monitorare più attentamente lo stato delle stampanti, i consumi di toner e la gestione delle manutenzioni, migliorando complessivamente la qualità del servizio.

Nelle sedi direzionali l'utilizzo di carta per le rassegne stampa è calato grazie alla limitazione del numero di pagine, alla diminuzione dei destinatari e alla promozione della modalità di fruizione online, con forti benefici anche in termini di archiviazione e ricerca informazioni. Per il 2010 si prevede un'ulteriore riduzione dell'utilizzo di carta nelle rassegne stampa di circa il 5%.

Sul fronte del riciclo l'attività di raccolta differenziata dei rifiuti prodotti negli uffici, organizzata sulla quasi totalità delle sedi aziendali, ha consentito nel corso dell'anno l'avvio a riciclo di 21.262 tonnellate di carta.

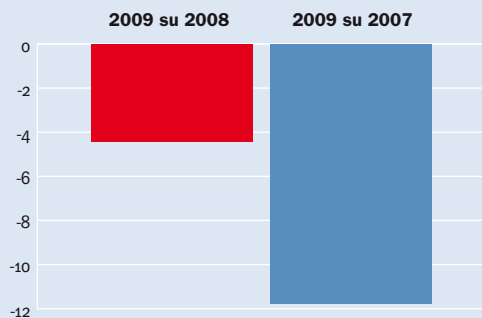
CARTA PER UFFICIO – TELECOM ITALIA S.P.A.

		Telecom Italia S.p.A. 2009	2009 su 2008	VARIAZIONE % 2009 su 2007
Carta non riciclata acquistata	kg	0	(100,00%)	(100,00%)
Carta riciclata acquistata	kg	0	(100,00%)	(100,00%)
Carta certificata FSC acquistata	kg	637.888	–	–
Totale carta acquistata per uso ufficio	kg	637.888	(4,43%)	(11,76%)

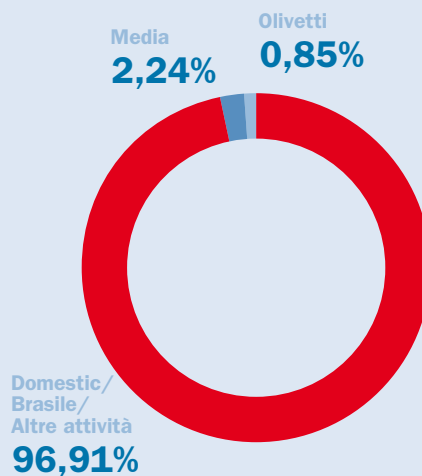
CARTA PER UFFICIO – GRUPPO TELECOM ITALIA

		Gruppo 2009	% DI INCIDENZA DELLE BU SUI VALORI DI GRUPPO		
			Domestic/Brasile/ Altre attività	Media	Olivetti
Carta non riciclata acquistata	kg	2.231	74,41%	0,00%	25,59%
Carta riciclata acquistata	kg	90.768	100,00%	0,00%	0,00%
Carta FSC certificata acquistata	kg	699.036	96,58%	2,53%	0,89%
Totale carta acquistata	kg	792.035	96,91%	2,24%	0,85%

**TOTALE CARTA ACQUISTATA (%)
TELECOM ITALIA S.P.A.**



**TOTALE CARTA ACQUISTATA (%)
GRUPPO TELECOM ITALIA**



Rifiuti

Nel 2009 vi è stato un forte incremento dei rifiuti pericolosi dovuto principalmente alla sostituzione delle batterie al piombo utilizzate per il back up di energia nonché ai rifiuti da demolizione legati alla dismissione di alcuni stabili. Anche l'incremento dei rifiuti non pericolosi è da ricondursi alle dismissioni di stabili e relativi arredi. Rispetto al 2008, nel 2009 il rapporto tra i rifiuti prodotti e quelli conferiti per riciclo/recupero è migliorato.

La raccolta differenziata dei materiali negli uffici di Telecom Italia è attiva in 280 sedi dell'intero territorio nazionale. Nel corso del solo 2009 la raccolta differenziata dei rifiuti d'ufficio è stata estesa alle sedi in cui, localmente, si effettua la raccolta differenziata dei rifiuti urbani (50 sedi ulteriori di cui 10 al nord, 11 al centro e 29 al sud e isole).

Riguardo all'applicazione della normativa ADR (Agreement concerning the international carriage of Dangerous goods by Road) relativa al trasporto su strada di merci pericolose, è stato svolto un programma di formazione rivolto agli addetti dei Servizi di Prevenzione, Protezione e Ambiente che collaborano con il consulente ADR nel controllo dell'attività e nel supporto alle linee. Sono proseguiti i controlli durante i ritiri dei rifiuti da parte dei trasportatori ed è stata redatta la nuova procedura che recepisce le

disposizioni dell'ADR 2009 (la procedura entrerà in vigore dopo la pubblicazione in Gazzetta Ufficiale del decreto di recepimento della norma).

Telecom Italia S.p.A. e Olivetti hanno avviato su tutto il territorio nazionale un processo per la raccolta, il riciclaggio e lo smaltimento di pile e accumulatori non industriali. Telecom Italia si avvale del consorzio "ReMedia" e Olivetti del consorzio "ecoR'it" di cui l'Azienda è socio fondatore. Continua in Tim Brasil l'attività di sensibilizzazione della collettività sul tema dei rifiuti pericolosi per la salute e l'ambiente. Nei negozi e nelle sedi sociali sono stati predisposti appositi contenitori per la raccolta di batterie esauste, cellulari e accessori dismessi.

Per contribuire alla riduzione dei rifiuti prodotti, nel 2009 Telecom Italia S.p.A. ha rigenerato 515.698 apparati di proprietà (143.000 modem, 22.500 set top box per IPTV, 93.500 terminali fissi, 37.047 prodotti di fonia, 8.149 apparati dati, 1.895 apparati MT4, 92.820 apparati ISDN e 116.787 terminali mobili). Oltre al vantaggio ambientale in termini di mancati rifiuti, questa attività comporta un beneficio economico, inteso come differenza positiva fra l'evitato acquisto e il costo della rigenerazione.

Relativamente ai Rifiuti da Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche (RAEE), regolamentati dal D.Lgs.

151/05, Telecom Italia e Olivetti sono, in alcuni casi, produttori e sempre distributori di determinate apparecchiature. Sono pertanto tenute a organizzare la gestione del loro fine vita per gli aspetti di competenza.

Per presidiare efficacemente questa tematica, in attesa dei decreti attuativi, Telecom Italia S.p.A. ha costituito un apposito gruppo di lavoro che ha, tra l'altro:

- formalizzato l'adesione al consorzio specializzato nella gestione di fine vita delle apparecchiature (Consorzio Re-Media);
- definito i processi di raccolta e selezione dei RAEE per ognuno dei canali di vendita diretti;

- inserito nelle condizioni contrattuali di acquisto opportune clausole in merito ai RAEE e ai RoHS⁽⁵⁾.

A seguito dell'Accordo di programma del 2003 per la gestione dei pali telefonici in legno disinstallati, previo parere favorevole della Conferenza Stato-Regioni-Province autonome, con il Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio, il Ministero delle Attività Produttive e le imprese di produzione e di recupero, è proseguita anche nel 2009 l'attività di sostituzione o eliminazione di 126.422 pali.

I dati indicati nella tabella si riferiscono alle quantità di rifiuti conferiti⁽⁶⁾ e contabilizzati per legge⁽⁷⁾.

		RIFIUTI CONFERITI – TELECOM ITALIA S.P.A. ^(*)		
		Telecom Italia S.p.A. 2009	2009 su 2008	VARIAZIONE % 2009 su 2007
Rifiuti pericolosi	kg	6.268.050	22,42%	115,13%
Rifiuti non pericolosi	kg	11.536.683	6,97%	(11,12%)
Totale quantità rifiuti	kg	17.804.733	11,95%	12,02%
Rifiuti per riciclo e recupero	kg	16.190.509	14,78%	4,07%
Rapporto tra quantità di rifiuti riciclati/recuperati e rifiuti totali		90,93%	2,53%	(7,10%)

(*) I dati non includono i pali telefonici.

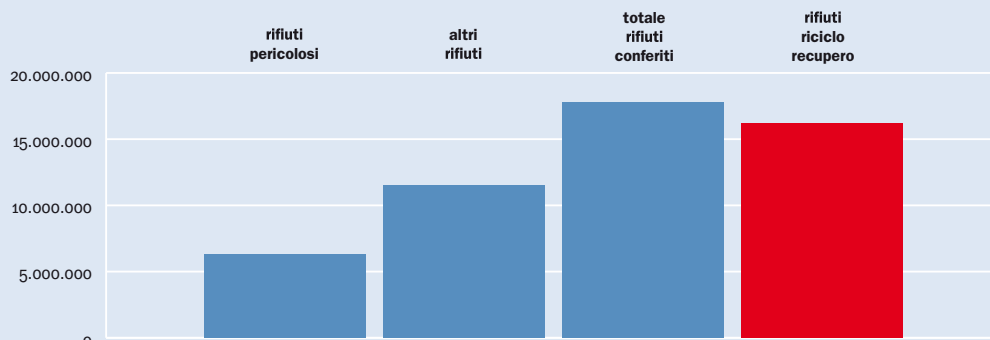
		% DI INCIDENZA DELLE BU SUI VALORI DI GRUPPO			
		Gruppo 2009	Domestic/Brasile/Altre attività	Media	Olivetti
Totale rifiuti conferiti	kg	21.327.467	92,57%	0,34%	7,09%

(5) Direttiva Europea 2002/95/CE sulla restrizione dell'uso di determinate sostanze pericolose nelle apparecchiature elettriche ed elettroniche (Restriction of Hazardous Substances Directive).

(6) Per "rifiuti conferiti" si intendono i rifiuti consegnati al trasportatore per l'avvio a riciclo e recupero o smaltimento. Dalle verifiche effettuate nel 2007 nell'ambito dei rifiuti tecnologici su circa 6.000.000 di kg di rifiuti consegnati al trasportatore per l'avvio a riciclo e recupero, il 97% è stato effettivamente riciclato e recuperato mentre il rimanente 3% è stato smaltito.

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

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



Emissioni elettromagnetiche e sonore

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

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

Continua il monitoraggio sistematico dei livelli di emissioni elettromagnetiche degli impianti di La7, MTV e TI Media Broadcasting per garantire il rispetto dei limiti di legge e il mantenimento di elevati standard di sicurezza. In particolare il Gruppo TI Media verifica che:

- i livelli di campo elettromagnetico prodotti dalle emissioni siano sempre inferiori a 20 V/m nelle aree raggiungibili da persone estranee alla società mentre, nelle aree con abitazioni, asili, scuole o comunque frequentate per periodi di tempo oltre le quattro ore giornaliere, i livelli di campo elettromagnetico siano sempre sotto 6 V/m;
- i livelli di esposizione dei lavoratori non superino i valori della direttiva 2004/40/CE, recentemente recepita con il D.Lgs. 257/2007.

In base ai controlli effettuati sul territorio italiano, le emissioni elettromagnetiche generate singolarmente da La7 e MTV rientrano nei limiti di legge, con valori significativamente più bassi per la trasmissione

televisiva digitale, che permette una riduzione delle emissioni elettromagnetiche di circa il 75% rispetto alle tecniche tradizionali analogiche.

Il Gruppo ottimizza anche le emissioni delle Stazioni Radio Base (SRB) della telefonia mobile. Nel 2009 è stato superato l'obiettivo di installazione di seconde portanti, antenne aggiuntive che permettono di ridurre la potenza di campo complessivamente emessa dalle SRB, in periodi di massimo traffico voce. L'utilizzo di due portanti a radiofrequenza, legata anche allo sviluppo della copertura "High Speed", consente, a parità di traffico veicolato, una potenza totale emessa dalla SRB inferiore del 15%. Tale valore di riduzione è stato verificato tramite prove di laboratorio di TILab.

Analogamente è posta attenzione alle emissioni dei terminali mobili attivi sulle bande di frequenza operate da Telecom Italia: GSM 900 MHz, DCS 1800 MHz e UMTS. Nel 2009, in linea con gli obiettivi prefissati, sono stati sottoposti a qualificazione SAR tutti i modelli di terminali cellulari tecnologicamente innovativi e di ampia diffusione in Italia e il 25% dei modelli brasiliani⁽⁸⁾.

Il tema dell'elettromagnetismo, con i possibili effetti sui sistemi biologici, è stato oggetto negli ultimi anni di numerosi studi e dibattiti che hanno coinvolto la comunità scientifica e l'opinione pubblica. Maggiori approfondimenti sono disponibili su canale

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

di sostenibilità del sito www.telecomitalia.it.

Sul fronte della riduzione dell'inquinamento acustico sono proseguite le verifiche delle emissioni sonore degli impianti aziendali. Sulla base di queste verifiche, nel 2009, sono stati bonificati 21 siti (11 di rete fissa e 10 di rete mobile). Inoltre sono stati effettuati circa 70 interventi di manutenzione/sostituzione a seguito di segnalazioni, implementando specifiche modalità di funzionamento (per esempio temporizzando l'accensione dei condizionatori) o creando barriere antirumore.

Sono proseguiti anche nel 2009 gli interventi di riduzione dell'impatto visivo delle antenne di rete mobile localizzate in contesti paesaggistici particolari.

CAMBIAMENTO CLIMATICO

La comunità scientifica attribuisce un ruolo rilevante ai processi industriali, e in genere all'uomo, nell'aumento della frequenza e della gravità dei fenomeni climatici estremi e nel riscaldamento globale. Il contenimento di tali fenomeni entro limiti ritenuti non catastrofici costituisce una delle sfide che l'umanità deve affrontare, principalmente riducendo le emissioni di anidride carbonica e di altri gas a effetto serra.

Il settore dell'Information and Communication Technology (ICT) può giocare un ruolo fondamentale per il contrasto del cambiamento climatico, non solo contenendo le proprie emissioni di CO₂, ma soprattutto contribuendo alla riduzione delle emissioni degli altri settori grazie all'offerta di servizi che promuovano nuovi modi di lavorare, apprendere, viaggiare e, più in generale, di vivere. Secondo Global e-Sustainability Initiative (GeSI Smart 2020), nel 2020 l'ICT sarà responsabile di circa il 3% delle emissioni mondiali di CO₂ ma contribuirà a ridurre le emissioni di CO₂ degli altri settori industriali di circa il 15%.

Per questo Telecom Italia partecipa a diverse iniziative promosse da organismi come CSR Europe, ITU, ETNO, ETSI, GeSI, Sodalitas. Telecom Italia è inoltre tra i coordinatori dell'EE IOCG (Energy Efficiency Inter-Operator Collaboration Group), gruppo di lavoro

intersectoriale mondiale (operatori Tlc e fornitori di apparati) per accelerare la diffusione di dispositivi a basso consumo energetico e favorire l'adozione di opzioni tecnologiche efficienti e standardizzate.

Anche nella misurazione delle emissioni di gas serra il Gruppo ha raggiunto nel 2009 importanti risultati, riconosciuti dal Carbon Disclosure Project (CDP). CDP è un'iniziativa internazionale, al settimo anno di attività, che stimola le aziende a gestire i rischi e le opportunità emergenti dal cambiamento climatico. Il Gruppo partecipa all'iniziativa fin dal 2005. Nel 2009, malgrado la crescente selettività, il Gruppo ha avuto il miglior risultato tra le aziende italiane appartenenti all'indice "Global500" e, in termini relativi, è passato dal 6° posto del 2008 al 5° fra le aziende del settore Tlc partecipanti.

Telecom Italia ha sottoscritto il Copenhagen Communiqué predisposto dal Corporate Leaders Group on Climate Change (CLG) che opera con il supporto dell'Università di Cambridge. Il comunicato ha dato voce a una parte rilevante delle aziende dell'UE e del mondo (950 aziende da 60 Paesi) sulle aspettative riposte sul vertice COP15 delle Nazioni Unite di dicembre 2009.

L'approccio seguito dal Gruppo per contrastare il cambiamento climatico si svolge a due livelli:

- riduzione delle proprie emissioni dirette e indirette di gas serra;
- incoraggiamento e supporto per la dematerializzazione di beni e servizi contribuendo alla riduzione delle emissioni di altri settori.

La riduzione delle emissioni

L'impatto ambientale di Telecom Italia in termini di emissioni di CO₂ è determinato, come illustrato nei paragrafi precedenti, da emissioni dirette da utilizzo di combustibili fossili, indirette per acquisto di energia elettrica e altre emissioni indirette come spostamenti casa-lavoro e trasferte aeree.

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

- sostituzione di veicoli Euro3 caratterizzati da elevata percorrenza, con vetture diesel Euro4 con filtro antiparticolato (FAP) e riduzione del numero di veicoli. L'ammmodernamento del par-

co auto ha riguardato 1.504 vetture con una riduzione delle emissioni di circa il 30% rispetto a quelle prodotte dai veicoli dismessi (circa 2.169 tonnellate di emissioni di CO₂).

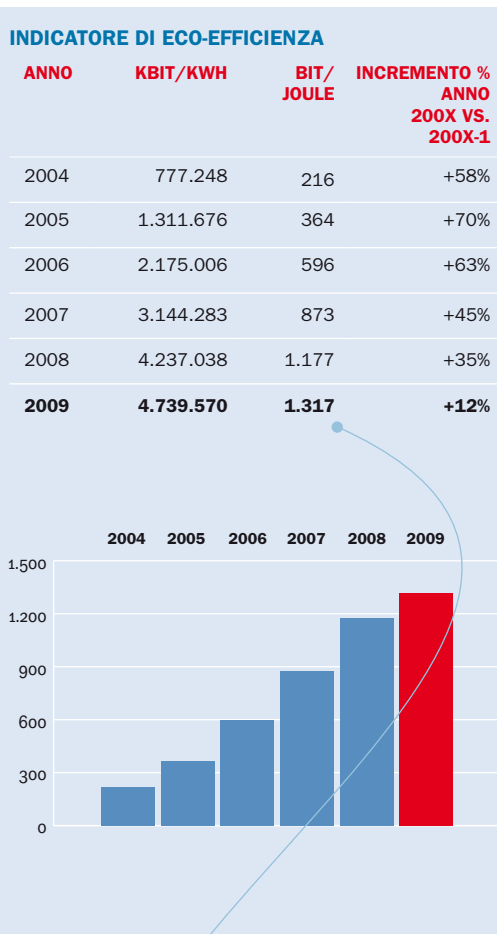
- Aggiornamento delle centrali termiche alimentate a gasolio con impianti prevalentemente alimentati a metano. Le trasformazioni del 2009 hanno fatto calare le emissioni di CO₂ di 214 tonnellate (in linea con l'obiettivo definito).
- Adesione al Manifesto EEB (Energy Efficiency in Buildings), promossa dal WBCSD (World Business Council for Sustainable Development), per lo sviluppo di un programma articolato su cinque azioni: definizione di una base dati dei consumi energetici precedenti alle iniziative di efficientamento; pubblicazione di una policy sulle performance energetiche degli edifici; definizione e conduzione di programmi di audit per la verifica dell'attuazione dei programmi definiti; pubblicazione annuale dei dati su energia, emissioni di CO₂ e avanzamento dei programmi; promozione dell'efficienza energetica degli edifici tra fornitori, dipendenti e altri stakeholder. L'iniziativa, operativa nel 2010, coinvolgerà 50 immobili aziendali a uso ufficio.
- Il progetto NGDC (Next Generation Data Center) il cui obiettivo è la modifica dell'architettura di Information Technology tramite la concentrazione fisica e la virtualizzazione dei server per passare dagli attuali 11.350 a meno di 2.000 server entro il 2011. Tale nuova configurazione, basata sul modello di Service Oriented Data Center, permette di ridurre i costi di manutenzione/gestione e i consumi energetici. A regime l'NGDC consentirà un risparmio energetico dell'ordine del 40% rispetto alla configurazione iniziale.

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

Indicatore di eco-efficienza

Da anni Telecom Italia S.p.A. misura la propria efficienza energetica mediante un indicatore che mette in relazione il servizio offerto alla clientela (semplificato nella misura di bit trasmessi) con l'impatto aziendale sull'ambiente (consumi energetici). Sono

presi in considerazione i valori di traffico dati e voce da rete fissa/mobile e i consumi energetici industriali (per uso trasmissivo e di condizionamento delle centrali), civili (energia elettrica per uso ufficio, condizionamento e riscaldamento sedi) e i consumi per autotrazione. La tabella che segue mostra l'andamento dell'indicatore di eco-efficienza negli ultimi anni.



Nel 2009 il valore dell'indicatore pur sensibilmente migliorato è risultato al di sotto delle attese. Il tasso di incremento annuale è in progressiva contrazione: le azioni di efficienza energetica e gli aumenti di traffico già conseguiti riducono i margini di ulteriore miglioramento. L'impegno prosegue con la definizione dell'obiettivo 2010: 1.410 bit/Joule (+7% rispetto al dato 2009).

Per il primo anno Tim Brasil ha misurato il proprio indicatore di eco-efficienza per monitorare la propria performance. Il valore 2009 è pari a 117 bit/Joule. Tuttavia, il dato non è confrontabile con quello di

Telecom Italia a causa delle numerose differenze: le tecnologie utilizzate (solo rete mobile in Brasile, rete mobile e fissa in Italia), le caratteristiche geografiche, la situazione climatica, la tipologia di clientela. L'indicatore sarà però molto utile per implementare future azioni di miglioramento.

Mobility Management

Telecom Italia ha avviato il progetto Mobility Management per ridurre l'impatto ambientale degli spostamenti casa-lavoro e contribuire a migliorare la qualità di vita dei dipendenti, in particolare nelle città italiane con mobilità urbana difficoltosa e forte inquinamento atmosferico. Per le sedi direzionali sono state contattate le aziende di trasporto pubblico al fine di migliorare i collegamenti e incentivarne l'utilizzo.

Su Intranet è stato creato uno spazio dedicato alla mobilità dei dipendenti, offrendo informazioni, servizi e raccogliendo pareri e suggerimenti, al fine di promuovere abitudini di spostamento sostenibili. Lo spazio è diviso in tre sezioni: segnalazioni e proposte, informazioni sull'accessibilità e collegamenti delle sedi, car pooling. Il car pooling fra dipendenti, proposto come soluzione alternativa alla mobilità tradizionale, consiste nel raggruppare più persone per fare il viaggio con una sola auto, individuando persone con esigenze di trasporto compatibili (orari, luogo di partenza e di arrivo, ecc.). Il car pooling consente un impatto ridotto sull'ambiente, minori costi di trasporto per il partecipante, minor usura dell'auto e una riduzione dello stress psicofisico. Un link con il Carbon Meter di Telecom Italia (cfr. § [Informazione](#)) consente di quantificare la riduzione di CO₂ e cogliere i benefici del car pooling aumentando il livello di consapevolezza ambientale.

Telecom Italia come parte della soluzione

L'ICT può svolgere un ruolo significativo nella lotta al cambiamento climatico attraverso la promozione e diffusione di prodotti e servizi che stimolano comportamenti in grado di ridurre o eliminare le emissioni di gas serra generate da spostamenti di persone e oggetti sul territorio. In generale, i progressi nell'ICT favoriscono la sostituzione di prodotti fisici e servizi tradizionali con prodotti e processi digitali (per ulteriori informazioni, cfr. § [Clienti](#)). Per esempio⁽⁹⁾:

i servizi di videoconferenza e di audioconferenza permettono di evitare spostamenti di persone;

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

Le tecnologie ICT possono tuttavia modificare le caratteristiche di prodotti e servizi (prezzo, efficienza e, quindi, convenienza) facendone crescere la domanda. Su larga scala, gli impatti ambientali ottenuti possono diventare negativi (incremento della domanda di energia, maggiori problemi di gestione dei rifiuti generati da prodotti tecnologicamente obsoleti). È responsabilità del settore ICT, e quindi anche di Telecom Italia, non sottovalutare questo effetto minimizzando i propri impatti negativi sull'ambiente e puntando alla ricerca e sviluppo di prodotti a basso impatto ambientale lungo tutto il proprio ciclo di vita (cfr. § [Responsabilità di prodotto](#)).

Telecom Italia ha avviato nel 2009 delle partnership e ha lanciato dei servizi per rispondere all'esigenza di diminuire gli impatti ambientali.

È stato siglato un accordo tra Telecom Italia, Electrolux, Enel e Indesit per la sperimentazione di un

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

(9) È stato stimato che 100 milioni di audioconferenze al posto di

sistema tecnologico innovativo in cui elettrodomestici intelligenti ottimizzano i consumi energetici delle abitazioni. Si potranno conoscere i consumi direttamente sul proprio PC, sul telefonino o sul display dell'elettrodomestico, scaricando programmi personalizzati per una gestione eco-efficiente della propria abitazione. Si tratta di un primo passo verso le smart grid, le reti intelligenti, che consentiranno l'invio di informazioni agli elettrodomestici in modo che possano autoprogrammarsi in base alla disponibilità e al prezzo dell'energia, evitando i picchi di domanda di energia e di sovraccaricare le reti di trasmissione (cfr. § Clienti/I servizi innovativi).

Telecom Italia offre alla propria clientela MyEnergy, un servizio di energy management (www.tigreen.it) basato su soluzioni ICT che consentono l'ottimizzazione dei consumi energetici attraverso sistemi di monitoraggio da remoto degli impianti, utilizzando sensori evoluti e applicazioni rese disponibili dai Data Center di Telecom Italia. In particolare fanno parte dell'offerta:

- MyEnergy – Analysis: per l'analisi delle spese energetiche;
- MyEnergy – Power Management: per la gestione e l'ottimizzazione dei consumi elettrici;
- MyEnergy – Lighting Management: per la gestione degli impianti di illuminazione pubblica e privata;
- MyEnergy – Gas Management: per il monitoraggio e l'ottimizzazione del business delle aziende di distribuzione dei gas in bombola.

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

In tema di gestione del territorio e ottimizzazione dell'utilizzo delle risorse energetiche, Telecom Italia ha proposto alle amministrazioni locali l'offerta Smart Town. Tale soluzione, già adottata da alcune amministrazioni, ha consentito rilevanti efficienze energetiche: la sola applicazione concernente l'illuminazione pubblica è in grado di generare da sola una riduzione di consumi elettrici fino al 30%.

Telecom Italia coordina il progetto E-Cube che studia, sviluppa e implementa soluzioni ICT innovative che permettono una gestione efficiente dell'energia negli ambiti domestici e industriali. Il progetto svilupperà smart plug, smart appliance, algoritmi di gestione ottimale degli apparati e altre componenti che potranno essere utilizzate per il controllo e il monitoraggio a distanza dei consumi.

Particolare attenzione è posta alla tutela della privacy dei consumatori che utilizzeranno le soluzioni proposte da E-Cube e alla definizione delle policy per garantirne la diffusione. Al progetto, parzialmente finanziato dal Bando 2015 – Efficienza Energetica del Ministero dello Sviluppo Economico, oltre a Telecom Italia che coordina anche un gruppo di lavoro, partecipano Edison Energia, Electrolux, Energy Team, NERA Economic Consulting, Neohm, Ospedale San Raffaele, RPS-Riello, STMicroelectronics, Telit, Università di Roma "La Sapienza" e Università di Verona.

Nel 2009, in Telecom Italia, sono state effettuate circa 2.000 videoconferenze fra le sedi di Roma/Milano, circa 5.700 multi-videoconferenze e 18.000 audioconferenze fra più sedi aziendali. In aggiunta a queste, gestite in maniera centralizzata, un gran numero di videoconferenze e audioconferenze hanno continuamente luogo in azienda fra risorse abilitate all'utilizzo autonomo di postazioni indipendenti. L'utilizzo di questi sistemi permette di evitare consistenti emissioni di anidride carbonica (e altri inquinanti) connesse all'utilizzo dei mezzi di trasporto⁽¹⁰⁾.

RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO

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

- salute e sicurezza dei consumatori;
- etichettatura di prodotti e servizi (labelling);
- comunicazioni di marketing;

(10) A ogni videoconferenza prendono mediamente parte circa 10 persone e la metà di queste avrebbe viaggiato per partecipare all'incontro. Si può stimare, per le sole videoconferenze realizzate fra le sedi direzionali di Roma-Milano, una mancata emissione complessiva pari a 1.200 tonnellate di anidride carbonica. Ogni persona in movimento sulla direttrice Roma-Milano comporterebbe un impatto di circa 120 kg e ogni evento sostituito risparmierebbe non meno di 600 kg (la stima è realizzata sul solo traffico aereo: circa 1000 km fra andata e ritorno con un fattore di impatto sul medio raggio pari a 0,12 kg per km – fonte GHG Protocol).

- rispetto della privacy;
- conformità alle normative applicabili;
- impatto ambientale del prodotto.

Di seguito sono riportate alcune tra le principali iniziative che Telecom Italia ha promosso in quest'ambito.

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

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

Telecom Italia è tra i primi operatori di Tlc ad aver aderito al Codice di Condotta per Apparati Broadband v3, documento che definisce target di consumo energetico per modem, home gateway e altri apparati di rete domestica e di rete di accesso (cfr. [§ Energia](#)).

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

Nel 2009 è stato lanciato sul mercato un terminale eco-cordless progettato con un impatto ambientale minimo lungo tutto il ciclo di vita:

- la scocca è in bio plastiche PLA (acido polilattico biodegradabile derivato dal mais);
- l'elettronica, priva di sostanze alogene, anticipa e supera le più moderne normative europee in materia;
- l'alimentatore è conforme ai requisiti di rendimento energetico Energy Star e EU Code of Conduct on Efficiency of External Power Supplies – v4;

- l'assemblaggio non prevede l'utilizzo di collanti ed è realizzato in modo da consentire un agevole smaltimento delle diverse componenti elettroniche;
- l'imballaggio è in cartone riciclato ed è studiato per minimizzare l'impatto in fase di trasporto.

Il prodotto è corredato di dichiarazione ambientale stilata secondo la norma ISO 14021 (Dichiarazioni Ambientali di Tipo II).

La valutazione dei consumi energetici associati all'eco-cordless, stimata in funzione di un ciclo di funzionamento standardizzato di due ore al giorno di uso, due ore al giorno di stand-by e 20 ore al giorno di attesa e ricarica, evidenzia un consumo energetico annuo di 13,9 kWh con un risparmio energetico di circa il 40% rispetto a prodotti analoghi.

È stata inoltre effettuata una revisione dei processi di fine vita degli home access gateway⁽¹¹⁾ utilizzati per la fornitura dei servizi broadband residenziali e small business, da cui sono stati derivati requisiti di Design For Environment (DFE) per le generazioni future di prodotto. Tra le soluzioni migliorative identificate si segnalano:

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

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

della loro numerosità, consentono di stimare un risparmio energetico annuo nell'ordine dei 100 GWh.

Nel 2009 la metodologia dell'Analisi del Ciclo di Vita (LCA) è stata applicata a 23 prodotti in commercializzazione (cellulari, terminali fissi, fax e stampanti) nell'ambito del progetto Green Procurement (cfr. § Fornitori/Principali iniziative di sostenibilità).

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

Telecom Italia ha inoltre pubblicato una Policy di Green Procurement (cfr. § Fornitori/Principali iniziative di sostenibilità).

FORMAZIONE E COMUNICAZIONE INTERNA

La diffusione e il sostegno della cultura ambientale contribuiscono a rafforzare lo sviluppo sostenibile delle attività del Gruppo. Nel corso dell'anno, oltre a temi ambientali di interesse generale, sono state sviluppate numerose iniziative di formazione riguardanti:

- Impresa e ambiente
- Sistema di Gestione Ambientale
- Life Cycle Assessment
- Mobility Management
- Risparmio energetico ed energie rinnovabili
- Riduzione delle emissioni
- Inquinamento elettromagnetico
- Green Procurement
- Gestione dei rifiuti
- Inquinamento del suolo
- Riduzione del consumo di carta e sostituzione della carta vergine con carta riciclata

In quest'ottica è stato pubblicato un articolo nella rivista interna "noi.magazine" riguardante lo sviluppo del Sistema di Gestione Integrata Sicurezza e

Ambiente nel customer care. È inoltre proseguita la pubblicazione del bollettino "noi.ash" dedicato ai temi della responsabilità d'impresa.

Il 5 giugno, giornata mondiale per l'ambiente, Tim Brasil ha ufficializzato la propria Politica Ambientale, lanciando una campagna interna mirata ad aumentare la consapevolezza del personale nei confronti dell'ambiente. Per questo è stato predisposto un elenco di semplici azioni da condividere con la famiglia, come la raccolta differenziata di rifiuti e di batterie e pile usate, la scelta di materiali riciclabili e riciclati, il risparmio di acqua ed energia.

Per numerosi eventi, in particolare a carattere ambientale, è stato realizzato con AzzeroCO2 uno specifico programma di rilevazione degli impatti e compensazione delle relative emissioni.

INFORMAZIONE

Attraverso le televisioni del Gruppo, La7 e MTV, sono stati realizzati numerosi programmi e iniziative volti a sensibilizzare e coinvolgere il pubblico sulle tematiche ambientali. In particolare, in occasione della giornata mondiale per l'ambiente, è stata lanciata l'iniziativa "La7 e l'ambiente: un impegno esclusivamente per tutti" invitando a raccontare, su www.la7.it/ambiente, il proprio proposito per contribuire al mondo che verrà (cfr. § Comunità/Media tradizionali).

Il progetto di comunicazione integrato di Telecom Italia AVoiComunicare è attivo sui grandi temi sociali e ambientali. Nel corso del 2009 si è focalizzato in prevalenza sui temi dell'ambiente e dello sviluppo sostenibile, indicati come prioritari dagli stessi utenti del sito Internet attraverso un sondaggio online.

La Conferenza mondiale sui cambiamenti climatici (UN COP15) è stata anticipata e seguita attraverso uno spazio dedicato su AVoiComunicare che ha registrato le aspettative e gli esiti degli incontri. L'aggiornamento è stato realizzato in diretta attraverso un'osservatrice in loco e, al termine dell'evento, è stato proposto un questionario per rilevare il grado di soddisfazione al riguardo (cfr. § Comunità/Social media e digital communication).

In collaborazione con PricewaterhouseCoopers Telecom Italia ha creato il "Carbon meter", disponibile su AVoiComunicare, per prendere coscienza di quanta anidride carbonica emettiamo con le nostre azioni quotidiane e verificare tramite uno strumento online come e quanto possiamo contribuire a mitigare i cambiamenti climatici attraverso piccole modifiche dei nostri comportamenti. Il meter offre anche indicazioni su come le soluzioni ICT (videoconferenza, collegamenti broadband, acquisti e operazioni online) permettono di ridurre le emissioni e migliorare la qualità della vita.

Telecom Italia ha inoltre patrocinato con Comieco e l'Università di Palermo l'iniziativa "More E Less LAB: futuro e consumo. Nuovi stili di vita e di consumo" organizzata nell'ambito della Settimana di Educazione allo Sviluppo Sostenibile UNESCO per la sostenibilità.

SISTEMI DI GESTIONE AMBIENTALE

I Sistemi di Gestione Ambientale (SGA) contribuiscono a gestire in modo sostenibile i processi produttivi e di supporto e rappresentano uno stimolo al miglioramento continuo della performance ambientale.

Il Gruppo ha promosso nel corso degli anni la realizzazione di tali sistemi quali strumenti per garantire l'efficace gestione, la prevenzione e la continua

riduzione degli impatti ambientali nell'ambito dei processi lavorativi. I SGA del Gruppo finora sviluppati hanno ottenuto la certificazione ISO 14001 e, presso due call center a Roma e Napoli, il Sistema Integrato Sicurezza e Ambiente ha ottenuto in aggiunta la certificazione OHSAS 18001.

Nel 2009 è stata confermata, con l'emissione di un nuovo certificato ISO 14001 di validità triennale, l'efficace applicazione del sistema di gestione ambientale della divisione Technology & Operations per la parte impiantistica, le infrastrutture tecnologiche, industriali e civili.

Nel capitolo Clienti sono riportate le certificazioni ambientali ottenute o confermate nell'anno.

AUDIT

Come negli anni passati, sono stati effettuati audit a carattere ambientale su funzioni aziendali e imprese esterne che svolgono attività che possono determinare impatti sull'ambiente. Le tematiche oggetto di audit includono la verifica del rispetto dei requisiti di legge, il controllo dell'adempimento da parte delle imprese delle clausole contrattuali per la corretta gestione di attività con impatti ambientali e la verifica della corretta gestione di attività significative (gestione dei rifiuti, bonifiche, implementazione di Sistemi di Gestione integrati Ambiente e Sicurezza).

Per informazioni sugli ulteriori controlli svolti presso i fornitori (cfr. § Fornitori/Controlli).

Il ruolo di una grande Azienda nei Paesi in cui opera.

COMUNITÀ

STRATEGIA

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

In coerenza con tali obiettivi e con le responsabilità assunte verso i diversi stakeholder, il Gruppo individua nella ricerca e nell'innovazione una condizione prioritaria di crescita e successo.

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

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

STAKEHOLDER

Gli stakeholder rilevanti della Comunità sono i seguenti:

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

MACRO AREE DI INTERVENTO

Sul sito Internet di Telecom Italia sono state pubblicate le "linee guida di Gruppo per i contributi volontari alla Comunità"⁽¹⁾ volte a regolare le molteplici forme con cui tali investimenti possono essere effettuati.

Sono state individuate due principali aree d'intervento:

1. attività volontarie coerenti con il core business del Gruppo (collegate all'offerta di servizi ICT)⁽²⁾;

(1) Il testo completo delle linee guida del Gruppo Telecom Italia per i contributi volontari alla Comunità è disponibile sul sito Internet del Gruppo (www.telecomitalia.it), nel canale Sostenibilità/Stakeholder/Comunità.

(2) In questo capitolo sono riportati esclusivamente i prodotti/servizi offerti a titolo gratuito mentre quelli che pur avendo un impatto significativo sulla Comunità sono offerti a pagamento, sono inclusi nel capitolo Clienti.

- attività finalizzate allo sviluppo generale della Comunità (principalmente le attività della Fondazione Telecom Italia).

Gli interventi coerenti con il core business hanno come obiettivi:

- ridurre il Digital Divide di natura sociale attraverso la divulgazione della conoscenza e dell'utilizzo delle tecnologie di comunicazione verso la società civile, con un'attenzione particolare a quei segmenti che risultano discriminati per motivi anagrafici o sociali. Esempi di attività svolte dal Gruppo con tale scopo sono i corsi Internet per gli anziani, gli interventi nelle scuole sull'innovazione tecnologica, le mostre di tecnologia, i festival della scienza;
- dare risposta a esigenze e bisogni manifestati dalla Comunità attraverso l'impiego del know-how dell'Azienda. Ne fanno parte gli "SMS solidali" e altre iniziative di fund raising nelle quali il Gruppo mette a disposizione infrastrutture, customer care e altri settori operativi, le iniziative per lo sviluppo di soluzioni per portatori di alcune disabilità, per i malati, per gli anziani e per i minori.

Tra le attività finalizzate allo sviluppo generale della Comunità rientrano le iniziative e i progetti senza un diretto collegamento con i servizi e i prodotti offerti dal Gruppo. Esempi di queste attività sono i progetti in Brasile per l'inclusione sociale di bambini che vivono in condizioni di degrado, le iniziative a favore della lotta alle malattie, il supporto ad associazioni che lottano contro la criminalità organizzata, i progetti educativi per il rispetto dell'ambiente, le iniziative culturali per la salvaguardia del patrimonio artistico, ecc.

COME SONO INDIVIDUATE LE MACRO AREE DI INTERVENTO

Il Gruppo ha scelto di dare priorità alle attività in cui il proprio know-how e le proprie competenze possono dare un valore aggiunto alla Comunità.

Tuttavia Telecom Italia, in quanto grande Azienda, non può esimersi dal sostenere importanti cause sociali, anche se lontane dal proprio business. Da sempre, infatti, supporta iniziative volte a soddisfa-

re i bisogni della collettività e anche per questo, a dicembre 2008, è stata costituita la Fondazione Telecom Italia.

COME SONO INDIVIDUATI I PROGETTI DA REALIZZARE

Telecom Italia individua i progetti da realizzare sulla base di:

- consultazione degli stakeholder e contatti diretti con le associazioni della società civile;
- progetti di partnership con stakeholder e associazioni;
- benchmark con gli altri operatori di Tlc europei;
- partecipazione ad associazioni di settore (per esempio London Benchmarking Group);
- conoscenza delle problematiche di settore condivisa con le altre funzioni del Gruppo;
- sollecitazioni esterne come risposta a urgenze sociali (per esempio terremoto in Abruzzo).

COME VENGONO REALIZZATI I SINGOLI PROGETTI

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

- Nella fase di pianificazione vengono individuati l'obiettivo da raggiungere, i destinatari del progetto, le tempistiche delle singole attività, la durata complessiva dell'iniziativa, i modi per monitorare il progetto, il budget.
- La selezione dei progetti può avvenire:
 - tramite bandi pubblici (come nel caso di molti dei progetti seguiti dalla Fondazione Telecom Italia);
 - come scelta aziendale, che si sviluppa a valle del processo di consultazione sopra descritto, in coerenza con le linee guida per i contributi volontari alla Comunità.
- La gestione dei progetti selezionati di regola avviene attraverso partnership o accordi quadro. Talvolta vengono effettuate delle erogazioni in denaro lasciando la gestione dell'attività all'ente/associazione beneficiaria.
- Il sistema di monitoraggio vigente prevede un

tipo di controllo a posteriori, ritagliato sulle peculiarità dei singoli progetti. Nei bandi della Fondazione Telecom Italia, per la selezione dei progetti, uno dei requisiti di ammissibilità è rappresentato proprio dalla presenza di un sistema di controllo che a sua volta costituisce uno dei parametri di valutazione dei progetti presentati. Infine, Il Comitato per il Controllo Interno e la Corporate Governance, composto da soli Consiglieri di Amministrazione indipendenti, svolge un'azione di controllo sulle attività di sostenibilità in genere, ivi inclusi i progetti svolti dalla Fondazione Telecom Italia, in termini di verifica di coerenza con i valori etici del Gruppo.

Benchmarking Group (LBG), ammonta per il 2009 a 36,5 milioni di euro (36,3 milioni di euro nel 2008), pari all'1,09% dell'utile prima delle imposte.

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

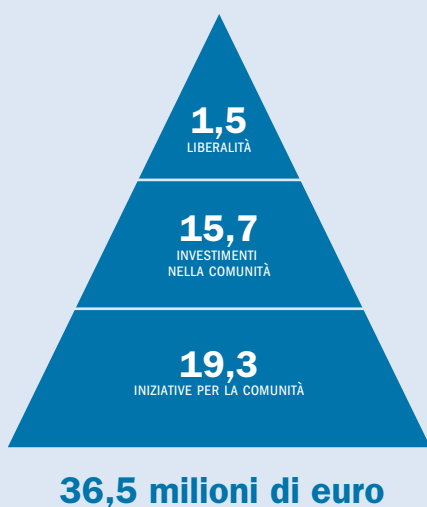
Il LBG, fondato nel 1994, è un'Associazione cui aderiscono oltre 100 grandi società internazionali e rappresenta lo standard di riferimento a livello mondiale per la classificazione dei contributi volontari delle aziende a favore della Comunità.

In coerenza con il modello LBG, per misurare e rappresentare l'impegno del Gruppo nei confronti della Comunità, i contributi erogati sono stati suddivisi in tre categorie (Liberalità, Investimenti nella Comunità, Iniziative per la Comunità), utilizzando la consueta rappresentazione a piramide:

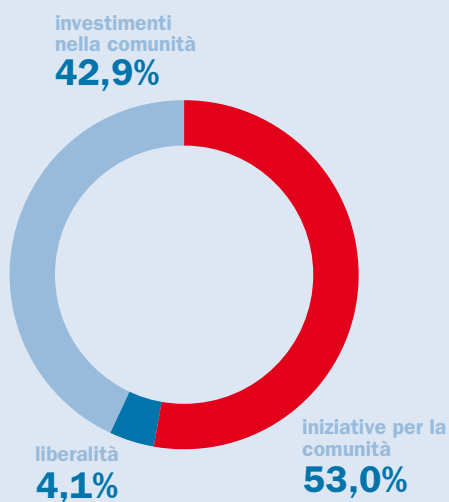
COME VIENE MISURATO IL CONTRIBUTO ALLA COMUNITÀ

Il contributo del Gruppo Telecom Italia alla Comunità, calcolato secondo le linee guida del London

SCHEMA LBG (MILIONI DI EURO)



RIPARTIZIONE % DEL CONTRIBUTO ALLA COMUNITÀ DEL GRUPPO TELECOM ITALIA



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

LIBERALITÀ

Criteri

Supporto occasionale a un ampio range di buone cause in risposta ai bisogni e agli appelli di organizzazioni comunitarie, anche attraverso partnership tra Azienda, dipendenti, clienti e fornitori.

Contributi

Donazioni a enti nazionali/internazionali effettuate senza un programma specifico di medio/lungo termine.
Sponsorizzazione di cause o eventi non facenti parte di una strategia di marketing.
Raccolta fondi e donazioni da parte dei dipendenti con il contributo aziendale.
Costi per la promozione e il supporto alle donazioni da parte dei dipendenti.
Costi per il supporto alle donazioni da parte di clienti e fornitori.

INVESTIMENTI NELLA COMUNITÀ

Criteri

Impegno strategico a lungo termine da parte dell'Azienda in attività indirizzate a un numero limitato di cause sociali.

Contributi

Quote associative e sottoscrizioni.
Contributi e donazioni effettuate in base a un programma specifico di medio/lungo termine.

INIZIATIVE PER LA COMUNITÀ

Criteri

Attività generalmente svolte dal settore commerciale a supporto diretto del successo dell'Azienda anche in partnership con organizzazioni umanitarie.

Contributi

Sponsorizzazione di eventi, pubblicazioni e attività per la promozione del brand e della corporate identity.
Cause Related Marketing, vendite promozionali.
Supporto alla ricerca scientifica e universitaria e a organizzazioni umanitarie.
Cura dei clienti con bisogni particolari.
Attività di Protezione Civile.

RISPOSTE AGLI STAKEHOLDER

Le iniziative coerenti con il core business

Di seguito, a titolo di esempio, sono riportate alcune attività svolte nel 2009 che si riferiscono a iniziative per rispondere ai bisogni della Comunità utilizzando le tecnologie alla base dell'offerta di servizi di Telecom Italia.

La diffusione dell'ICT nelle scuole

Telecom Italia ha siglato con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (MIUR) un Protocollo d'intesa per la diffusione dell'ICT nelle scuole, con l'obiettivo di accompagnare i giovani nell'uso delle nuove tecnologie e promuoverne l'utilizzo a fini didattici. La partnership prevede sia la definizione di specifiche offerte contenenti riduzioni e agevolazioni di prezzo per l'acquisto di prodotti e servizi di Tlc, sia lo sviluppo di piani di ricerca per migliorare i processi di insegnamento e apprendimento. L'accordo prevede anche la realizzazione di iniziative culturali ed educative mirate alla sensibilizzazione dei giovani su temi legati alla sostenibilità ambientale, al bullismo e alla sicurezza in rete.

Internet Saloon

L'iniziativa, nata nel 2000 dalla partnership tra l'Associazione Interessi Metropolitan di Milano e le società Telecom Italia, Gruppo Credito Valtellinese, HP e Microsoft, ha l'obiettivo di favorire la diffusione di Internet e delle nuove tecnologie tra le persone con più di 50 anni. I corsi base di Internet, tenuti da studenti universitari, durano una giornata e sono impostati in modo che chiunque, anche senza alcuna conoscenza del PC, possa navigare in rete e utilizzare la posta elettronica dopo qualche ora di lezione. A oggi sono attivi gli Internet Saloon di Milano, Sondrio, Pavia e Catania e quelli recentemente aperti di Ancona, Bari e Napoli. In nove anni di attività oltre 35.000 persone hanno frequentato i corsi con successo.

Telemouse

Questa iniziativa, realizzata in partnership con la Fondazione Mondo Digitale, prevede l'attivazione a Roma di 180 corsi di alfabetizzazione digitale ad alta diffusione territoriale rivolti agli over 60.

I corsi base si svolgono nelle aule informatiche di 60 scuole romane e sono tenuti da studenti selezionati che ottengono crediti formativi scolastici a fronte di questo impegno.

Parallelamente, in 50 centri sociali per anziani del Comune di Roma, sono stati realizzati altrettanti Internet Corner Telecom: luoghi accoglienti e familiari dove gli anziani possono mettere in pratica le competenze acquisite e, grazie all'esperienza delle prime figure di nonni-tutor, avvicinare altri coetanei alle nuove tecnologie.

Nel biennio 2009-2011 si prevede un totale di oltre 17.000 anziani coinvolti nell'iniziativa.

Future Centre

È un centro studi di eccellenza nato in continuità con il Centro Studi Economici San Salvador di Venezia fondato a fine anni '80 che ha unito ai temi economici lo studio dell'evoluzione tecnologica e di come questa influenzi l'andamento del mercato. L'attività del Future Centre punta a diffondere la cultura sulle nuove tecnologie di telecomunicazione e allo studio dell'impatto e dei cambiamenti che le Tlc apportano a tutti gli aspetti della nostra vita.

Fund raising

La tecnologia spesso agevola la raccolta dei fondi. Infatti la comodità, l'immediatezza e la semplicità degli strumenti resi disponibili dai servizi di Tlc hanno consentito un appello più diretto alla generosità delle persone e resa più facile la donazione. Le raccolte fondi rivestono una particolare importanza soprattutto in caso di bisogno imprevisto, immediato e urgente da parte della Comunità.

Telecom Italia da anni supporta cause umanitarie importanti, anche attraverso modalità innovative di donazione. Oltre agli SMS e alle telefonate solidali dal 2007 è disponibile "il Click solidale", un nuovo strumento che permette di donare via web con addebito diretto sulla bolletta Alice ADSL.

Telecom Italia è tra gli organizzatori del primo Concorso telefonico a premi a sostegno della ricerca scientifica mirata a sconfiggere il diabete.

Gli importi raccolti vengono devoluti interamente senza alcuna trattenuta, né da parte del fisco, che grazie all'opera di sensibilizzazione compiuta dalle società di Tlc e dalle Onlus ha esentato tali operazioni dall'applicazione dell'IVA, né da parte dell'Azienda per i costi sostenuti.

Nel 2009 sono state realizzate 99 raccolte fondi e sono stati raccolti circa 27 milioni di euro⁽¹⁾.

Navigare sicuri

Il progetto si basa su un percorso biennale volto a sensibilizzare bambini, ragazzi e adulti (genitori e insegnanti) all'uso consapevole e responsabile di Internet e delle tecnologie digitali. L'iniziativa ha un proprio sito dedicato (www.navigaresicuri.org) e si rivolge ai diversi interlocutori utilizzando linguaggi e strumenti appropriati, tra cui un decalogo illustrato e pubblicazioni firmate dal personaggio Geronimo Stilton

per i più piccoli, materiale divulgativo e momenti interattivi per gli adolescenti, informazioni e un servizio di assistenza specializzata per gli adulti.

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

Il progetto ha anche l'obiettivo di elaborare un Codice di autoregolamentazione per la tutela dei minori sul web, aggiornando la Carta di Treviso del 1990.

TIM Mobile Care

Sviluppato con l'Ente Nazionale per la protezione dei Sordi (ENS) "TIM Mobile Care" è un servizio multimediale di videoassistenza che consente ai non udenti di ricevere gratuitamente nella Lingua Italiana dei Segni tutte le indicazioni necessarie per fruire dei servizi di telefonia mobile (per esempio la configurazione della posta, gli SMS/MMS, il credito residuo, il profilo tariffario, ecc.). Sono disponibili anche servizi di navigazione Internet su terminale mobile che utilizzano tecnologie per il riconoscimento vocale, sintesi vocale e streaming audio per personalizzare a uso dei disabili visivi e uditivi i vari servizi informativi (turistici, d'intrattenimento, ecc.).

TIM Mobile Speak

Nato in collaborazione con Loquendo (società del Gruppo) e Unione Italiana Ciechi e Ipovedenti "TIM Mobile Speak" è una versione più evoluta di "TIM Talks". Si tratta di un software che consente ai non vedenti, ipovedenti e anziani di usare tutte le funzioni del telefono grazie a una voce elettronica che legge il display in base alle necessità e alle indicazioni dell'utilizzatore.

Come "TIM Talks" in passato, anche "TIM Mobile Speak" è disponibile gratuitamente, con l'acquisto di un terminale compatibile, presso i maggiori punti vendita TIM/Telecom Italia.

I Pony della Solidarietà

È un'iniziativa nata nel 1997 in collaborazione con gli Assessorati alle Politiche Sociali e con alcune tra le maggiori associazioni di volontariato di sei importanti città italiane (Milano, Torino, Bologna, Roma, Napoli e Palermo), finalizzata a fornire gratuitamente assistenza a domicilio agli over 65. Gli anziani possono chiamare un numero telefonico per chiedere aiuto di diverso tipo (assistenza, compagnia, accompagnamento, ecc.).

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

Gli operatori dei Comuni, collegati a una centrale operativa, smistano le chiamate ai cellulari dei volontari che si attivano prontamente. Oltre a fornire gli strumenti tecnici Telecom Italia contribuisce all'iniziativa finanziando le associazioni non profit che partecipano al progetto per creare e gestire, attraverso l'intervento dei volontari, la rete di assistenza sociale. Nel 2009 sono stati effettuati oltre 37.000 interventi.

Smart Inclusion

Il progetto, interamente patrocinato e sponsorizzato da Telecom Italia, punta a ridurre il disagio di bambini ospedalizzati e mantenere il contatto con la scuola. Con l'installazione di un terminale touchscreen "Smart Care" per ogni letto di degenza presso alcuni reparti dell'Ospedale Sant'Orsola-Malpighi di Bologna e un sistema di teleconferenza e teledidattica presso la scuola media Imerio di Bologna, è stato costituito un ponte tecnologico tra luogo di degenza e luogo di istruzione. I bambini ricoverati, grazie a sofisticati strumenti, possono partecipare attivamente alle lezioni scolastiche, seguire le registrazioni delle lezioni perse, effettuare esercizi e fruire di corsi individuali di autoapprendimento. I bambini possono inoltre comunicare con i propri cari attraverso videochiamate e accedere a vari programmi di intrattenimento (cartoni animati, film, documentari, sport). Il personale sanitario può visualizzare attraverso il sistema tutta la documentazione clinica dei pazienti con la possibilità di aggiornarla. Smart Inclusion è stato esteso anche all'Ospedale Pediatrico Bambino Gesù di Roma e all'Azienda Ospedaliera di Padova e diventerà operativo presso l'Azienda Ospedaliera Meyer di Firenze e, a breve, verrà esteso anche agli ospedali S. Anna di Torino, Gaslini di Genova e S. Matteo di Pavia. Il progetto Smart Inclusion è stato finalista dell'edizione 2009 dei Sodalitas Social Awards.

Telecom Italia Future Lab

Si tratta di un laboratorio allestito a Genova dal 23 ottobre al 1° novembre all'interno del Festival della Scienza in cui è stato possibile sperimentare le nuove applicazioni della tecnologia digitale e il loro impatto nella quotidianità. Un viaggio nella tecnologia in cui i visitatori scoprono i mille volti del "potenziale digitale", ovvero le tante piccole rivoluzioni che le tecnologie possono portare in termini di vita di relazione, sicurezza, salute, lavoro, conoscenza, viaggi, rispetto dell'ambiente e delle risorse naturali. Tra le soluzioni più sperimentate si segnalano la video chat

in 3D, i sistemi di e-learning, l'infomobilità interattiva (per l'acquisizione in tempo reale di informazioni utili a migliorare l'esperienza di viaggio), la digital art user generated (creazioni artistiche su supporto digitale), MyDoctor@home (per il controllo da remoto di alcuni tipi di patologie), Mobile Payment (per l'uso della SIM card come mezzo di pagamento dinamico e sicuro).

Dal 13 al 17 gennaio 2010 Telecom Italia Future Lab è stato presente anche a Roma, sempre in occasione del Festival della Scienza.

Le iniziative sociali

Gli interventi di sviluppo generale della Comunità in termini di liberalità sono condotti dalla Fondazione Telecom Italia e, in misura minore, da altre realtà del Gruppo.

La Fondazione Telecom Italia

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

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

La Fondazione Telecom Italia è una Fondazione d'Impresa di tipo prevalentemente erogativo, dotata di un fondo di gestione legato alla redditività del Gruppo Telecom Italia che, per il 2010, è previsto pari allo 0,5 per mille dell'EBITDA consolidato 2009. Il piano delle attività di Fondazione Telecom Italia viene definito annualmente e approvato dal Consiglio di Amministrazione che si avvale del supporto di un Comitato Scientifico d'Indirizzo, composto da esperti nei diversi ambiti d'intervento.

Per garantire la massima trasparenza nei processi decisionali interni alla Fondazione nel 2009 è stato avviato un programma di stakeholder involvement con il supporto di autorevoli esperti, esterni alla Fondazione, nel processo di analisi e definizione

di possibili iniziative e progetti in ambito “patrimonio storico-artistico”. Tale coinvolgimento si è rivelato un importante strumento per comprendere meglio le dinamiche e le opportunità che si aprono a interventi di sostegno a tale patrimonio, in sintonia con la missione della Fondazione.

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

Di seguito i progetti seguiti dalla Fondazione Telecom Italia nel 2009.

- **Programma Dislessia:** è stato definito con l'Associazione Italiana Dislessia un articolato programma di interventi, nella cornice di un accordo quadro firmato il 15 luglio 2009 per tre anni scolastici.
- **Terremoto in Abruzzo:** la Fondazione Telecom Italia ha effettuato una donazione di 200 mila euro alla Protezione Civile e stanziato 1 milione di euro per un progetto di recupero della biblioteca de L'Aquila che verrà digitalizzata e informatizzata per essere restituita in tempi brevi alla cittadinanza.
- **I bandi della Fondazione Telecom Italia:** a giugno 2009 la Fondazione Telecom Italia ha pubblicato sul proprio sito (www.fondazionetelecomitalia.it) due bandi, scaduti il 16 settembre 2009:
 - Bando “Lavoro e inclusione sociale” con il quale saranno finanziati sei progetti di inserimento lavorativo in forma stabile e qualificata di persone svantaggiate.
 - Bando didattica e nuove tecnologie con il quale saranno finanziati due progetti per diffondere le tecnologie digitali nelle scuole e rinnovare la didattica attraverso l'idea e realizzazione di lezioni multimediali e interattive.
- **Bosco di San Francesco d'Assisi:** è un progetto educativo realizzato con il FAI nell'ambito delle attività di recupero del Bosco di San Francesco ad Assisi; con l'obiettivo di sensibilizzare bambini, giovani e adulti al rispetto e alla tutela dell'ambiente e del paesaggio.
- **Teatro in corsia:** nei reparti pediatrici di alcuni importanti ospedali italiani i piccoli pazienti

possono assistere agli spettacoli del Teatro Antoniano grazie al collegamento ADSL. È un'iniziativa in partnership con Antoniano Onlus.

Le altre iniziative sociali del Gruppo

- **Dynamo Camp:** Telecom Italia è socio fondatore di Dynamo Camp, il primo Campo appositamente strutturato per ospitare gratuitamente bambini affetti da patologie gravi e croniche durante la terapia e nel periodo post ospedalizzazione. Qui a dicembre Telecom Italia ha realizzato la prima iniziativa di volontariato d'impresa (cfr. § Risorse Umane/People Caring).
- **Telecom Italia e la lotta alla SLA:** la Sclerosi Laterale Amiotrofica (SLA) è una grave e rara malattia neurodegenerativa progressiva. Per contribuire alla lotta alla SLA Telecom Italia:
 - ha donato all'Associazione Viva la Vita Onlus 40 computer da destinare ad altrettanti malati di SLA per i quali le tecnologie ICT rappresentano un fattore vitale, essendo l'unico modo per poter continuare a comunicare con il mondo circostante;
 - il 7 settembre 2009 allo Stadio San Siro di Milano, insieme alla Fondazione Milan, è stata organizzata una partita di calcio il cui ricavato è stato devoluto in parte all'Associazione Viva la Vita Onlus e in parte alla Fondazione Stefano Borgonovo come contributo alla ricerca.
- **Musica nelle scuole:** il progetto, nato nel 2003 dalla collaborazione tra le società del mobile del Gruppo in America Latina e il Governo brasiliano, è partito con l'obiettivo di favorire, attraverso l'educazione musicale, l'inclusione sociale di bambini e adolescenti che vivono in situazioni a rischio in 13 città del Brasile. Durante i corsi di musica vengono impartite nozioni di educazione civica e di convivenza pacifica. In molti casi le conoscenze musicali acquisite hanno permesso l'inserimento nel mondo del lavoro. A oggi 20.540 studenti provenienti da 62 scuole pubbliche hanno beneficiato del progetto.
- **Libera:** anche nel 2009 Telecom Italia ha sostenuto le attività dell'Associazione di Don Luigi Ciotti, impegnata sui temi della legalità e contro le organizzazioni criminali organizzate e la mafia, attraverso il recupero delle terre confiscate e assegnate a cooperative di giovani

per produrre prodotti agricoli (olio, vino, pasta e altri prodotti). Con questi sono stati confezionati 9.000 pacchi che Telecom ha inviato come strenne natalizie. Telecom ha inoltre contribuito a creare percorsi di educazione alla legalità nelle scuole e nelle università, collaborando infine con le organizzazioni imprenditoriali nazionali e locali (Confindustria) per combattere i fenomeni mafiosi. Il progetto è attivo dal 2000.

- **Terremoto in Abruzzo:** oltre a quanto già riportato nelle attività della Fondazione Telecom Italia il Gruppo ha fatto e continua a fare molto per le persone coinvolte dal sisma. Tra le iniziative realizzate sinora:
 - istituzione, tramite raccolta fondi interno all'Azienda, di un fondo di circa 250mila euro (comprensivo del contributo di 100 mila euro messi a disposizione da Telecom Italia) al quale i colleghi colpiti dal terremoto possono accedere per esigenze personali;
 - attivazione della numerazione 48580 per le donazioni attraverso SMS da cellulari e chiamate da rete fissa;
 - donazione all'Università de L'Aquila di 2.000 chiavette per la connessione a Internet in mobilità con 100 ore al mese per quattro mesi di traffico gratuito per consentire agli studenti di proseguire la loro preparazione didattica;
 - consegna presso i centri di accoglienza indicati dalla Protezione Civile di 150 telefoni cellulari da utilizzare gratuitamente come "telefono pubblico";
 - realizzazione di Internet Point in cui poter navigare gratuitamente;
 - ricarica gratuita per un importo di 10 euro, comunicata tramite SMS ai 340 mila clienti presenti nell'area del sisma il 6 aprile. È stata realizzata una campagna di caring fino al 26 aprile che ha previsto ulteriori accrediti in caso di necessità;
 - distribuzione di 2.200 schede telefoniche utilizzabili presso i posti mobili di Telefonia Pubblica posizionati su indicazione della Protezione Civile;
 - attivazione di TIMinCASA Abruzzo, un servizio che consente di trasferire il numero fisso di casa sul cellulare e ricevere gratuitamente le chiamate dirette al numero fisso;

- donazione di 1.000 personal computer all'Università de L'Aquila;
- donazione agli studenti della Casa dello Studente di 26 personal computer su indicazione della Presidenza della Repubblica;
- distribuzione di 2.000 telefonini TIM con ricarica di 5 euro presso le strutture di raccolta della popolazione: tende, ospedali, alberghi, ecc. Ulteriori 1.000 terminali (con SIM e ricarica da 5 euro) e 10.500 ricariche da 20 euro sono stati distribuiti in coordinamento con il Ministero dello Sviluppo Economico e gli altri operatori di telefonia mobile;
- realizzazione di una moderna infrastruttura di rete in fibra ottica che rende disponibili servizi di telecomunicazione e collegamenti a banda larga per tutte le nuove abitazioni del progetto C.A.S.E. (Complessi Antisismici Sostenibili ed Ecocompatibili) con attivazione gratuita della linea telefonica e del collegamento ADSL in caso di trasloco e di nuovo impianto;
- completamento entro il 2009 della piattaforma di rete ultrabroadband (NGN) per collegamenti fino a 100 Megabit al secondo;
- traslochi di utenze e subentri gratuiti;
- dilazioni dei pagamenti delle fatture ai clienti abbonati mobili, clienti di rete fissa e partner commerciali operanti in loco;
- sospensione delle azioni verso i clienti morosi dell'Abruzzo, sia per servizi di rete fissa sia per servizi di rete mobile;
- invio di due camper Telecom Italia nelle tendopoli per assistenza in loco alle popolazioni.

MEDIA TRADIZIONALI

Il coinvolgimento tramite l'ufficio stampa

Il coinvolgimento dei media avviene principalmente da parte dell'ufficio stampa attraverso l'invio di comunicati, la preparazione di interviste del management, l'interazione con giornalisti e addetti stampa, l'organizzazione di conferenze stampa e le presentazioni di prodotti e servizi. Dove previsto dalla normativa vigente vengono inoltre coinvolti nell'attività di comunicazione i mercati finanziari e gli organismi di vigilanza sui mercati stessi.

Nello svolgimento delle sue attività l'ufficio stampa segue la specifica procedura di Gruppo per la gestione

e la comunicazione di informazioni e dati privilegiati che regola la gestione interna e la comunicazione all'esterno di documenti e informazioni riguardanti la Società e definisce le modalità operative per la comunicazione al mercato delle informazioni price sensitive (la procedura è disponibile sul sito www.telecomitalia.it, nella sezione Corporate/Governance/Sistema di governance/Codici, principi e procedure).

La comunicazione con i media avviene sia su base spontanea, proattiva, sia in risposta a specifiche richieste. Per l'ufficio stampa del Gruppo Telecom Italia tutti i media (agenzie di stampa, quotidiani, periodici, radio, tv e web) rappresentano potenziali stakeholder. Ai contatti telefonici si aggiungono le mailing list create ad hoc per i diversi canali d'informazione in occasione di incontri pubblici o di presentazioni di prodotti/servizi, grazie a un'attenta analisi dell'intero panorama giornalistico italiano e internazionale.

I risultati dell'attività dell'ufficio stampa vengono monitorati periodicamente da parte di una società di ricerca. In particolare viene analizzata su base mensile la visibilità degli articoli in cui vengono nominati Telecom Italia e i suoi prodotti e servizi, ponendoli a confronto con uno standard costituito da un articolo di media lunghezza, pubblicato su una pagina interna di una testata a diffusione media, privo di immagini e firma. Attribuendo a ciascun articolo preso in esame un valore positivo o negativo, a seconda che esprima fatti e opinioni favorevoli o contrari all'Azienda, si determina un Indice di Qualità della Visibilità (IQV). Sulla base di questa analisi Telecom Italia ha una visibilità globale più che doppia rispetto ai competitor. Confrontando i dati qualitativi con il 2008, in un quadro complessivo di riferimento in leggero peggioramento, Telecom Italia è l'unico operatore a presentare nel 2009 un significativo miglioramento nell'IQV (+20%).

Il coinvolgimento tramite il sito web di Gruppo

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

- i visitatori generalisti interessati a conoscere l'azienda e/o l'offerta di Telecom Italia: a loro è dedicata l'homepage che funge da hub di indirizzamento ai contenuti istituzionali o commerciali in relazione alle loro necessità;
- clienti o potenziali clienti interessati a conoscere le offerte e promozioni del Gruppo: a

loro sono dedicati i canali Privati e Business, suddivisi per tipologia di pubblico e di offerta;

- clienti interessati a conoscere gli spazi di dialogo con l'Azienda e/o che abbiano bisogno di supporto e assistenza: a loro sono dedicati i canali Parla con noi e Info & Assistenza, con le diverse tipologie di canali di contatto per clienti privati, business e istituzionali;
- i ricercatori e gli studiosi interessati a conoscere meglio il Gruppo e i suoi elementi di innovazione;
- gli investitori istituzionali e retail, analisti e obbligazionisti, sia italiani sia internazionali;
- i fondi etici;
- le persone in cerca di occupazione;
- i giornalisti.

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

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

Nel 2009 Telecom Italia si è posizionata:

- seconda in Italia per la comunicazione della sostenibilità attraverso il sito web istituzionale nel "CSR Online Awards", classifica sulla comunicazione online della Responsabilità Sociale d'Impresa, svolta dalla società di comunicazione finanziaria Lundquist in collaborazione con il quotidiano economico-finanziario Il Sole 24 Ore;
- terza in Europa nella classifica Hallvarsson & Halvarsson (H&H) "Webranking Europe 500", che premia i migliori siti corporate delle maggiori aziende quotate sulla base di qualità, trasparenza, ricchezza ed efficacia della comunicazione istituzionale e finanziaria online;
- quinta in Italia nella stessa classifica H&H nazionale per la comunicazione attraverso il sito web istituzionale.

Il coinvolgimento tramite le emittenti del Gruppo

Il Gruppo controlla attraverso TI Media le emittenti televisive La7 e MTV. Per l'individuazione dei programmi da realizzare un ufficio dedicato conduce regolari ricerche di marketing sui bisogni dei telespet-

tatori attuali e potenziali. La7, le cui programmazioni sono rivolte a un pubblico prevalentemente adulto e di buon livello culturale, misura la soddisfazione e il gradimento rispetto alle scelte di palinsesto essenzialmente tramite l'Auditel e, secondariamente, attraverso dei blog dedicati a specifici programmi.

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

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

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

La7 e MTV hanno sempre promosso con impegno i temi sociali. Seguono alcuni esempi di attività realizzate nel 2009:

- visibilità gratuita nel palinsesto di La7 a Save the Children e Unicef (spazio sottratto al bacino pubblicitario) e visibilità gratuita per i rappresentanti di queste organizzazioni in alcuni programmi TV;
- La7 ha scelto di regalare un kit alle popolazioni delle aree in cui opera Save the Children in sostituzione del regalo natalizio ai dipendenti, i quali hanno ricevuto un talloncino a testimonianza della donazione effettuata per loro conto;
- La7 ha trasmesso una serata dedicata alla Conferenza sul Cambiamento Climatico di Copenhagen;
- MTV ha realizzato due speciali dal titolo "MTV 4 Peace", un progetto realizzato in collaborazione con il 9th World Summit of Nobel Peace Laureates e con Kids Rights, in cui ad alcuni ragazzi è stata offerta la possibilità di incontrare alcuni tra i più famosi Premi Nobel per la Pace e far loro domande su come costruire un mondo migliore;
- per il terremoto in Abruzzo MTV, in collaborazione con il Ministero della Gioventù, ha avviato una raccolta fondi attraverso la messa in onda di tre spot in favore della ricostruzione di strutture per i giovani. È stato inoltre realizzato uno speciale televisivo sul concerto "Donne per l'Abruzzo" che si è tenuto a San Siro il 21 marzo.

Inoltre sono state realizzate le seguenti campagne:

- **Il pianeta che saremo:** la campagna ha coin-

volto, in occasione della Giornata Mondiale dell'Ambiente istituita dalle Nazioni Unite, le piattaforme televisive La7 e Alice Home TV tra fine maggio e inizio giugno. Sul sito La7.it sono state realizzate l'iniziativa "La tua promessa per salvaguardare il clima che verrà" e una campagna pubblicitaria realizzata ad hoc, protrattasi fino alla fine dell'anno.

- **Comunicazione sulla sicurezza stradale:** è un'iniziativa in collaborazione con il Ministero dell'Istruzione rivolta ai telespettatori del campionato di Superbike e al mondo delle due ruote, allo scopo di sensibilizzarli a una guida corretta e consapevole. La campagna ha coinvolto tutte le piattaforme del Gruppo TI Media da aprile a novembre 2009, con appuntamenti televisivi dedicati e la pubblicazione sul sito La7.it di testi informativi, clip e concorsi rivolti ai blogger che hanno visto la partecipazione di 2.500 persone.

Le campagne di sensibilizzazione avviate su La7 e Alice Home TV hanno raggiunto singolarmente oltre 20 milioni di telespettatori. Le relative campagne d'appoggio sul web hanno raggiunto complessivamente oltre 10.000 utenti unici.

SOCIAL MEDIA E DIGITAL COMMUNICATION

Per social media si intendono tecnologie e pratiche online che gli utenti adottano per condividere contenuti testuali, immagini, video e audio. Tramite i social media si verifica una fusione tra sociologia e tecnologia e il tipo di conversazione che ne deriva passa dalla forma di monologo (da uno a molti) a quella di dialogo (da molti a molti). Le persone si trasformano così da fruitori di contenuti a editori e generatori di contenuti. La dimensione dominante non è più esplorare ma interagire e fare. La popolarità e la capillarità che i social media hanno raggiunto sono tali che le aziende non possono sottovalutarne gli effetti sul proprio business.

Telecom Italia ha identificato la necessità di avviare, integrando tra loro canali tradizionali e innovativi, una comunicazione realmente dialogica con i propri stakeholder: la società civile italiana, i soggetti emergenti della nuova Internet (giovani talenti, imprenditori, web early adopters, centri di ricerca, incubatori e finanziatori, università, istituzioni, aziende

hi-tech), opinion leader (blogger e giornalisti) e soggetti, pubblici e privati, che rappresentano il motore dell'innovazione nel nostro Paese e che possono rappresentare e salvaguardare i criteri di sostenibilità alla base dello sviluppo atteso, oltre agli stakeholder tradizionali (clienti, fornitori, istituzioni).

Obiettivi e strategie di stakeholder involvement

La strategia di coinvolgimento si sviluppa attorno alle nuove dimensioni della conversazione nel mondo 2.0 attraverso l'insediamento di Telecom Italia nella nuova Internet che punta alla creazione di un ecosistema digitale, attraverso:

- lo sviluppo dei progetti secondo gli standard più aggiornati del Web 2.0 anche grazie ai contributi attivi nell'ecosistema;
- il coinvolgimento degli opinion leader tramite la realizzazione di iniziative di comunicazione on e offline;
- l'estensione degli eventi ai mass media e alla Rete, all'insegna di una più generale crossmedialità tra ambienti, media tradizionali e social networking;
- il monitoraggio costante dei feedback dai social media e dei relativi KPI.

Progetti

Di seguito i progetti avviati e sviluppati nel 2009.

- **Working Capital:** materia per le idee che si propone di sostenere l'innovazione italiana e le iniziative imprenditoriali nell'ambito del Web 2.0 fornendo competenze, tecnologie e servizi a supporto della loro realizzazione e aiutando la crescita di una nuova generazione di imprenditori italiani. L'iniziativa vive su Internet ma anche grazie a una serie di incontri (barcamp) con i giovani aspiranti imprenditori e ospiti autorevoli, che si svolgono in maniera itinerante su tutto il territorio nazionale.
- **Venice Sessions:** piattaforma di conversazione che coinvolge gli stakeholder dell'innovazione su scala nazionale e mondiale allo scopo di comprendere gli scenari mutevoli e complessi dello scenario storico attuale e costruire una narrazione del futuro. Imprenditori e scrittori, filosofi e scienziati, artisti e giornalisti esplorano il futuro interrogandosi sulle esigenze del Paese: il racconto di esperienze, visioni e progetti diventa il metodo di ricerca in grado di

unire culture differenti in un percorso condiviso. Alle conferenze, tenute al Future Centre di Telecom Italia a Venezia e trasmesse in diretta streaming e liveblogging su Internet, segue la pubblicazione dei resoconti testuali e video sul sito web e sul blog del progetto, anche diffusi sui principali e più frequentati social network.

- **Jpeggy:** è il progetto che valorizza il talento fotografico italiano e, con il supporto di Amaci (Associazione Musei d'Arte Contemporanea Italiani) e di un gruppo di curatori d'eccezione, utilizza Internet come strumento di aggregazione e rivelazione. L'accesso a Internet come piattaforma di distribuzione e pubblicazione ha consentito infatti l'emergere di talenti che prima non avevano visibilità. Jpeggy ricrea su Internet il processo di selezione e produzione artistica visuale e consente alla "coda lunga" del talento fotografico italiano di emergere e di diventare oggetto della conversazione artistica.
- **Ustation:** è il medium 2.0 delle web radio e tv universitarie in quanto funge da catalizzatore dei contenuti da essi generati. Su La7 è presente un format televisivo (già on air) che a sua volta recepisce i contenuti di Ustation. In questo modo la popolazione studentesca italiana ha a sua disposizione un innovativo strumento d'informazione che rivoluziona completamente la generazione di format introducendo un percorso inverso: da Internet alla TV.
- **Capitale digitale:** è il progetto di diffusione della cultura digitale focalizzato sulla città di Roma con incontri e appuntamenti che vedono la partecipazione di relatori nazionali e internazionali per fare il punto sul cambiamento in atto, riunendo ambienti e culture diverse che operano nella Capitale ed esprimono già oggi, ognuno con la propria progettualità, l'ecosistema del futuro.
- **Roma Europa Web Factory:** una web community dedicata agli artisti della multimedialità, officina creativa volta a intercettare e valorizzare il talento di tutti gli internauti che esprimono sul web la propria creatività.
- **AVoiComunicare (www.avoicomunicare.it):** è un progetto di comunicazione integrato lanciato da Telecom Italia per proporre un confronto aperto su temi di grande rilevanza: ambiente, sviluppo sostenibile, biodiversità, equilibri possibili tra mondi e culture diverse, integrazione, costruzio-

ne della pace grazie alla conoscenza e all'ascolto reciproco.

Il progetto, partito nel settembre 2008, ha inizialmente affrontato i temi dell'integrazione tra le diverse culture e del confronto etnico con l'apporto di testimonianze d'eccezione (come Mikail Gorbaciov, Joaquín Navarro-Valls, Tara Gandhi, Tahar Ben Jelloun e Bob Geldof). Dai primi mesi del 2009 AVoiComunicare si è rivolto al tema più sentito dalla community: l'ambiente e la sostenibilità in senso lato, aspetti determinanti per la salvaguardia del futuro del pianeta. Il tema è stato selezionato dagli utenti stessi attraverso un sondaggio online.

A novembre sulle pagine di AVoiComunicare è stata proposta la Conferenza mondiale di Scienze for Peace con diverse attività tra cui dirette streaming online e videointerviste. A dicembre la rifocalizzazione sull'ambiente è nata spontanea grazie al vertice ONU di Copenhagen, seguito da una blogger inviata sul posto a presenziare agli appuntamenti in agenda e a realizzare videointerviste ad hoc.

AVoiComunicare ha intervistato esperti e testimoni – tra cui Jeremy Rifkin, Giovanni Soldini, Stephen Schneider, Carlo Petrini, Antonino Zichichi, Bjørn Lomborg, Colin Campbell e Mario Tozzi – su temi come l'inquinamento, il clima, le energie rinnovabili, ma anche persone comuni impegnate nella salvaguardia dell'ambiente e nella ricerca di nuove soluzioni; ha ospitato inoltre molti blogger che affrontano nei loro siti le tematiche ambientali.

A novembre AVoiComunicare ha vinto il Premio "Areté" sulla comunicazione responsabile per la categoria Internet, promosso da Pentapolis, Associazione per la diffusione della Responsabilità Sociale d'Impresa.

Risultati

I progetti, tutti a carattere no-profit, sono stati realizzati in collaborazione e partnership con i player emergenti dei media e della cultura digitale e con soggetti leader nei rispettivi ambiti di innovazione.

Sono state create reti attive e comunità di interesse sui social media con oltre 10.000 connessioni dirette e più di 200 interazioni quotidiane. 2.000 sono stati i contatti in media per le dirette streaming con una punta di 3.600 per l'evento Venice

Sessions IV. 18.000 immagini sono state inserite nella piattaforma Jpeggy da oltre 1.500 fotografi.

Attraverso il progetto Working Capital sono stati coinvolti 6.000 aspiranti imprenditori del Web 2.0 e allacciate relazioni, poi consolidate, con i leader dell'innovazione digitale e gli influencer italiani del settore, in particolare giornalisti e blogger esperti di innovazione.

AVoiComunicare nel corso del 2009 è stato seguito da circa 1 milione di utenti unici, totalizzando quasi 2,5 milioni di pagine viste. Il progetto si è progressivamente aperto alle realtà della Rete, inaugurando una fan page su Facebook seguita da 11.500 fan e un canale su YouTube che ha totalizzato oltre 41.000 visualizzazioni video. For Peace Live in diretta dal Piccolo Teatro ha totalizzato oltre 4.500 utenti unici.

RICERCA E SVILUPPO

Le attività di ricerca e sviluppo del Gruppo Telecom Italia vengono svolte da TILab, dalle unità operative e di business (Network, Market, Information Technology, Security) e dalle società del Gruppo.

TILab è la struttura della Direzione Technology & Operations che presidia l'innovazione tecnologica, lo scouting di nuove tecnologie e le attività di engineering dei servizi e delle piattaforme di rete, attraverso partnership strategiche con i principali produttori di apparati e sistemi per telecomunicazioni e con centri di ricerca d'eccellenza presso le più qualificate istituzioni accademiche nazionali e internazionali. Nel 2009 sono state attivate tre nuove collaborazioni con altrettante Università (che si aggiungono alle 30 già in essere a inizio 2009) su temi di ricerca riguardanti nuove tecnologie, algoritmi di codifica, concept di servizi e nuovi paradigmi di comunicazione.

È proseguita l'azione di valorizzazione e generazione di vantaggi competitivi per il Gruppo Telecom Italia attraverso una gestione strategica delle relazioni tra ricerca, Intellectual Property Right (IPR) e business, finalizzata allo sviluppo del patrimonio brevettuale: in tale contesto sono state depositate 20 nuove domande di brevetto nel 2009.

Sono di seguito riportate le principali attività svolte da TILab:

- realizzazione di servizi in ambiente iPhone, in particolare per l'accesso a contenuti informativi e multimediali nell'ambito dei servizi a valore

- aggiunto (VAS). In tale ambito è stata lanciata con successo la versione 2.0 del portale Virgilio, arricchita di mappe e contenuti locali;
- avvio della sperimentazione di soluzioni innovative di cablaggio in fibra all'interno degli edifici (Fiber To The Home – FTTH). La loro caratteristica peculiare è quella di poter essere utilizzate senza creare impatti sulle infrastrutture esistenti;
 - avvio dell'attività di ingegnerizzazione e deployment operativo su 200 centrali del sistema Kaleidos per l'efficienza energetica (cfr. § Ambiente/Performance ambientale). Sono state avviate le installazioni per testarne i risultati sul fronte dell'efficienza energetica presso clienti business;
 - è stata ideata e sperimentata nei test plant di TILab una soluzione innovativa di condizionamento degli ambienti di centrale denominata Extraction and Full Free Cooling (EFFC). La soluzione è in grado di rinfrescare gli ambienti con un risparmio energetico superiore all'80% rispetto ai sistemi tradizionali, senza l'uso di fluidi sintetici banditi dal protocollo di Kyoto. Visti i risultati positivi della sperimentazione, la tecnica è stata diffusa in circa 400 centrali di esercizio;
 - avvio, in partnership con il gruppo Miroglio, della prima iniziativa a livello nazionale di fidelity card basata su SIM, con tecnologia di prossimità Near Field Communication (NFC), che consente di utilizzare la SIM del proprio telefonino come una Fidelity Card (cfr. § Clienti/I servizi innovativi);
 - sviluppo, in collaborazione con Nokia Siemens Networks, delle prime antenne "intelligenti" in grado di incrementare le prestazioni della tecnologia High Speed Packet Access (HSPA). Tali apparati permettono di ottimizzare le stazioni radio base mobili migliorando la qualità del servizio offerto ai clienti e garantendo, allo stesso tempo, minori consumi energetici e un abbassamento dei campi elettromagnetici;
 - sperimentazione in campo della tecnologia LTE (Long Term Evolution), naturale evoluzione secondo lo standard 3GPP della tecnologia HSPA attualmente utilizzata. Il test, primo in Italia e uno dei primi al mondo con apparati di rete pre-commerciali, è stato svolto inizialmente in laboratorio (presso il test plant TILab di Torino) e successivamente su un'area del centro di Torino;
 - rilascio in esercizio della piattaforma di contact center convergente per la clientela busi-

ness (IPCC);

- completamento degli adeguamenti della rete mobile per il tracciamento dei tentativi di chiamata (decreto Frattini);
- riascio in esercizio della piattaforma di advertising su servizi WAP e MMS.

Inoltre TILab ha fornito nel corso del 2009 un contributo determinante al successo di due iniziative di Gruppo a forte rilevanza sociale:

- l'attivazione presso quattro ospedali pediatrici nazionali di Smart Inclusion, una soluzione di teledidattica rivolta ai bambini ricoverati (cfr. § Comunità/Risposte agli stakeholder);
- l'attivazione a Rio de Janeiro del primo progetto pilota di telemedicina, rivolto alle comunità più disagiate della metropoli (cfr. § Clienti/Digital Divide).

Le attività di ricerca e sviluppo svolte dalle unità operative e di business di Telecom Italia, effettuate internamente o appaltate a fornitori esterni, sono state indirizzate alla realizzazione di:

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

Le principali attività sono state:

- sviluppo di una nuova piattaforma "CRM Affari", per la gestione commerciale della clientela SOHO, SME, Enterprise e Top;
- sviluppo di una nuova piattaforma "billing unico convergente" per la gestione della fatturazione dei servizi fisso/mobile alla clientela consumer;
- evoluzione delle piattaforme informatiche a supporto delle funzioni business per l'implementazione dei nuovi servizi per la clientela Consumer, Business & Top;
- evoluzione dell'infrastruttura hardware secondo i principi della virtualizzazione (Next Generation Data Center) e fornitura delle tecnologie per lo sviluppo di offerte commerciali per il mercato ICT (per esempio Ospit@ Virtuale).





Gli Stakeholder interni

Le persone fanno il successo dell'impresa.

RISORSE UMANE

94

GLI STAKEHOLDER INTERNI

risorse umane

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

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

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

Gli stakeholder rilevanti sono i dipendenti e i sindacati.

Gruppo Telecom Italia

La consistenza del personale al 31 dicembre 2009 è così ripartita:

(UNITÀ)	31.12 2009	31.12 2008	VARIAZIONE
Italia	60.829	63.521	(2.692)
Estero	10.499	11.017	(518)
Totale personale a payroll	71.328	74.538	(3.210)
Personale con contratto di lavoro somministrato	56	782	(726)
Totale personale	71.384	75.320	(3.936)
Attività non correnti destinate a essere cedute	2.205	2.505	(300)
Totale	73.589	77.825	(4.236)

Escludendo il personale relativo alle "attività cessate/attività non correnti destinate a essere cedute" (HanseNet) e i lavoratori con contratto di lavoro somministrato, il personale di Gruppo presenta una riduzione di 3.210 unità rispetto al 31 dicembre 2008.

La variazione può essere così dettagliata:

- uscita dal perimetro di consolidamento della società TM News (105 unità);
- entrata nel perimetro di consolidamento della

società INTELIG Telecomunicações (580 unità);

- turnover netto in riduzione di 3.685 unità, così dettagliato per singola Business Unit.

(UNITÀ)	ASSUNZIONI	CESSAZIONI	VARIAZIONE NETTA
Domestic	630	3.082	(2.452)
Brasile	2.024	3.109	(1.085)
Olivetti, Media e Altre attività	255	403	(148)
Turnover	2.909	6.594	(3.685)

Telecom Italia S.p.A.

(UNITÀ)	31.12 2009	31.12 2008	VARIAZIONE
Organico a payroll	54.236	56.650	(2.414)
Lavoratori con contratto di lavoro somministrato	-	635	(635)
Totale	54.236	57.285	(3.049)

Al 31 dicembre 2009 il personale a payroll di Telecom Italia S.p.A. è di 54.236 unità.

Rispetto al 31 dicembre 2008 si registra un decremento complessivo di 2.414 unità dovuto a:

- saldo di 61 unità in ingresso da altre società del Gruppo;
- turnover netto in riduzione di 2.475 unità, così dettagliato:

(UNITÀ)	ASSUNZIONI	CESSAZIONI	VARIAZIONE NETTA
Turnover Telecom Italia S.p.A.	384	2.859	(2.475)

Gruppo Tim Brasil

La consistenza del personale del Gruppo Tim Brasil al 31 dicembre 2009 è pari a 9.783 unità.

(UNITÀ)	31.12 2009	31.12 2008	VARIAZIONE
Totale Gruppo Tim Brasil	9.783	10.285	(502)

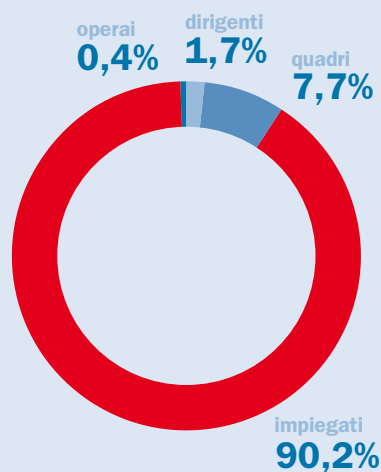
Rispetto al 31 dicembre 2008 si registra un decremento di 502 unità dovuto a:

- saldo di 3 unità in ingresso da altre società del Gruppo;
- entrata nel perimetro di consolidamento della società INTELIG Telecomunicações (580 unità);
- turnover netto in riduzione di 1.085 unità, così dettagliato:

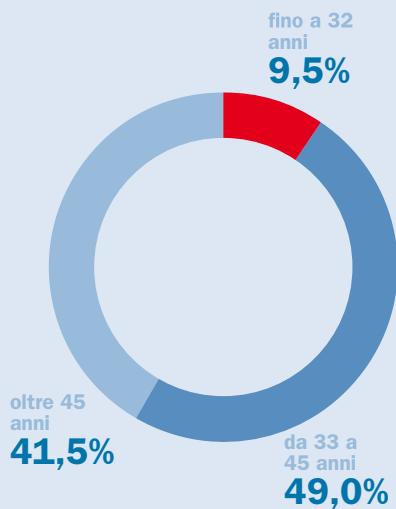
(UNITÀ)	ASSUNZIONI	CESSAZIONI	VARIAZIONE NETTA
Turnover Gruppo Tim Brasil	2.024	3.109	(1.085)

Il personale operante in Italia, al netto del personale con contratto di lavoro somministrato e del personale relativo alle "attività non correnti destinate a essere cedute", è pari all'85% del totale del Gruppo e ha le seguenti caratteristiche:

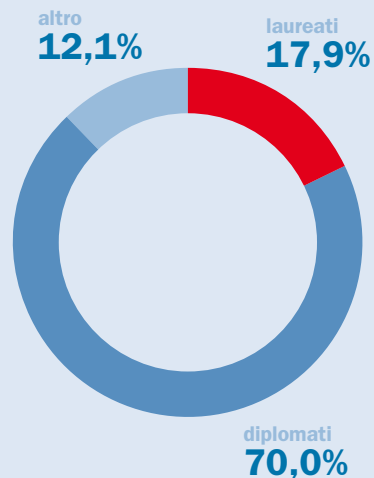
GRUPPO TELECOM ITALIA – ITALIA: ORGANICI DISTRIBUITI PER CATEGORIA PROFESSIONALE



**GRUPPO TELECOM ITALIA – ITALIA:
ORGANICI DISTRIBUITI
PER CLASSE D'ETÀ**



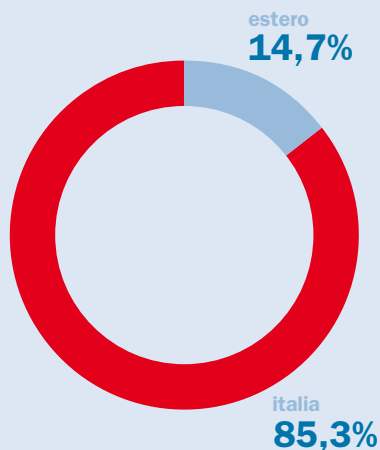
**GRUPPO TELECOM ITALIA – ITALIA:
ORGANICI DISTRIBUITI
PER TITOLO DI STUDIO**



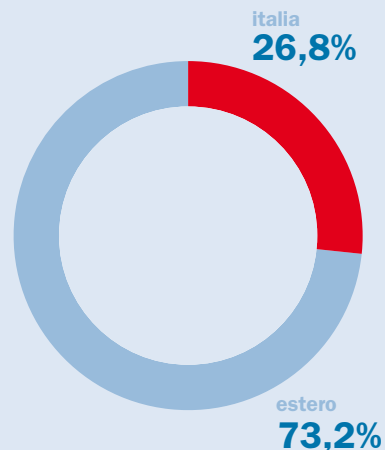
La distribuzione del personale per area geografica e le assunzioni effettuate nel Gruppo, al netto del personale con contratto di lavoro somministrato

e del personale relativo alle “attività non correnti destinate a essere cedute”, hanno la seguente configurazione:

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

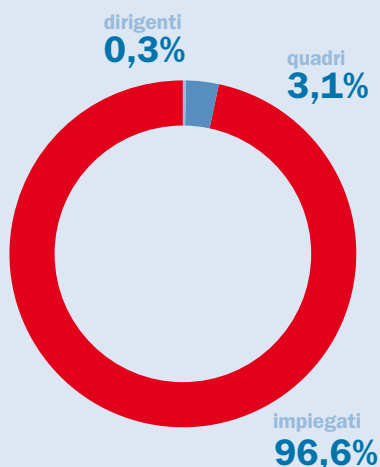


**GRUPPO TELECOM ITALIA: DISTRIBUZIONE DELLE
ASSUNZIONI PER AREE GEOGRAFICHE**

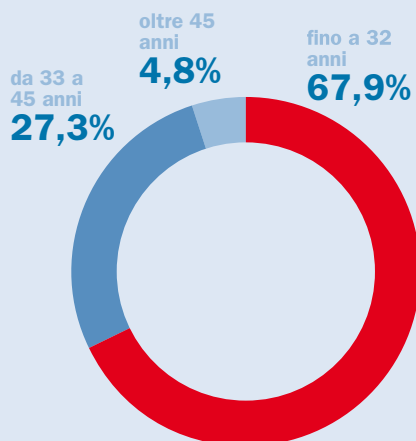


Il personale operante nel Gruppo Tim Brasil è pari al 14% del totale del Gruppo e ha le seguenti caratteristiche:

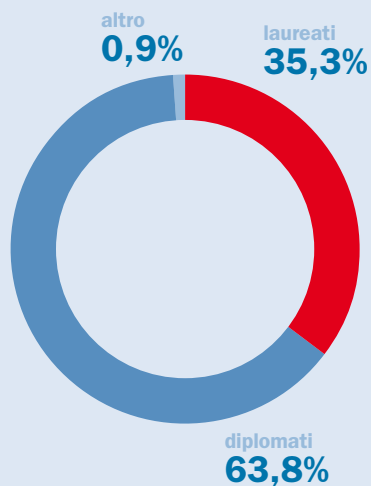
GRUPPO TIM BRASIL: ORGANICI DISTRIBUITI PER CATEGORIA PROFESSIONALE



GRUPPO TIM BRASIL: ORGANICI DISTRIBUITI PER CLASSI D'ETÀ



GRUPPO TIM BRASIL: ORGANICI DISTRIBUITI PER TITOLO DI STUDIO



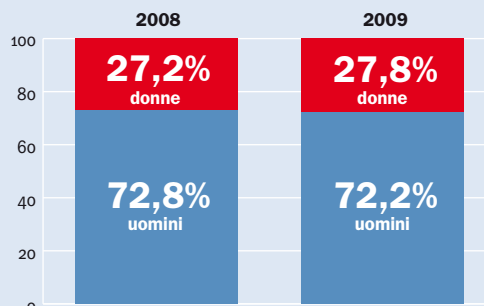
EQUITÀ DI GENERE

Nel corso del 2009 la percentuale delle donne dirigenti nel Gruppo (in Italia) si attesta intorno al 15% e delle donne quadro al 26%.

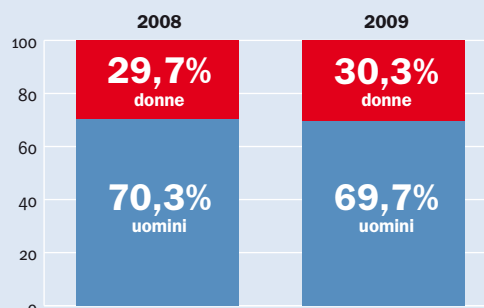
Nel corso del 2009 la percentuale delle donne dirigenti in Tim Brasil si attesta intorno al 19% e delle donne quadro al 27% del totale.

In Tim Brasil le donne impiegate in azienda sono passate da 3.263 del 2003 (54% del totale) a 6.220 del 2008 (60% del totale) e a 5.726 del 2009 (58% del totale).

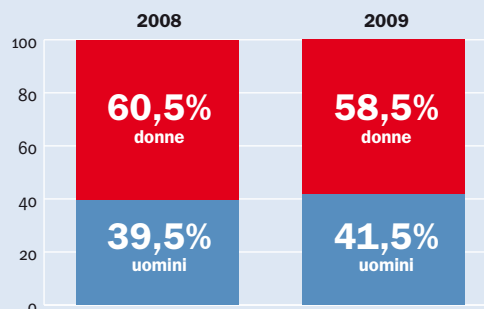
DISTRIBUZIONE UOMINI-DONNE TELECOM ITALIA S.P.A. (2008-2009)



DISTRIBUZIONE UOMINI-DONNE GRUPPO TELECOM ITALIA (IN ITALIA) (2008-2009)



DISTRIBUZIONE UOMINI-DONNE GRUPPO TIM BRASIL (2008-2009)



PEOPLE CARING

Il Gruppo Telecom Italia, nel corso degli anni, ha sviluppato una serie di “cantieri” e di interventi a favore dei propri dipendenti italiani e brasiliani per migliorare la qualità della vita lavorativa e dare supporto alle persone anche al di fuori dell'Azienda.

INTERVENTI A FAVORE DEI DIPENDENTI – ITALIA

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

I temi individuati sono stati i seguenti:

- equilibrio tra vita lavorativa e tempo libero;
- supporto alle esigenze dei figli e della famiglia in genere;
- supporto alle iniziative di volontariato dei dipendenti;
- valorizzazione delle forme di diversità presenti nel contesto lavorativo attraverso attività e progetti di diversity management.

Equilibrio tra vita lavorativa e tempo libero per i dipendenti

- Conciliare lavoro e famiglia non è un compito facile: però l'Azienda può dare un suo contributo fattivo. Per aver saputo creare il miglior sistema integrato per la conciliazione famiglia-lavoro a favore dei propri dipendenti e delle loro famiglie, Telecom Italia ha ricevuto il “Premio FamigliaLavoro 2009”, ideato e promosso dalla Regione Lombardia in collaborazione con ALTIS (Alta Scuola Impresa e Società, Università Cattolica). L'iniziativa, giunta alla seconda edizione, premia le imprese e le pubbliche amministrazioni che si sono distinte nella progettazione e nell'attuazione di progetti di conciliazione di vita familiare e lavorativa.
- Parcheggi Rosa: alle dipendenti in dolce attesa, per tutto il periodo lavorativo fino all'inizio del congedo di maternità, viene riservato il posto auto in tutte le sedi con parcheggi aziendali.
- Asili Nido: oltre ai nove asili nido aziendali pre-

senti presso le sedi di Roma (3), Torino, Milano, Ancona, Napoli, Catanzaro e Palermo, sono state attivate due convenzioni con altrettanti asili esterni (Roma e Napoli).

- Prestiti mamme e papà: sono stati concessi 259 prestiti per i neo genitori con bambini sino a tre anni di età.
- Christmas day: visita negli uffici dei genitori, per i ragazzi fino a 10 anni, in prossimità delle feste di Natale e in 120 sedi merenda con distribuzione di piccoli doni.
- Permessi mamma e papà: libretti di assegni tempo di 150 ore annue di permesso da restituire con prestazioni supplementari, destinati ai dipendenti sino al 5° livello con bambini fino a 8 anni di età.
- Permessi corsi pre-parto: permessi retribuiti, fino a un massimo di 12 ore mensili da recuperare, concessi a lavoratrici gestanti e lavoratori padri.
- Interventi per agevolare il rientro in Azienda delle dipendenti dopo la maternità: sviluppo di politiche di gestione, come per esempio part-time temporaneo di un anno, rinnovabile, riservato alle mamme con bambini fino a otto anni di età.
- Time saving: agenzia Servizi: aperti altri tre sportelli all'interno di 31 sedi aziendali (Torino, Milano, Venezia, Padova, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Bari e Palermo) per il servizio di disbrigo pratiche (amministrative, postali, ecc.).
- Area Benessere: nelle sedi aziendali di Milano, Padova, Roma e Palermo è in funzione un'area dove è possibile seguire corsi per il benessere fisico.
- Lavanderia/calzoleria: servizio attivo in quattro sedi (Milano e Roma).
- Edicole: presenti in due sedi romane.
- Convenzioni: offerta online di prodotti e servizi derivanti da accordi di partnership di Telecom Italia a carattere prevalentemente nazionale (auto e moto, cultura e spettacolo, elettronica, sport, istituti finanziari, salute e benessere, viaggi e vacanze, varie).
- Prestiti aziendali: erogati 555 prestiti di cui 67 per l'acquisto/costruzione casa e 86 per il finanziamento dei lavori di ristrutturazione della casa.

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

- Soggiorni estivi tradizionali: soggiorni di 15 giorni destinati a bambini di età compresa tra i 6 e i 12 anni. 4.559 partecipanti.
- Soggiorni estivi tematici: soggiorni di 14 giorni per ragazzi tra gli 11 e i 17 anni, dedicati allo studio della lingua inglese o spagnola, alle attività sportive (calcio, tennis, vela, equitazione, volley, basket, canoa, ecc.). 1.651 partecipanti.
- Soggiorni studio in Inghilterra: soggiorni di 14 giorni presso i college di tre località. 228 partecipanti tra i 14 e i 17 anni.
- Borse di studio all'estero: 80 soggiorni all'estero dedicati allo studio della lingua inglese della durata di quattro settimane per i ragazzi di 15-17 anni (41 in Irlanda, 31 in Finlandia e 8 in Spagna); 20 soggiorni studio di un anno scolastico per ragazzi di 15-17 anni (Europa, Stati Uniti e Canada).
- Rimborso della tassa di iscrizione al primo anno di Università per i figli dei dipendenti delle società del Gruppo che abbiano riportato una votazione di almeno 90/100 nel conseguimento del diploma di maturità.

Supporto alle iniziative di volontariato

- Nel dicembre 2009 alcuni dipendenti del Gruppo hanno scelto di trascorrere una settimana al Dynamo Camp, di cui Telecom Italia è socio fondatore, grazie ai permessi retribuiti dell'Azienda. È il primo Camp appositamente strutturato per ospitare gratuitamente bambini affetti da patologie gravi e croniche in terapia e nel periodo post ospedalizzazione. Al Camp i bambini traggono grande supporto l'uno dall'altro e rinforzano la fiducia in se stessi che li sosterrà durante il proseguimento delle cure e al loro rientro a casa. I volontari hanno avuto il compito di accogliere gli ospiti (bambini, ragazzi o famiglie), accompagnarli e sostenerli in ogni loro bisogno e necessità, verificando che il Camp fosse un ambiente divertente e stimolante, ma anche sicuro e fisicamente protetto.
- La community "noi.perloro", lanciata sull'Intranet nel 2007, raccoglie le iniziative di solidarietà messe in atto dai dipendenti del Gruppo,

offrendo uno spazio per dare visibilità alle iniziative stesse e per accrescere le possibilità di networking. Attualmente la community conta 109 tra associazioni e onlus partecipanti. Nel 2009 sono state realizzate cinque iniziative di beneficenza nelle città di Roma e Napoli, mentre in occasione delle festività natalizie sono stati organizzati "i Banchetti della solidarietà" (dal lunedì 14 al venerdì 18 dicembre) nelle sedi Telecom di Torino, Milano, Roma, Napoli e Palermo, coinvolgendo 17 associazioni.

Attività e progetti di Diversity Management

- Per valorizzare ogni forma di diversità nel contesto lavorativo (disabilità, genitori single, diversità di etnia, religione), nel 2009 sono stati attivati alcuni focus group sul tema della disabilità e della diversità di genere, culturale e di età.
- Tutto il management della Funzione Human Resources and Organization è stato interessato da una specifica iniziativa di formazione/informazione, poi estesa al restante personale, attraverso attività gestite su Intranet come per esempio il "Diversity Contest" che consiste nella pubblicazione di articoli su aspetti specifici della diversità accompagnati da test per rendere più stimolante la lettura e aumentare il coinvolgimento.
- È stato avviato il progetto "Comunico-io" con l'obiettivo di identificare e implementare strumenti che agevolino la comunicazione tra i circa 80 colleghi affetti da sordità e gli altri con cui sono in contatto durante il lavoro. I dipendenti non udenti sono forniti di dispositivi che facilitano la comunicazione con gli altri attraverso servizi di chat e LIS – Lingua Italiana dei Segni.

ALATEL e Spille d'Oro

L'Associazione Lavoratori Seniores del Gruppo (22.873 iscritti di cui 3.555 dipendenti in servizio) ha proseguito la realizzazione delle proprie attività istituzionali, confermando la collaborazione con l'Associazione delle Spille d'Oro Olivetti (3.417 iscritti).

ASSILT

L'ASSILT effettua campagne di medicina preventi-

va e di educazione sanitaria in collaborazione con strutture pubbliche e istituti scientifici. L'Associazione eroga inoltre rimborsi per prestazioni sanitarie integrative rispetto a quelle fornite dal Servizio Sanitario Nazionale (498.000 pratiche nel 2009, per un totale di oltre 50 milioni di euro).

Nel 2009 si è conclusa la campagna di educazione sanitaria sulla corretta alimentazione, organizzata in collaborazione con l'Istituto Nazionale Ricerca Alimentazione e Nutrizione, rivolta a tutti gli iscritti e, in particolare, agli utenti della ristorazione collettiva aziendale.

All'Associazione sono iscritte, al 31 dicembre 2009, 185.656 persone, di cui 61.220 dipendenti, 38.844 pensionati e 85.592 familiari.

ASSIDA

L'ASSIDA eroga rimborsi per prestazioni sanitarie integrative rispetto a quelle fornite dal Servizio Sanitario Nazionale. Nel 2009 sono state gestite circa 60.000 pratiche per un importo complessivo di 20 milioni di euro.

Al 31 dicembre 2009 l'Associazione contava 5.080 dirigenti iscritti, in servizio e in pensione, a cui si aggiungono i loro familiari per un totale di 11.800 assistiti.

CRALT

Il CRALT organizza per i propri soci, dipendenti e pensionati, iniziative di carattere:

- turistico (viaggi di gruppo e individuali) con un risparmio indicativo medio del 15% rispetto ai prezzi di mercato;
- sportivo (partecipazione a meeting nazionali e regionali nelle principali discipline);
- culturale e ricreativo (visite guidate, corsi di pittura, fotografia, serate teatrali e cinematografiche).

La contribuzione in favore dei soci può arrivare al 40%. Le quote di partecipazione alle iniziative possono essere pagate a rate con trattenute sullo stipendio.

Il CRALT consente inoltre ai soci e al relativo nucleo familiare, attraverso la stipula di apposite convenzioni, di poter acquisire beni e servizi di particolare rilevanza e utilità (come per esempio libri scolastici, abbonamenti ai mezzi di trasporto pubblici) a prezzi/tariffe di particolare convenienza, sempre

fruendo della rateizzazione dei costi.

Al 31 dicembre 2009 gli iscritti erano 50.380, di cui 44.034 dipendenti e 6.346 pensionati.

INTERVENTI A FAVORE DEI DIPENDENTI – BRASILE

Equilibrio tra vita lavorativa e tempo libero per i dipendenti

Nel 2009 Tim Brasil ha promosso diverse iniziative tra le quali:

- “TIM apre le porte”: far conoscere l'ambiente lavorativo dei genitori nel giorno dedicato al bambino in Brasile; per l'occasione sono state realizzate attività ricreative dirette a tutti i figli dei dipendenti fra i 3 e i 12 anni.
- “Happy Day”: il dipendente, nel giorno del suo compleanno, ha diritto a un giorno di vacanza e riceve un biglietto di auguri, firmato da tutti i suoi colleghi di lavoro.
- Ginnastica ed ergonomia: nelle sedi aziendali di Rio de Janeiro, Belo Horizonte, São Paulo, Curitiba, Recife, Santo André, Brasilia, Salvador, Florianopolis, Porto Alegre e Belém vengono effettuate sessioni di ginnastica sul posto di lavoro, ai fini di favorire una corretta postura e fare un uso adeguato degli strumenti di lavoro. Nelle sedi regionali di Rio de Janeiro, Belo Horizonte, São Paulo e Curitiba è possibile seguire corsi per il benessere fisico e relax, come shiatsu e yoga, utilizzando una palestra o un'area dedicata.
- Convenzioni: un certo numero di convenzioni sono state stipulate a livello nazionale e/o territoriale per l'acquisto/utilizzo di beni e servizi a condizioni vantaggiose, l'assicurazione di auto e moto, iniziative culturali e spettacoli, ristoranti, salute, benessere e pratica degli sport. Nel 2009 sono state attivate convenzioni con Università, corsi di lingua e di altro tipo.

Assistenza sanitaria privata in Brasile

Il programma di assistenza sanitaria privata ai lavoratori delle aziende del Gruppo in Brasile include sia prestazioni mediche e odontoiatriche attraverso una rete accreditata sia un sistema di rimborso – con massimali predefiniti – per prestazioni avvenute

fuori dalla rete. Il costo delle prestazioni sanitarie complessive del 2009 è stato pari a oltre 12 milioni di euro. Come nel 2008, anche nel 2009 è stato effettuato un programma di vaccinazione volontario volto alla prevenzione delle influenze.

Al 31 dicembre 2009 gli iscritti erano 18.074 di cui 9.454 dipendenti e 8.620 familiari.

Previdenza integrativa in Brasile

Dal 2006 Tim Brasil porta avanti il Piano di Previdenza Privata per tutti i dipendenti. A fine dicembre 2009 l'indice di adesione aveva raggiunto l'85% dei dipendenti, confermandone il gradimento.

SVILUPPO

L'area Sviluppo ha l'obiettivo di rilevare le competenze tecniche e manageriali delle risorse, elaborando piani per il loro sviluppo e fidelizzazione, con particolare riguardo ai talenti. Gli strumenti utilizzati a tal fine, elaborati anche in considerazione dei benchmark nazionali e internazionali, sono descritti di seguito.

Valutazione delle prestazioni

Nel corso dell'anno è stato avviato un processo di rivisitazione del sistema di valutazione delle prestazioni con l'introduzione, già dal processo 2008 in fase di consuntivazione, di alcune sostanziali novità.

Sono stati previsti interventi finalizzati a:

- aumentare la selettività dello strumento e renderlo maggiormente coerente con le scelte meritocratiche, attraverso l'introduzione di linee guida di distribuzione delle valutazioni;
- migliorare l'omogeneità dei criteri di valutazione, attraverso la costituzione di Comitati di Calibrazione;
- sottolineare la centralità del colloquio di feedback tra capo e collaboratore come momento fondante del processo di miglioramento delle performance e di sviluppo della professionalità, attraverso l'introduzione di una nuova funzionalità online con la quale i valutati possono segnalare eventuali casi di colloqui di feedback non ricevuti.

Il processo di valutazione delle prestazioni 2008,

chiuso nei primi mesi del 2009, ha coinvolto circa il 99,3% della popolazione valutabile, ossia oltre 53.000 persone (quasi il 17% in più rispetto alla popolazione valutata nell'anno precedente). A valle dei risultati conseguiti e dell'esperienza maturata, sono state introdotte ulteriori novità nel processo di valutazione delle prestazioni 2009, che sarà realizzato nei primi mesi del 2010.

Le novità introdotte hanno l'obiettivo di:

- semplificare il processo, valutando a consuntivo il contributo di ciascun collaboratore al raggiungimento degli obiettivi del settore di appartenenza;
- diffondere un unico modello di comportamento (lo "stile della casa") attraverso l'individuazione di un set di comportamenti ispirati alla Customer Promise, ritenuti fondamentali per il raggiungimento degli obiettivi aziendali e il continuo miglioramento della soddisfazione del cliente finale.

La Valutazione della Performance in Tim Brasil ha coinvolto il 96,5% dei collaboratori eleggibili⁽¹⁾. Quest'anno è stata inserita la competenza di "focus sul cliente" come valutazione obbligatoria per tutti i collaboratori. Anche il feedback è stato considerato come tappa obbligatoria per la conclusione del processo di valutazione. Il piano di sviluppo individuale, che segue al processo di valutazione, per la prima volta è stato reso disponibile online.

Valutazione del potenziale e Tavole di successione

Nel 2009 in Telecom Italia è stato progettato un nuovo assessment di readiness per la dirigenza con cui sono stati valutati circa 200 manager.

Il Programma di Assessment è indirizzato ad approfondire la conoscenza delle capacità e del potenziale delle risorse al fine di orientare le decisioni in tema di succession management e di indirizzare la formazione. Le informazioni raccolte, assieme a quelle legate alle esperienze professionali, vengono utilizzate per la definizione delle Tavole di successione organizzate, da quest'anno, in un nuovo sistema informatico.

In Tim Brasil il programma di assessment ha coinvolto 70 manager in posizione di responsabilità.

(1) Il processo riguarda i dipendenti che abbiano lavorato per un periodo minimo di sei mesi nell'anno di riferimento, eccettuati i direttori e coloro che lavorano nel customer care (per i quali viene effettuata un'apposita valutazione).

Progetto “I mestieri del futuro”

Nel 2009 è stato realizzato un progetto con la metodologia di previsione Delphi per l'individuazione dei “Mestieri del Futuro” nei settori tecnologico e commerciale, attraverso il coinvolgimento di un panel di 40 professionisti interni nella valutazione delle implicazioni che l'evoluzione del mercato ICT può avere sul sistema delle professionalità.

La metodologia utilizzata ha consentito di sviluppare in azienda un approccio metodologico alla soluzione di problemi complessi, rafforzando l'impegno e la motivazione delle risorse coinvolte in valutazioni e scelte a carattere strategico.

Progetto di sviluppo per l'area Marketing

Partendo dall'analisi del gap di competenze, è stato definito un piano di azioni per avviare un processo di knowledge transfer rivolto alle risorse delle strutture del Marketing. Il piano ha consentito la realizzazione di una serie di azioni di sviluppo e di formazione sia a carattere individuale che di gruppo.

Il progetto ha coinvolto in totale 11 dirigenti, 55 quadri e 116 impiegati.

SELEZIONE

Nel 2009 è stata realizzata la prima policy di selezione esterna applicabile a livello di Gruppo che garantisce l'omogeneità nei processi di selezione delle risorse in ingresso in Azienda, in linea con le disposizioni del Codice Etico di Gruppo. La policy si fonda sul riconoscimento del valore della diversità di ogni individuo senza distinzione di razza, sesso, religione, etnia, opinione e abilità e garantisce pari opportunità alle persone che partecipano ai processi di selezione finalizzati all'assunzione in Telecom Italia.

Il 2009 è stato un anno ricco di nuovi progetti volti a creare percorsi formativi per i giovani. In particolare, tra le nuove iniziative intraprese, emerge il progetto “Network Scuola-Impresa”. Progettato insieme al Centro Elis e rivolto agli studenti della quarta e quinta classe degli istituti tecnici superiori, il progetto prevede un percorso didattico su tematiche Tlc, co-progettato con i docenti degli istituti tecnici e i colleghi direttamente coinvolti sul tema, i cosiddetti “maestri di mestiere”. Nel secondo semestre del

2009 si è conclusa con successo la prima edizione che ha coinvolto 323 studenti, 11 istituti e nove colleghi delle strutture territoriali di Open Access. In parallelo è stato dato avvio alla seconda edizione raddoppiando la sfida formativa con l'ampliamento del network ad altri 11 istituti tecnici per un totale di 22 scuole su tutto il territorio nazionale (sette al nord e 15 al centro-sud), più di 600 studenti e 22 “maestri di mestiere”.

Altra iniziativa di particolare rilevanza è il progetto “Campus”. Realizzato sempre in collaborazione con Elis, è caratterizzato da un percorso strutturato di employer branding, recruiting e formazione su tre anni, rivolto ai migliori studenti del Corso di laurea magistrale in Economia, Ingegneria gestionale e Comunicazione di impresa. Attualmente sono inseriti nel progetto otto ragazzi provenienti da diverse università italiane. A settembre si è conclusa la prima fase che ha visto i ragazzi lavorare a stretto contatto con i colleghi della Direzione Domestic Market Operations sui due filoni progettuali dell'IP-TV e di MTV Mobile. Sta per iniziare la seconda fase del progetto che si svolgerà nel 2010 e vedrà i ragazzi coinvolti in un periodo di stage presso le strutture aziendali.

Tra le nuove iniziative a carattere internazionale c'è il progetto “Future Skills” con l'inserimento in stage, nel 2009, di otto giovani ricercatori provenienti da Brasile, Giappone, Corea e India. I progetti sviluppati durante il periodo di internship, presso la sede del Future Center a Venezia, hanno riguardato l'analisi degli ecosistemi di business emergenti allo scopo di individuare le opportunità del futuro.

Tra i percorsi formativi ormai consolidati vi sono la collaborazione con il Politecnico di Torino per la realizzazione del Master Innovation e la prosecuzione delle partnership iniziate negli anni precedenti attraverso l'erogazione di borse di studio e stage.

Nel 2009 Tim Brasil ha portato avanti i seguenti programmi di selezione:

- “Nosso Aprendiz”: promuove la formazione di giovani tra i 16 e i 24 anni per prestare servizio nei call center o nel ricevimento dei clienti nei negozi aziendali. Per i minorenni viene invece attivato un percorso di formazio-

ne amministrativa per prepararli all'ingresso nel mondo del lavoro. Il programma, avviato nel 2008, ha registrato 158 partecipanti nel 2009.

- “Talentos sem fronteiras”: lanciato nel 2009, con l'obiettivo di ricercare sul mercato giovani neolaureati, al fine di costituire una pipeline di talenti da formare e sviluppare per costituire il management aziendale del futuro.
- “Estagio Sem Fronteiras”: stage che offrono ai giovani universitari un'opportunità di sviluppo e di preparazione al mercato del lavoro grazie ad azioni di formazione e un'esperienza professionale concreta finalizzata ad accrescere la professionalità del giovane stagista. Tutti gli stagisti sono inoltre invitati a partecipare al programma “Concurso sem Fronteiras” il cui obiettivo è presentare un progetto che possa contribuire al miglioramento di Tim Brasil. Nel 2009 è stato inoltre definito un nuovo programma mirato alla selezione di stagisti di talento con l'obiettivo di accrescere la prospettiva di inserimento definitivo in Azienda e l'eventuale accesso al progetto “Talentos sem fronteiras”.

Anche nel 2009 è stata privilegiata l'assunzione di personale che già prestava servizio all'interno dell'Azienda, attraverso l'adozione di processi, criteri e strumenti volti a garantire pari opportunità e trasparenza.

FORMAZIONE

Nel Gruppo Telecom Italia le attività di formazione realizzate nel periodo gennaio-dicembre 2009 ammontano, per il personale Italia, a circa 1,8 milioni di ore, come evidenziato nella seguente tabella, e a circa 19,8 milioni di euro di costi diretti, esclusi il costo del lavoro e le spese di trasferta.

L'80,1% del personale del Gruppo ha partecipato ad almeno un intervento formativo.

I progetti trasversali di Gruppo

Il piano di formazione 2009 ha tre priorità:

- la valorizzazione, lo sviluppo e la diffusione delle competenze in coerenza con gli obiettivi del Piano industriale e con le esigenze orga-

nizzative;

- lo sviluppo di una cultura manageriale coerente con l'evoluzione del business e degli scenari di riferimento;
- la diffusione della conoscenza del contesto socio-economico e la consapevolezza della responsabilità d'impresa.

Nel semestre gennaio-giugno sono stati realizzati due seminari sul tema delle Emergenze Ambientali che hanno coinvolto circa 40 risorse per un totale di circa 1.500 ore di formazione e un'edizione del seminario “Green Economy – Sostenibilità e Acquisti Verdi” – rivolto a circa 80 risorse fra quadri e dirigenti delle diverse strutture, per ulteriori 700 ore circa (cfr. § Ambiente).

In continuità con il 2008 sono stati realizzati interventi formativi sulle competenze comportamentali e sugli scenari ICT per dirigenti, quadri e livelli 6 e 7 al fine di rafforzare una cultura manageriale diffusa e condivisa.

È stato avviato, con sessioni d'aula, il piano formativo 2009 sul Sarbanes Oxley Act – 404 (SOA), volto ad aggiornare le conoscenze sugli obblighi che ne derivano, ed è stato realizzato un approfondimento sul tema della “Segregation of Duties” attraverso un pacchetto e-learning. Sul Modello Organizzativo 231, in aggiunta alle tradizionali sessioni d'aula, è stato predisposto un corso sempre mediante e-learning per diffonderne la conoscenza e assicurarne l'efficace attuazione. Al tema è stata dedicata anche un'azione di comunicazione interna con un'edizione speciale di noiDash, distribuita in tutte le società del Gruppo.

Per contribuire alla diffusione e alla comunicazione della nuova visione Qualità, fondata sulla Customer Promise e sul miglioramento del Customer Satisfaction Index, è stato realizzato il Progetto “Esprimere Qualità” (cfr. § Clienti/Centralità del cliente). Rivolto a tutto il management (1.400 persone) e a circa 3.000 risorse di territorio (“gruppi di governo” e “coordinatori touch point”), è realizzato attraverso una modalità formativa interattiva e con specifiche azioni di comunicazione interna a supporto. Sempre sul tema della Qualità è stato inoltre realizzato un learning tour “Quality” con la partecipazione di 24

AMBITI ORGANIZZATIVI		TOTALE PER TIPOLOGIA DI FORMAZIONE					
Tipologia di formazione	Ore totali (n.)	Ore procapite (n.)	Costi totali (euro)	Costi procapite (euro)	Partecipazioni ^(*) (n.)	Partecipanti (n.)	Coverage (%)
Formazione specialistica	1.650.721	27,7	12.242.604	206	270.720	42.909	72,1
Dirigenti	4.162	4,1	229.962	225	404	262	25,7
Quadri	30.753	7,1	1.800.681	413	3.229	1.800	41,3
Impiegati/Operai	1.615.805	29,8	10.211.961	189	267.087	40.847	75,4
Formazione manageriale	94.430	1,6	6.893.905	116	6.593	4.930	8,3
Dirigenti	10.741	10,5	1.725.185	1.691	850	405	39,7
Quadri	17.390	4,0	1.694.627	389	1.295	857	19,7
Impiegati/Operai	66.299	1,2	3.474.094	64	4.448	3.668	6,8
Formazione istituzionale	13.832	0,2	116.606	2	4.633	4.370	7,3
Dirigenti	723	0,7	2.178	2	152	132	12,9
Quadri	3.501	0,8	99.690	23	589	513	11,8
Impiegati/Operai	9.608	0,2	14.738	0	3.892	3.725	6,9
Formazione di inserimento	49.176	0,8	97.210	2	1.650	682	1,1
Dirigenti	0	0,0	0	0	0	0	0,0
Quadri	144	0,0	0	0	7	7	0,2
Impiegati/Operai	49.032	0,9	97.210	2	1.643	675	1,2
Formazione linguistica	18.132	0,3	539.138	9	703	650	1,1
Dirigenti	3.858	3,8	170.991	168	104	90	8,8
Quadri	4.336	1,0	112.531	26	193	156	3,6
Impiegati/Operai	9.938	0,2	255.616	5	406	404	0,7
TOTALE	1.826.290	30,7	19.889.464	334	284.299	47.669	80,1
Dirigenti	19.484	19,1	2.128.316	2.087	1.510	603	59,1
Quadri	56.124	12,9	3.707.529	851	5.313	2.425	55,7
Impiegati/Operai	1.750.682	32,3	14.053.618	259	277.476	44.641	82,4

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

dirigenti che hanno visitato aziende eccellenti in Europa e hanno elaborato delle proposte concrete di miglioramento.

Al fine di rendere i processi aziendali sempre più efficienti, in coerenza con le azioni previste dal Piano industriale, è stato realizzato un piano formativo per aumentare la conoscenza e l'implementazione delle metodologie Lean Six Sigma (LSS) e Knowledge Management, che ha coinvolto il management e parte dei professional dell'area Human Resources. Sono inoltre stati attivati dei percorsi di certificazione LSS, destinati sia a Human Resources sia alle funzioni operative.

La formazione per il presidio delle competenze tecnologiche e di business

La formazione specialistica ha continuato a indirizzarsi verso le competenze specifiche di funzione, con particolare attenzione agli aspetti maggiormente innovativi: apparati, servizi broadband di rete fissa e mobile, sistemi informatici, impianti tecnologici, impianti di alimentazione, reti e software di nuova generazione, lean organization. Sono stati inoltre realizzati ampi programmi, che proseguiranno nel 2010, di informazione, sensibilizzazione e formazione sul tema degli Impegni e sul Codice comportamentale derivanti dalla Delibera 718/08/CONS, in ottemperanza agli obblighi assunti nei confronti di AGCOM (cfr. § [Concorrenza/Impegni relativi alla rete di accesso](#)).

Per quanto riguarda le metodologie utilizzate, oltre alla formazione d'aula e al training on the job, si è fatto ampio ricorso all'e-learning.

Sono proseguiti gli interventi formativi per gli addetti delle strutture Vendite e Customer Operations, volti a potenziare le conoscenze tecniche e le capacità di gestione della relazione con il cliente. Particolarmente rilevante il Progetto "Valore, insieme per il cliente", una mappatura delle conoscenze e competenze fondamentali della forza vendita, realizzata attraverso strumenti dedicati.

Per l'area Market (vendite, marketing, strategy, customer care) è stata avviata la seconda edizione del Master MAKTEL (Marketing Actionable Knowledge Through Experiential Learning), il progetto destinato a junior specialist che intende fare di Telecom Italia un centro di eccellenza nel marketing.

Inoltre sono stati costruiti, specificamente per le funzioni del Marketing, dei percorsi formativi tematici per lo sviluppo e il consolidamento delle competenze specialistiche e manageriali.

Nel 2009 in Tim Brasil, il coverage di formazione è del 98% e la media delle ore di formazione per dipendente è stata di 46 ore procapite, incluso l'e-learning per il quale Tim Brasil ha creato il proprio portale di apprendimento "@aula.TIM". L'offerta formativa ha privilegiato il presidio delle competenze tecnologiche e il potenziamento delle competenze caratteristiche dei profili del Customer Care e di Sales con particolare attenzione al lancio del nuovo portafoglio di prodotti. Riveste una particolare importanza il Programma di Gestão del Alto Desempenho rivolto a 300 gestori del Customer Care al fine di contribuire a un miglioramento della produttività e dell'efficienza delle operazioni e garantendo una maggiore soddisfazione dei clienti.

Le altre iniziative realizzate da Tim Brasil hanno riguardato tre tipi di formazione:

- internazionale: realizzata alla Harvard Business School e diretta a un gruppo ristretto di manager con l'obiettivo di sviluppare un approccio integrato di gestione, ampliando e consolidando la visione strategica;
- specialistica: partecipazione a seminari e congressi per sviluppare le competenze tecniche dei dipendenti, con focus sui nuovi progetti relativi all'area di Rete e di Information Technology e sulle competenze di business per le aree di staff;
- linguistica: sviluppo delle competenze linguistiche del personale che ha contatti diretti con l'estero o che riveste ruoli richiedenti la conoscenza di una lingua straniera.

A novembre 2009 è stato avviato un programma di sussidio e incentivo alla formazione universitaria online per un gruppo di 100 dipendenti, con focus particolare su Customer Care e Vendite.

PROGETTI E ATTIVITÀ DI ASCOLTO

Gli strumenti di cui i dipendenti dispongono in Azienda per esprimere la propria voce sia in modo forma-

le che informale sono numerosi.

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

Tuttavia in un'organizzazione complessa come Telecom Italia la comunicazione unilaterale non è più sufficiente a sostenere logiche di coinvolgimento e di valorizzazione del pensiero, anche di quello laterale o più semplicemente "diverso". Per questo motivo c'è una progressiva "conversione" dai canali tradizionali di comunicazione verso forme più innovative che favoriscono la bilateralità, lo scambio, il confronto tra i componenti della comunità aziendale. Le finalità sono molteplici ma centrale è la ricerca e la valorizzazione del contributo di ogni dipendente per migliorare il presente e costruire il futuro.

In tal senso Intranet e il portale rappresentano componenti sempre più importanti. Sono strumenti in grado di raggiungere tutti, di fornire informazioni ma anche di attivare maggiori momenti di "ascolto" formali e informali, come l'analisi di clima, i blog, le community virtuali aperte. In questo modo vengono stimolati il confronto e il dibattito su tematiche interne legate al business e su temi più generali di attualità, compresi quelli ambientali e sociali.

In questo quadro si inseriscono altre recenti esperienze che, pur se tra loro diverse, vedono nella partecipazione delle persone un elemento determinante e che per questo prevedono canali strutturati per la raccolta di contributi e proposte. Tra queste il progetto "Archimede", sviluppato dalla struttura Open Access per fare clima, per rafforzare lo spirito di squadra ma anche per raccogliere le buone idee, quelle che possono contribuire a risolvere i problemi e a migliorare la relazione con il cliente, restituendo a chi le propone riconoscimento, senso di appartenenza, l'entusiasmo di sentirsi parte attiva all'interno del sistema. Il progetto ha coinvolto 20.000 persone di Open Access e si è concluso con la premiazione delle 34 migliori idee da giurie interfunzionali (su 2.521 pervenute). Il progetto è stato allargato nel 2009 anche alla Direzione Wholesale.

È stata avviata la terza edizione di "Il Faro", progetto di ascolto lanciato nel 2006 che coinvolge i dipendenti nel proporre idee e opinioni su argomenti di interesse aziendale e nello sperimentare nuovi

prodotti e servizi del Gruppo. L'ultima edizione ha raccolto 3.177 adesioni di colleghi tramite il questionario online. Tutti i partecipanti sono stati successivamente abilitati al blog "Il Faro". A luglio 20 "faristi" sono stati coinvolti in due focus sull'identità aziendale e, sempre nello stesso mese, sono state avviate due sperimentazioni. Per favorire il loro ascolto la sperimentazione prevede un blog dedicato attraverso la somministrazione di un questionario e tre focus group di valutazione.

È stato condotto un focus group su alcuni dipendenti per testare il nuovo questionario per la rilevazione del clima aziendale, questionario che verrà inviato a tutto il Gruppo in gennaio 2010. Il questionario, rinnovato nel linguaggio e nella struttura, è pensato per stimolare la riflessione e la partecipazione dei dipendenti. Sono state introdotte nuove domande al fine di conoscere e valorizzare le interazioni interne all'Azienda, il valore delle relazioni e lo scambio di conoscenza nelle comunità professionali.

Segnalazioni al Preposto al controllo interno di Telecom Italia

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

COMUNICAZIONE INTERNA

Nel 2009 la comunicazione interna ha proseguito il

suo percorso di maggiore valorizzazione e ascolto dei dipendenti, per aumentare la vicinanza tra l'Azienda e le persone.

Gli eventi di comunicazione interna del 2009 sono stati tutti realizzati con l'intento di coinvolgere il maggior numero di dipendenti e di renderli protagonisti delle scelte legate al business e all'accrescimento della soddisfazione del cliente. Tali eventi hanno coinvolto dal vivo un numero ristretto di persone mentre per "i grandi numeri" è stato privilegiato il video streaming dalla postazione di lavoro e la discussione con i responsabili via blog e virtual network. La modalità online consente anche di minimizzare l'impatto del Gruppo sull'ambiente, in termini di emissioni di gas serra. Per tutti gli eventi sono state comunque compensate le emissioni di CO₂ generate.

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

Scenari

"Innovazione, Qualità, Impegno": questo il titolo dell'incontro organizzato per i 1.400 manager del Gruppo. Obiettivo del meeting è stato quello di presentare l'Azienda nello scenario 2009, il Piano industriale, il sistema competitivo, le regole, gli obiettivi, le sfide per il management, un nuovo stile di leadership. Al centro dei lavori l'Impresa che vogliamo essere, i rapporti che vogliamo avere nel nostro ecosistema, il dialogo con tutte le componenti del Paese, la semplicità nel rapporto con il mercato e con i clienti, lo stile che è necessario assumere.

Informazione e media aziendali

- Intranet: pubblicate circa 480 notizie e rinnovata la homepage, con riorganizzazione dei contenuti per agevolarne la fruizione e incoraggiare la navigazione per canali tematici. Realizzati speciali informativi sul terremoto in Abruzzo con la partecipazione dei colleghi delle aree colpite, in favore dei quali è stata attivata una raccolta fondi via web;
- noi.ash: pubblicati quattro numeri della newsletter dedicati alla sostenibilità, all'analisi di clima Foto di Gruppo 2008, al progetto formativo Esprimere Qualità e alla formazione sul Modello Organizzativo 231;
- newsletter di comunicazione interna: è inviata periodicamente via mail a tutti i dipendenti per riassumere le notizie di maggior rilievo pubblicate sulla Intranet aziendale;
- noi.tv: realizzate 88 edizioni del notiziario bisettimanale "Videonews", 60 servizi di carattere monografico e 186 video con selezione di articoli dalla stampa;
- DVD Pillole di Rete e Pillole di Innovazione: riprendono gli speciali realizzati su noi.tv a scopo divulgativo. Sono realizzati per far conoscere le realtà tecniche e innovative di Telecom Italia al personale di staff;
- progetto Visual Q: cartellonistica presso sedi territoriali, centrali e di direzione per sviluppare la comunicazione sui temi della Customer Satisfaction e Customer Promise e per coinvolgere emotivamente le persone e diffondere la cultura della qualità. La declinazione dei messaggi è inizialmente rivolta ai colleghi di Open Access ponendo l'accento su aspetti operativi e comportamentali in linea con il progetto formativo "Esprimere Qualità";
- agenda 2010: realizzata con il contributo dell'archivio storico Telecom e con le fotografie realizzate da alcuni colleghi-fotografi traccia un percorso fotografico della storia dell'Azienda Telecom Italia dagli Anni '20 fino a oggi.

Attività e progetti di integrazione

- La community sulla Intranet aziendale ha registrato un aumento di partecipazione dei dipendenti del 5% per ciascuna delle sue sezioni. La partecipazione mensile media dei dipendenti a community e blog si attesta su 150.000 accessi con una media di 6.000 accessi giornalieri. La community ha la finalità di condividere fra colleghi le proprie esperienze, esigenze e opinioni su varie tematiche. Nelle diverse sezioni in cui è articolata la community – eventi aziendali, vendo e compro, fotografia, blog, musica, film, mostre e teatri, racconti di viaggio, pc help, libri, ricette di cucina, noi.perloro – è possibile trovare idee, consigli, soluzioni, partecipando e lasciando dei contributi a beneficio dei colleghi. La sezione noi.perloro contiene uno spazio interattivo dedicato ai progetti di volontariato e solidarietà (cfr. § People Caring).
- Sono stati attivati diversi blog tematici per

condividere suggerimenti e idee dei dipendenti su tematiche di tipo sociale (dislessia), di sperimentazione (“TIM Net”, “Il Faro”), di Qualità (“Esprimere Qualità”), di ricerca (“Rete Tlc di nuova generazione”, “Research & Trends”), di passione fotografica (“Obiettivo Emozione”). Relativamente a quest’ultima, 13 colleghi sono stati coinvolti sul progetto della nuova rivista aziendale e dell’agenda, diventando a tutti gli effetti i fornitori di immagini per tutti i reportage.

- Convention di alcune Funzioni aziendali (Business Market, Purchasing, Administration, Finance and Control, Corporate and Legal Affairs, External Relations, National Wholesale Services), con l’obiettivo di fare squadra e condividere risultati e obiettivi. In alcuni casi è stato utilizzato con successo il modello della convention multimediale con la partecipazione in video streaming di molti colleghi che hanno seguito i lavori dalla propria postazione di lavoro con la possibilità di intervenire nella discussione e fare domande.

In Tim Brasil la comunicazione interna è stata attuata prevalentemente attraverso la Intranet aziendale, la “TIM Mobile” (bacheca), la posta elettronica e alcune iniziative specifiche.

In particolare, attraverso la Intranet, sono state fornite ai dipendenti informazioni sul business, sui servizi e prodotti TIM e su iniziative promosse dalla Funzione Human Resources. Nella Intranet è inoltre presente un’area specifica di HR affinché ogni dipendente possa accedere, tra l’altro, alla sua busta paga elettronica e ai benefit di cui gode.

TIM Mobile è costantemente utilizzata per divulgare notizie rilevanti e fornire informazioni su campagne interne/esterne.

La posta elettronica viene invece utilizzata per comunicare eventi straordinari o iniziative specifiche rivolte ai dipendenti.

Tra le principali iniziative promosse nel 2009 da Tim Brasil vi sono:

- “Mentes sem fronteiras”: riposizionamento del marchio TIM nel mercato brasiliano, diffuso anche verso i dipendenti attraverso tutti i veicoli di comunicazione interna;
- celebrazione della giornata mondiale dell’am-

biente (5 giugno) con il lancio di una campagna di divulgazione per rendere i dipendenti consapevoli del loro ruolo nei confronti delle risorse naturali e dell’ambiente. Nel 2009 è proseguito l’impegno nella raccolta differenziata di batterie e pile usate e nella promozione di comportamenti volti a privilegiare l’impiego di materiali riciclabili e a risparmiare acqua ed energia;

- attivazione in alcune sedi aziendali di una sala biblioteca aperta a tutto il personale per il prestito di libri e dvd, supportata da una specifica campagna di comunicazione interna per stimolare la donazioni di libri e incentivare l’utilizzo della biblioteca;
- lancio, a dicembre 2009, di una iniziativa di sensibilizzazione dei dipendenti per soddisfare le richieste di regali di Natale inviate da bambini appartenenti a famiglie a basso reddito.

TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA

Nel 2009 il Gruppo ha avviato o proseguito alcuni specifici progetti e iniziative.

Aggiornamento del Documento di Valutazione dei Rischi

È stato redatto il nuovo Documento di Valutazione dei Rischi (DVR), aggiornato rispetto all’attuale struttura organizzativa, alle attività svolte e alle novità introdotte dal D.Lgs. del 3 agosto 2009, n. 106 correttivo del D.Lgs. 81/2008, in materia di tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro. La valutazione riguarda tutti i rischi per la sicurezza e la salute dei lavoratori, inclusi quelli esposti a situazioni particolari (stress da lavoro, lavoratrici in gravidanza), nonché quelli connessi alle differenze di genere, età e provenienza da altri Paesi.

Il DVR è stato redatto, come previsto dal decreto, con il responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione e previa consultazione del rappresentante dei lavoratori per la sicurezza.

Per garantire un tempestivo adeguamento del DVR a seguito delle evoluzioni tecnologiche e organizzative, il DVR è in formato elettronico ed è disponibile sulla Intranet. Ciò permette di collegare

al DVR tutte le informazioni, documenti, procedure e disposizioni legate al tema sicurezza e salute dei lavoratori.

Norme e procedure di sicurezza

Sono state redatte o aggiornate diverse procedure tra cui quelle relative agli imenotteri, alla gestione dei sistemi di climatizzazione e ai controlli sanitari. Quest'ultima, in particolare, descrive compiti e responsabilità nella gestione della tutela sanitaria dei lavoratori esposti a rischi specifici nonché gli accertamenti sanitari a cui sottoporre i lavoratori in funzione dell'attività svolta. Il processo, rivisto e aggiornato, include gli accertamenti sanitari per i rischi da lavoro notturno, da esposizione ai campi elettromagnetici e da lavori su sistemi di trasmissione con laser su fibre ottiche.

Progetto "Benessere nei call center"

Il Progetto è stato avviato nel 2004 con l'obiettivo di capire le variabili che contribuiscono a influenzare in modo determinante il benessere delle persone che vi lavorano e individuare le possibili azioni di miglioramento. In coerenza con le iniziative attuate sul fronte del people-caring, è stato effettuato un secondo monitoraggio che ha coinvolto circa 3.000 operatori (un campione rappresentativo della popolazione dei call center) attraverso la compilazione di un questionario online, rivisto e integrato in base all'esito delle fasi di ricerca precedenti.

Dall'analisi dei dati raccolti, svolta dai ricercatori della Facoltà e del Dipartimento di Psicologia dell'Università degli Studi di Torino, è emerso che:

- la conciliazione lavoro/tempo libero incide sul malessere psico-fisico. In tal senso l'operatore può essere sostenuto nel raggiungimento e nel mantenimento di un migliore equilibrio vita lavorativa/vita privata sia attraverso un'adeguata e più funzionale organizzazione dell'orario di lavoro e dei turni, sia attraverso iniziative organizzative rivolte a soddisfare i bisogni della famiglia;
- i supporti tecnologici e informatici, nonché gli strumenti per affrontare la relazione emotiva con il cliente, sono risorse che possono facilitare e sostenere il lavoro;
- la qualità dell'ambiente fisico di lavoro in linea con le disposizioni ergonomiche, favorisce il benessere psico-fisico;

- la valorizzazione del personale, attraverso il riconoscimento delle competenze e dell'esperienza lavorativa, l'equità di trattamento, la trasparenza delle decisioni organizzative, rappresenta un punto di attenzione importante nella direzione di un maggiore benessere lavorativo.

Al fine della verifica della corretta applicazione dell'accordo Azienda-Organizzazioni Sindacali sul benessere nei call center, siglato a maggio 2008, specifiche Commissioni stanno riscontrando l'attuazione delle iniziative utili alla promozione del benessere, rispetto alle seguenti macro aree: valorizzazione, formazione e aggiornamento del personale, conciliazione vita lavorativa/vita privata, ambiente di lavoro, organizzazione e ritmi di lavoro.

Formazione e sensibilizzazione dei lavoratori

Coerentemente con la legislazione vigente sono stati realizzati specifici corsi di formazione in materia di salute e sicurezza destinati ai neoassunti, per cambio mansioni e/o a seguito dell'introduzione di nuove attività, apparati o sostanze. È partito un processo di sensibilizzazione al ruolo di preposto alla sicurezza e salute dei lavoratori, nonché sono stati avviati dei corsi di formazione di tutti gli operatori di call center sul rischio rumore legato all'uso delle cuffie. Altre iniziative a favore della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro sono state realizzate tramite la distribuzione di specifici opuscoli e tramite la Intranet.

Sicurezza negli appalti

Per via delle modifiche introdotte dal D.Lgs. 106/09 è stata aggiornata la procedura organizzativa per la sicurezza sul lavoro nei contratti di appalto e d'opera. In collaborazione con i settori interessati sono in corso di emanazione specifiche istruzioni al fine di operare nel rispetto della norma nei rispettivi processi. Parallelamente, sono state attualizzate e semplificate le clausole contrattuali standard in materia di sicurezza e ambiente per i contratti di appalto, secondo le recenti disposizioni normative.

Infortuni

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

	2009	2008	2007
Numero infortuni	1.079	932	969
Indice di gravità ^(*)	0,42	0,45	0,24
Indice di frequenza ^(*)	11,28	9,77	10,28
Durata media in ore	127,73	127,31	136,01
Indice di improduttività ^(*)	1,44	1,24	1,40
Infortuni ÷ 100 lavoratori	1,97	1,63	1,62

(*) Gli indici di gravità, di frequenza e di improduttività rappresentano rispettivamente:

- i giorni convenzionali perduti nell'anno ogni mille ore lavorate;
- gli infortuni per ogni milione di ore lavorate;
- le ore perdute per infortuni ogni mille ore lavorate.

A fronte dei molteplici progetti formativi destinati al personale tecnico, nel corso del 2009 è stata riscontrata una diminuzione di oltre l'1% degli infortuni professionali, ovvero di quelli strettamente correlati ai rischi lavorativi.

Si segnalano in particolare:

- il programma annuale di formazione e addestramento per le attività di esercizio e manutenzione degli impianti di Tlc che comportano la salita in quota (su pali, scale e tralicci). Tale programma ha consentito una riduzione degli infortuni legati al rischio lavori in quota pari all'1,6%;
- il Progetto "Guida Sicura", giunto al terzo anno di attività, che ha permesso di conseguire un notevole abbattimento degli indici infortunistici relativi agli incidenti stradali in servizio. Infatti, solo nell'ultimo anno, la riduzione è stata pari al 7,26% mentre nel triennio il calo è stato del 40%.

Il progetto formativo ha coinvolto, tramite un videocorso, l'intera popolazione di Telecom Italia e con un programma pluriennale il personale tecnico che utilizza in maniera intensiva l'automezzo aziendale (613 tecnici nel 2009).

Si registrano altresì nell'anno un aumento degli infortuni non professionali, non connessi all'attività lavorativa, e due infortuni mortali, di cui uno solo professionale.

Per il 2010 sono stati previsti specifici obiettivi di riduzione per due indici (cfr. § [Introduzione/Obiettivi 2010](#)).

Nel corso del 2009 Tim Brasil ha realizzato alcune attività per garantire e promuovere la salute e la sicurezza sul lavoro, tra le quali:

- l'aggiornamento del documento aziendale di Valutazione dei Rischi e redazione di specifici documenti in tema di ambiente, sicurezza e salute sui luoghi di lavoro;
- lo svolgimento, in ambito sorveglianza sanitaria e medicina del lavoro, di 7.300 esami medici;
- lo svolgimento dei controlli e monitoraggi su edifici, impianti, attrezzature e processi, incluse 119 misure microclimatiche e di rumore nei call center e nei negozi sociali;
- lo svolgimento di otto prove di evacuazione per la verifica dell'efficienza dei Piani di Gestione delle Emergenze.

RELAZIONI INDUSTRIALI

Il 31 dicembre 2008 è terminata la vigenza del Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro (CCNL) per il personale delle imprese di telecomunicazione. La trattativa per il rinnovo, iniziata a gennaio 2009 con il coordinamento dall'Associazione di categoria Asstel, ha condotto alla sottoscrizione, il 23 ottobre, del nuovo CCNL per gli anni 2009-2011. Il Contratto prevede in particolare:

- l'adeguamento dei minimi salariali sulla base dell'IPCA;
- l'aggiornamento di tutti gli istituti relativi al mercato del lavoro recependo le ultime modifiche legislative;
- l'istituzione per tutti i lavoratori di una forma di assistenza sanitaria integrativa di settore;
- l'aumento dei giorni di permesso per i lavoratori-studenti;
- la costituzione di un'agenzia bilaterale per la formazione di settore che si occuperà di predisporre un catalogo di corsi in tema di ambiente e sicurezza sul lavoro, responsabilità ex lege 231/2001, normativa in materia di privacy, informatica di base e formazione linguistica di base, rapporto di lavoro, CCNL e previdenza.

Inoltre il Contratto ha introdotto un nuovo e più articolato sistema di relazioni fra aziende e sindacato, secondo le linee guida comunitarie. Sono stati costi-

tuiti, infatti, l'Osservatorio sul Controllo a Distanza e il Forum Nazionale, principale sede di analisi, verifica e confronto fra le Parti in tema di sviluppo tecnologico e dinamiche economiche del settore, evoluzione dell'attività legislativa, rapporto con le associazioni dei consumatori, responsabilità sociale dell'impresa, mercato del lavoro, pari opportunità e sicurezza sul lavoro. Il nuovo sistema di relazioni industriali favorirà ulteriormente il dialogo tra Telecom Italia e Organizzazioni Sindacali.

Nei mesi di gennaio e febbraio, con successivi incontri di approfondimento, l'Azienda ha illustrato alle Organizzazioni Sindacali i riflessi organizzativi del Piano Strategico 2009-2011. Nel contesto della conseguente evoluzione dell'assetto degli organici, il 25 maggio è stata avviata una procedura di mobilità ex lege 223/91 per 470 lavoratori operanti nel settore Directory Assistance (Servizio 1254, Assurance Dati Elenchi, Centralini, Centro Lavoro Servizi Internazionali, Supporto territoriale). Il 21 luglio l'Azienda ha rinunciato al ricorso alla mobilità e ha stipulato con le Organizzazioni Sindacali, presso il Ministero del Lavoro, un contratto di solidarietà di tipo "difensivo", come da vigenti disposizioni di legge, nei confronti dei lavoratori interessati. Questo contratto prevede riduzioni dell'orario di lavoro per evitare in tutto, o in parte, la riduzione o la dichiarazione di esubero del personale. Per i lavoratori in questione è prevista una parziale integrazione, da parte dell'INPS, della retribuzione non percepita per effetto della riduzione dell'orario di lavoro.

Il 5 febbraio 2009 sono stati sottoscritti con SLC-CGIL, FISTEL-CISL e UILCOM-UIL specifici accordi sullo svolgimento delle elezioni delle Rappresentanze Sindacali Unitarie (RSU) e dei Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS), sulle agibilità sindacali e sui Comitati Paritetici Sicurezza e Salute. Questi ultimi, per mantenere il sistema partecipativo come strumento privilegiato per la verifica, l'analisi e il confronto, sono composti in egual numero da membri aziendali e sindacali. Il loro compito è di assumere iniziative finalizzate alla tutela della salute e dell'integrità fisica dei lavoratori, di esaminare l'evoluzione del fenomeno infortunistico e proporre eventuali azioni di miglioramento, di contribuire alla definizione degli orientamenti in materia di formazione e informazione per i lavoratori e i RLS.

A seguito del terremoto de L'Aquila, che ha reso inagibile la sede aziendale, il 7 aprile Azienda e Sindacato hanno sottoscritto l'esame congiunto ex art. 5, comma 1, della Legge 164/75, attivando per quattro settimane la Cassa Integrazione Guadagni Ordinaria per 62 lavoratori. L'Azienda ha inoltre previsto strumenti di ulteriore sostegno economico, consentendo pertanto ai lavoratori di poter gestire i disagi causati dall'evento sismico sicuri nel reddito e liberi dall'attività lavorativa.

Sempre nel 2009, il 12 ottobre, Azienda e Sindacati hanno definito il calendario 2009-2010 delle giornate di ferie collettive, individuando le giornate e le strutture aziendali interessate dalle chiusure (c.d. strutture non operative).

Secondo quanto previsto dall'Accordo stipulato fra Azienda e Organizzazioni Sindacali il 14 maggio 2008 in tema di Premio di Risultato, il 5 maggio è stato siglato con SLC-CGIL, FISTEL-CISL, UILCOM-UIL, il Coordinamento Nazionale RSU e UGL Telecomunicazioni l'accordo che ha definito i macro-ambiti organizzativi e i parametri di qualità/produttività necessari per la definizione del Premio di Risultato 2009-2011 di Telecom Italia S.p.A. L'accordo consente una correlazione più diretta tra contributo ai risultati di business di specifici gruppi di lavoratori e quota variabile di salario, favorendo coinvolgimento dei lavoratori e maggior senso di appartenenza all'Impresa.

Come previsto dal CCNL e dai Protocolli di Relazioni Industriali di Azienda e Sindacati, durante l'anno si sono svolti numerosi incontri a livello nazionale su molteplici tematiche, tra cui: gli appalti stipulati dall'Azienda con fornitori e partner, il nuovo modello di riferimento per la formazione aziendale, la riorganizzazione di importanti strutture aziendali come la Direzione Technology & Operations e la Funzione Security, il processo di mobilità professionale dalle aree di staff verso le strutture operative.

Il 22 gennaio è stata raggiunta l'intesa con SLC-CGIL, FISTEL-CISL, UILCOM-UIL e le RSU di Matrix S.p.A. sul secondo livello di contrattazione, con la quale sono stati definiti per i lavoratori trattamenti migliorativi rispetto a quanto previsto dal CCNL secondo le linee guida già adottate in Telecom

Italia S.p.A. Il 16 dicembre 2009, inoltre, è stata sottoscritta con le stesse Organizzazioni Sindacali l'istituzione del Premio di Risultato per i lavoratori di Matrix S.p.A. che lega la parte variabile della retribuzione all'andamento reddituale aziendale.

Per quanto concerne Shared Service Center S.c.r.l., il 17 marzo 2009 è stato firmato con SLC-CGIL, FISTEL-CISL e le RSU un accordo integrativo del CCNL che definisce un importo una tantum per tutti i lavoratori a copertura del Premio di Risultato 2008. Il 21 maggio, inoltre, è stata avviata con le RSU aziendali e le segreterie nazionali di SLC-CGIL, FISTEL-CISL, UILCOM-UIL la trattativa per la definizione di un Premio per il 2009 che ha condotto alla sottoscrizione il 18 dicembre 2009 di una specifica intesa.

Per quanto riguarda l'attività di relazioni industriali condotta da TI Media:

- il 2 febbraio 2009 è stata raggiunta un'intesa con le Organizzazioni Sindacali dei giornalisti in merito alla procedura di licenziamento collettivo riguardante 25 giornalisti, avviata nel mese di settembre 2008. L'accordo, raggiunto attraverso l'istituto del contratto di solidarietà, revoca la procedura di licenziamento collettivo, ha durata biennale dal 1° marzo 2009 al 28 febbraio 2011 e prevede una riduzione dell'orario di lavoro e della retribuzione del 16%. La diminuzione della retribuzione è compensata, nella misura del 50%, da una specifica indennità erogata dall'Istituto Nazionale di Previdenza dei Giornalisti Italiani (INPGI) che provvede anche all'accreditamento dei contributi figurativi;
- il 15 ottobre 2009 è stato sottoscritto con le RSU di TI Media, UILCOM-UIL e FISTEL-CISL nazionali e territoriali un accordo per elevare il limite complessivo previsto dalla legge quale durata massima del rapporto a tempo determinato da 36 a 63 mesi complessivi. L'accordo ha inoltre regolamentato alcuni aspetti in materia di assunzioni a termine e a tempo determinato.

Per quanto concerne Telecom Italia Sparkle S.p.A., infine, il 29 ottobre 2009 è stato presentato alle Organizzazioni Sindacali il nuovo modello organizzativo aziendale ed è stato sottoscritto l'accordo sulle giornate di ferie collettive per il 2010.

In Tim Brasil gli accordi collettivi sindacali del 2009 sono coerenti con l'attuale scenario economico, politico e giuridico del Paese. L'azienda ha negoziato con le due federazioni che rappresentano la totalità dei dipendenti, la FITTEL e la FENATTEL, tre accordi relativi a:

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

Nel 2008 è stata negoziata la riduzione della settimana di lavoro da 44 a 42 ore nel 2009 e a 40 ore settimanali nel 2010.

Infine, l'aumento salariale riconosciuto a partire da gennaio 2010 sarà del 4,17%.

Le politiche retributive nel 2009 sono orientate a garantire competitività sul mercato del lavoro, in linea con gli obiettivi di attrazione, sviluppo e fidelizzazione delle risorse, oltre a differenziare gli strumenti in ottica di coerenza interna e sulla base di criteri oggettivi condivisi.

Pertanto, i sistemi di remunerazione sono finalizzati ad apprezzare in maniera differenziata il contributo in relazione a grado di copertura e criticità del ruolo, strategicità delle competenze possedute e valore individuale, in linea con le pratiche di mercato.

La gestione della componente fissa è ispirata a criteri di sempre maggiore selettività del bacino di risorse interessate, in coerenza con le indicazioni contenute nel Piano Industriale 2009-2011. La componente variabile della retribuzione diventa sempre di più elemento distintivo e di correlazione del pacchetto retributivo alle performance e alla redditività aziendali.

Il sistema MBO (Management By Objectives) 2009, unico strumento di incentivazione formalizzata di breve termine destinato al management e ai

dipendenti di particolare pregio, ha confermato, in continuità con il 2008, l'importanza degli obiettivi macro-economici aziendali e di funzione.

Per assicurare che gli aspetti relativi alla sostenibilità siano tenuti in adeguata considerazione nelle decisioni del management di Telecom Italia sono stati definiti obiettivi nel sistema MBO, riepilogati per stakeholder nella seguente tabella.

STAKEHOLDER DI RIFERIMENTO	OBIETTIVI OGGETTO DI INCENTIVAZIONE
Clienti	Customer Satisfaction Qualità del servizio erogato Qualità del servizio percepita
Risorse Umane	Salute e sicurezza dei dipendenti Programmi di formazione e crescita professionale Attività di welfare (People Caring) e benessere per i dipendenti
Ambiente	Consumi di materiali, energia e acqua
Azionisti e Istituzioni	Qualità e tempestività dell'informativa societaria
Comunità	Organizzazione di manifestazioni culturali Qualità di iniziative/progetti per la Comunità

Relativamente alla componente non monetaria del pacchetto retributivo, è proseguita nel 2009 la sua valorizzazione, anche con riferimento ai potenziali impatti in termini di caring dei dipendenti (dotazione di apparati mobili con funzionalità evolute) e di attenzione per l'ambiente (ampliamento della gamma autovetture con auto a minori emissioni di CO₂).

Tim Brasil garantisce che la retribuzione dei suoi

dipendenti sia in linea con i livelli di seniority interni all'azienda e gli standard di mercato. La politica salariale comprende una retribuzione fissa e una variabile legata ai risultati aziendali.

Oltre al programma di MBO e di incentivo alla forza vendite e call center, Tim Brasil ha adottato il programma "Participação nos Lucros e Resultados" (PLR), per ripartire parte del profitto dell'Azienda tra gli impiegati, come richiesto da una legge federale. Tali programmi si sono confermati validi strumenti per migliorare la qualità del servizio e la produttività.

Stock option

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

Telecom Italia

Nel corso del 2009 sono scaduti i termini per l'esercizio delle opzioni relative al:

- secondo lotto del Piano di Stock Option 2002;
- secondo lotto del Piano di Stock Option 2002 Top;
- secondo lotto del Piano di Stock Option 2003-2005 (ex TIM).

Inoltre, l'esercizio delle opzioni dei Piani in essere è stato sospeso in occasione dell'Assemblea degli Azionisti dal 23 marzo 2009 al 17 aprile 2009, ai sensi dei rispettivi Regolamenti.

Gli elementi essenziali dei Piani di stock option di Telecom Italia sono riepilogati nella Nota "Piani di stock option e Piano Performance Share Granting" del Bilancio consolidato del Gruppo Telecom Italia.

Un'informazione corretta verso tutti.

AZIONISTI

114

GLI STAKEHOLDER
INTERNI

azionisti

STRATEGIA

Le società del Gruppo sono consapevoli dell'importanza che un'informazione corretta sulle proprie attività riveste per il mercato, gli investitori e la Comunità in genere.

Ferme restando le esigenze di riservatezza richieste dalla conduzione del business, le società del Gruppo comunicano con il mercato e gli investitori nel rispetto dei criteri di trasparenza, correttezza, chiarezza e parità di accesso all'informazione.

Le società del Gruppo si impegnano a garantire parità di trattamento a tutte le categorie di azionisti, evitando comportamenti preferenziali.

I vantaggi derivanti dall'appartenenza a un gruppo di imprese vengono perseguiti nel rispetto delle normative applicabili e dell'interesse autonomo di ciascuna società alla redditività della propria attività e alla creazione di valore per i propri azionisti. Particolare attenzione viene riservata anche alla gestione dei rapporti con gli obbligazionisti: da oltre un anno la funzione Investor Relations ha rafforzato la propria struttura organizzativa con la creazione di un presidio dedicato.

STAKEHOLDER E LORO ASPETTATIVE

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

Le loro aspettative comuni riguardano:

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

Le aspettative degli stakeholder sono tenute in particolare considerazione:

STAKEHOLDER**ESIGENZA**

Azionisti rilevanti
Investitori istituzionali e retail

Buona performance finanziaria e operativa della società
Total shareholder return positivo (performance borsistica del titolo e dividendi distribuiti)
Coinvolgimento nella vita del Gruppo (per esempio partecipazione a eventi)
Brand reputation

Investitori socialmente responsabili

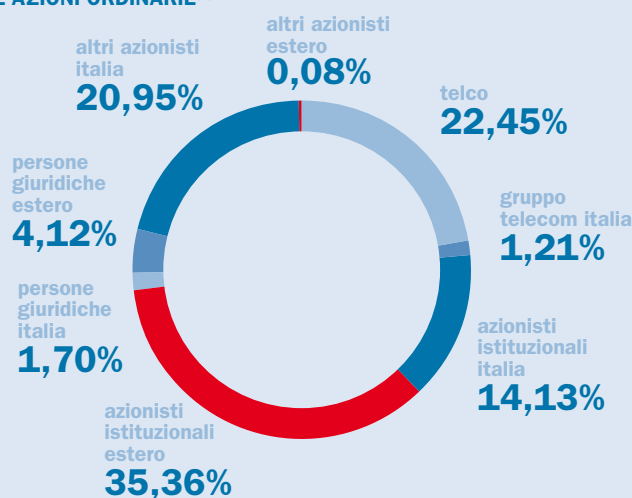
Total shareholder return positivo
Attenzione agli impatti sociali e ambientali del business aziendale

Obbligazionisti

Stabilità della remunerazione dell'investimento
Certezza del rimborso
Mantenimento/miglioramento dei rating di debito

Analisti finanziari

Contatto diretto con il management sui temi rilevanti per meglio percepire le dinamiche presenti e future

RIPARTIZIONE DELLE AZIONI ORDINARIE(*)

(*) Fonte: Libro dei Soci al 31 dicembre 2009 integrato da comunicazioni ricevute e da altre informazioni a disposizione.

115

GLI STAKEHOLDER INTERNI

azionisti

COMUNICAZIONE FINANZIARIA

Nel corso del 2009 la Società ha organizzato conference call trimestrali, road show all'estero, incontri presso le sedi istituzionali del Gruppo (reverse road show) e partecipazioni a conferenze di settore. Durante questi eventi sono stati incontrati circa 300 investitori. Oltre a questi eventi vanno considerati gli incontri diretti e le conversazioni telefoniche che avvengono con frequenza quotidiana.

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

La comunicazione finanziaria tiene in considerazione

anche le esigenze degli investitori legati al Socially Responsible Investing (SRI) che privilegia le aziende attente agli aspetti etici, sociali e ambientali, oltre che agli aspetti economici. La comunicazione verso questa particolare categoria di investitori, gestita di concerto con la funzione Group Sustainability, è sviluppata attraverso contatti individuali e la partecipazione a eventi dedicati. Nel 2009 è stato organizzato un road show a Francoforte durante il quale sono stati toccati temi come l'entità degli investimenti pianificati per lo sviluppo della NGN (Next Generation Network) e della NGN2 e le informazioni di performance ambientale relative a consumo energetico, dematerializzazione e altri indicatori di sostenibilità.

Sul fronte dei rapporti con gli azionisti individuali (retail) – oggi quasi 600 mila possessori di azioni ordinarie – la strategia di Telecom Italia punta ad aumen-

tare i canali di comunicazione per rispondere in modo efficace e rapido alle richieste sulla performance del titolo e, più in generale, sul Gruppo. Le segnalazioni e gli spunti emersi dal dialogo con gli investitori retail vengono raccolti e comunicati al top management.

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

- SMS alert: comunica ogni giorno il prezzo di chiusura e la variazione percentuale rispetto al giorno precedente delle azioni Telecom Italia ordinarie e di risparmio, oltre alla variazione percentuale giornaliera dell'indice FTSE/Mib;
- Report di Borsa settimanale: inviato ogni venerdì sera dopo la chiusura delle contrattazioni di Borsa, riassume l'andamento della settimana;
- Newsletter trimestrale: contiene un commento sui più recenti risultati economico-finanziari e un focus sui fenomeni e sui trend che hanno influenzato l'andamento dei risultati, oltre che chiarimenti sulla strategia finanziaria e industriale adottata dal top management.

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

Per quanto riguarda la comunicazione finanziaria online il sito di Telecom Italia (www.telecomitalia.it) viene costantemente aggiornato e innovato. La sezione Investor Relations del sito ha conseguito anche quest'anno un buon posizionamento (3^o in Europa, 5^o in Italia) nella classifica redatta da Halvarsson & Halvarsson, società svedese leader nella comunicazione finanziaria online.

RISK MANAGEMENT

Per assicurare un approccio globale alla gestione del rischio e al tempo stesso maggiore flessibilità il Gruppo Telecom Italia ha avviato nel 2009 la revisione del sistema di Risk Management precedentemente

utilizzato (il CRSA – Control & Risk Self Assessment), adottando un nuovo processo integrato di gestione del rischio ispirato all'Enterprise Risk Management Framework (ERM)⁽¹⁾. Si tratta di uno strumento di governance del rischio aziendale, attraverso il quale viene realizzata l'identificazione, la valutazione e la gestione dei rischi.

Alla base del sistema vi è il comitato di Gruppo Risk Management che nella nuova definizione organizzativa, dal 9 aprile 2009, è presieduto e coordinato dal Responsabile della funzione "Administration, Finance and Control" ed è composto:

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

Il Responsabile della funzione Risk Management svolge la funzione di supporto al coordinamento del comitato.

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

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

Nel dettaglio il processo ERM prevede quattro fasi principali:

1. analisi;
2. valutazione;

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

3. trattamento e verifica;
4. reporting.

1. La fase di analisi si basa a sua volta su due sotto-fasi:
 - a) un'analisi preliminare che prevede:
 - la mappatura dei processi aziendali e l'individuazione dei sotto-processi associati;
 - l'abbinamento delle funzioni aziendali ai sotto-processi⁽²⁾;
 - la rilevazione dal Piano Industriale degli obiettivi strategici;
 - la rilevazione degli incentivi di breve termine (MBO) e degli obiettivi di governance trasversali.
 - b) L'identificazione dei rischi che segue una logica di tipo top-down: sono intervistati i primi riporti dell'Amministratore Delegato e del Presidente nonché alcuni secondi riporti (c.d. Risk Owner) che identificano i rischi nell'ambito di un modello specifico del settore delle telecomunicazioni. Le fonti di rischio identificate possono essere sia esterne sia interne (quest'ultime ripartite in strategiche, operative, finanziarie). I rischi individuati sono collegati ai processi e agli obiettivi aziendali statuiti.
2. La fase di valutazione prevede:
 - a) la valutazione dei rischi, che si basa su una metodologia che prende in considerazione criteri quantitativi e qualitativi. In particolare sono identificati:
 - l'impatto: da minimo 1 (trascurabile) a massimo 5 (catastrofico), che misura le conseguenze del suo accadimento sull'obiettivo/processo. La valutazione effettuata dal risk owner, sebbene rappresenti un dato qualitativo, è frutto dell'associazione del giudizio con scale di valori quantificate in termini economico-finanziari (EBITDA netto Capex, Customer Satisfaction Index, Market Share, ecc.);
 - la probabilità: da minimo 1 (improbabile) a massimo 5 (molto probabile), che misura il grado di incertezza dell'accadimento. Sulla base delle valutazioni effettuate sono individuati i rischi più rilevanti per la

corretta gestione dei processi aziendali e per il raggiungimento dei relativi obiettivi.

- b) L'identificazione dei risk owner: i rischi individuati sono assegnati alla funzione owner del sotto-processo oggetto di analisi. Tale funzione è responsabile sia della valutazione delle misure di mitigazione in essere sia della definizione degli action plan relativamente ai rischi per i quali, in fase di gap analysis, non è stata riscontrata un'adeguata mitigazione.
 - c) L'approvazione action plan: il comitato Risk Management, supportato dalla funzione Risk Management, supervisiona le protezioni indicate dalle funzioni owner e approva gli action plan proposti. L'implementazione delle misure di prevenzione o di riduzione del rischio è oggetto di valutazioni di opportunità e di un'attenta analisi costi/benefici.
3. La fase di trattamento e verifica prevede la costituzione di gruppi di lavoro interfunzionali per il monitoraggio degli action plan approvati dal comitato Risk Management. L'attività di monitoring sugli stati di avanzamento e/o completamento degli action plan, unitamente ai Key Risk Indicator (KRI), fornisce un flusso informativo di dati destinati al comitato che supporterà la definizione del ciclo successivo di Risk Management.
 4. La fase di reporting prevede un flusso di informazioni sulla struttura del profilo di rischio e la sua evoluzione secondo uno schema flessibile, definito in base alle esigenze degli stakeholder.

Il processo è aggiornato su base annuale (o con maggiore frequenza), a discrezione del comitato Risk Management. La responsabilità dell'aggiornamento e supporto è in capo alla funzione Risk Management. È in fase di valutazione l'introduzione di un sistema informatico alimentato dai risk owner e gestito dalla funzione Risk Management.

Al 31 dicembre 2009 è stato definito il corporate risk profile (profilo di rischio) del Gruppo (a esclusione di Tim Brasil) che comporta il completamento della fase di analisi e di parte della fase di valutazione (valutazione rischi e assegnazione). È previsto il completamento delle fasi successive nei prossimi cicli.

In particolare nel ciclo 2009 l'attenzione è stata focalizzata su un gruppo di rischi risultato rilevante (c.d. Top Risk) su cui si procederà con le fasi di definizione del master plan, trattamento e verifica.

(2) La mappatura dei processi/funzioni viene aggiornata trimestralmente dalla funzione Human Resources and Organization e trasmessa alla funzione Risk Management.

CORPORATE GOVERNANCE

Di seguito si riporta un estratto dalla “Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari di Telecom Italia S.p.A.” (la “Relazione”), pubblicata nell’omonimo fascicolo separato, a cui si fa rimando per la consultazione del testo integrale, reperibile, come tutti gli altri documenti di governance menzionati nel presente estratto – principi, codici, procedure, linee guida, tabelle, tavole di composizione – nel sito Internet della Società: www.telecomitalia.it, canale “corporate”, sezioni “governance” (cfr., in particolare, sotto “sistema di governance”, la voce “Relazione annuale sul governo societario”, ove sono riprodotte le relazioni annuali sulla corporate governance/governo societario a partire dall’esercizio 2003) e “investitori”.

Profilo dell’emittente

Il sistema di corporate governance del quale la Società si è dotata si articola in una serie di principi, regole e procedure di volta in volta aggiornati e adeguati alle novità normative e alle best practices internazionali.

Detto sistema, come già riportato nelle Relazioni degli anni precedenti, risulta incentrato sul ruolo di guida nell’indirizzo strategico del Consiglio di Amministrazione; sulla trasparenza delle scelte gestionali sia all’interno della Società sia nei confronti del mercato; sull’efficienza e sull’efficacia del sistema di controllo interno; sulla rigorosa disciplina dei potenziali conflitti di interesse e su saldi principi di comportamento per l’effettuazione di operazioni con parti correlate.

Informazioni sugli assetti proprietari

Struttura del capitale sociale

Il capitale sociale sottoscritto e versato è riportato nella Tabella 1, allegata al testo integrale della Relazione.

Le caratteristiche delle azioni di risparmio sono disciplinate all’art. 6 dello Statuto.

Le azioni ordinarie e di risparmio della Società sono quotate, oltre che alla Borsa Italiana, presso il New York Stock Exchange nella forma di American Depositary Shares, ciascuna corrispondente a n. 10 azioni rispettivamente ordinarie o di risparmio, rappresentate da American Depositary Receipts emesse da JPMorgan Chase Bank.

In relazione ai piani di stock option di Telecom Italia in essere e agli aumenti di capitale al servizio di tali piani si rinvia a quanto descritto nella nota 42 del bilancio separato della Società al 31 dicembre 2009 e ai documenti informativi predisposti e messi a disposizione del pubblico, ai sensi dell’art. 84-bis del Regolamento Emittenti Consob.

Restrizioni al trasferimento di titoli

Non esistono limitazioni statutarie alla libera disponibilità di titoli, fatto salvo quanto previsto all’art. 22 dello Statuto in relazione ai poteri speciali del Ministro dell’Economia e delle Finanze ex Legge n. 474/1994, che comprendono il potere di opposizione all’assunzione di partecipazioni superiori al 3% del capitale con diritto di voto.

Partecipazioni rilevanti nel capitale

Sulla base delle informazioni a disposizione, risultano le seguenti partecipazioni rilevanti nel capitale ordinario di Telecom Italia:

SOGGETTO	TIPOLOGIA DI POSSESSO	QUOTA % SU CAPITALE ORDINARIO	QUOTA % SU CAPITALE VOTANTE
Telco S.p.A.	Diretto	22,447%	22,447%
Findim Group S.A.	Diretto	4,999%	4,999%
Sintonia S.A.	Diretto	2,056%	2,056%

(*) In data 5 gennaio 2010, la quota detenuta da Sintonia S.A. si è ridotta al di sotto del 2%.

Si segnala inoltre che le seguenti società, in quanto società di gestione del risparmio, hanno comunicato alla CONSOB di possedere azioni ordinarie Telecom Italia S.p.A.:

- Brandes Investment Partners LP: ha comunicato di possedere una quantità di azioni ordinarie pari al 4,024% del totale delle azioni ordinarie Telecom Italia S.p.A., in data 23 luglio 2008;
- Alliance Bernstein LP: ha comunicato di possedere una quantità di azioni ordinarie pari al 2,069% del totale delle azioni ordinarie Telecom Italia S.p.A., in data 14 novembre 2008;
- Blackrock Inc., ha comunicato di possedere

una quantità di azioni ordinarie pari al 2,823% del totale delle azioni ordinarie di Telecom Italia S.p.A., in data 1° dicembre 2009.

Titoli che conferiscono diritti speciali

Non sono emessi titoli che conferiscono diritti speciali di controllo.

Nell'attuale configurazione, i poteri speciali del Ministro dell'Economia e delle Finanze ex Lege n. 474/1994, riportati all'art. 22 dello Statuto, sono i seguenti:

- opposizione all'assunzione di partecipazioni pari o superiori al 3% del capitale sociale rappresentato da azioni con diritto di voto nell'assemblea ordinaria. Qualora il Ministro ritenga che l'operazione rechi pregiudizio agli interessi vitali dello Stato, l'opposizione deve essere espressa con provvedimento motivato, entro 10 giorni dalla comunicazione effettuata dalla Società al momento della richiesta di iscrizione al libro soci dell'acquirente. Il provvedimento di esercizio del potere di opposizione è impugnabile entro sessanta giorni dal cessionario innanzi al tribunale amministrativo regionale del Lazio;
- veto, debitamente motivato in relazione al concreto pregiudizio arrecato agli interessi vitali dello Stato, all'adozione di delibere di scioglimento della Società, di trasferimento dell'azienda, di fusione, di scissione, di trasferimento della sede all'estero, di cambiamento dell'oggetto sociale e che sopprimano o modifichino gli stessi poteri speciali. Il provvedimento di esercizio del potere di veto è impugnabile entro sessanta giorni dai soci dissenzienti innanzi al tribunale amministrativo regionale del Lazio.

Ai sensi del D.P.C.M. 10 giugno 2004, i poteri speciali possono essere esercitati solo per rilevanti e imprescindibili motivi di ordine pubblico, sicurezza, sanità e difesa, in casi determinati di pericolo, relativi tra l'altro alla continuità di svolgimento di un servizio pubblico o alla sicurezza degli impianti e delle reti nei servizi pubblici essenziali.

Partecipazione azionaria dei dipendenti: meccanismo di esercizio dei diritti di voto

Non esistono programmi di partecipazione azionaria

dei dipendenti.

Restrizioni al diritto di voto

Non esistono restrizioni al diritto di voto delle azioni costituenti il capitale sociale ordinario di Telecom Italia. Peraltro, nelle more della decorrenza del termine per l'esercizio del potere di opposizione all'assunzione di partecipazioni superiori al 3% del capitale ordinario, di cui all'art. 22 dello Statuto, il diritto di voto connesso alle azioni che rappresentano la partecipazione rilevante è sospeso. Analogamente il diritto di voto non potrà essere esercitato in caso di esercizio dello stesso potere di opposizione.

Alle azioni di risparmio, come previsto dalla normativa italiana, non è attribuito il diritto di voto nelle assemblee degli azionisti ordinari.

Accordi tra azionisti

Il principale azionista di Telecom Italia è Telco S.p.A. (Telco), a sua volta attualmente partecipata da: Intesa Sanpaolo S.p.A., Mediobanca S.p.A., società appartenenti al Gruppo Generali e Telefónica S.A.

Come da informazioni di pubblico dominio, in data 28 aprile 2007 gli azionisti di Telco (la cui compagine sociale in allora includeva Sintonia S.A.) hanno stipulato un patto parasociale che individua, tra l'altro, i criteri per la composizione della lista di candidati alla carica di consiglieri di Telecom Italia:

- Telefónica, nella misura in cui possieda almeno il 30% del capitale di Telco, avrà il diritto di designare due candidati;
- agli altri azionisti di Telco, nella misura in cui possiedano la maggioranza assoluta del suo capitale, spetta il diritto di designare gli altri componenti della lista, di cui tre candidati all'unanimità e gli altri in base al criterio di proporzionalità.

Nel patto parasociale è previsto che il Gruppo Telecom Italia e il Gruppo Telefónica siano gestiti in modo autonomo e indipendente. In particolare, i Consiglieri designati da Telefónica in Telco e Telecom Italia ricevono istruzioni da Telefónica di non partecipare né votare nelle riunioni consiliari nelle quali vengano discusse e proposte deliberazioni riguardanti le politiche, la gestione e l'operatività di società direttamente o indirettamente controllate da Telecom Italia che forniscono i propri servizi in paesi

dove sono in vigore restrizioni o limitazioni, legali o regolamentari, all'esercizio del diritto di voto da parte di Telefónica.

In data 19 novembre 2007 il patto è stato modificato per tener conto delle prescrizioni imposte dal provvedimento dell'autorità brasiliana per le telecomunicazioni (Anatel), emanato in data 23 ottobre 2007 e pubblicato il 5 novembre 2007 (la Decisione Anatel), prevedendo quanto segue:

- Telefónica e gli amministratori/funzionari dalla stessa designati non parteciperanno, né voteranno, né eserciteranno il veto nelle assemblee, nei consigli di amministrazione, nei comitati e in organi con attribuzioni equivalenti di Telco, di Telecom Italia o di ogni altra società controllata da Telecom Italia quando siano trattate materie relative allo svolgimento di attività di telecomunicazioni nel mercato brasiliano. Inoltre, Telefónica non indicherà amministratori o funzionari (i) di società controllate da Telecom Italia con sede in Brasile che forniscano servizi di telecomunicazioni nel mercato brasiliano ovvero (ii) di società con sede in Brasile controllanti tali fornitori di servizi di telecomunicazione;
- Telefónica farà in modo che le sue controllate che prestino servizi di telecomunicazioni nel mercato brasiliano non intraprendano specifiche tipologie di relazioni con le società controllate da Telecom Italia che prestano servizi di telecomunicazioni nel mercato brasiliano, a termini e condizioni diversi da quelli contemplati dalle norme brasiliane applicabili ai servizi di telecomunicazioni;
- Telefónica, anche ove esercitasse il diritto di acquistare azioni di Telco, non eserciterà controllo diretto o indiretto su alcuna società controllata da Telecom Italia in Brasile;
- i paciscenti daranno istruzioni ai membri dei Consigli di Amministrazione di Telco nominati da ciascuna di essi, nonché ai membri del Consiglio di Amministrazione di Telecom Italia designati da Telco, affinché (i) siano predisposti separati ordini del giorno rispettivamente per le riunioni dei consigli di amministrazione di Telco, Telecom Italia e Telecom Italia International N.V. o di ogni altra società con sede fuori dal Brasile controllata da Telecom Italia

con investimenti nel settore brasiliano delle telecomunicazioni nelle quali è consentita la partecipazione degli amministratori designati da Telefónica e per le riunioni nelle quali la partecipazione degli amministratori designati da Telefónica non è permessa e (ii) una copia degli ordini del giorno e dei verbali delle riunioni di cui al punto precedente sia consegnata ad Anatel entro il termine di 30 giorni.

Le restrizioni e limitazioni di cui sopra saranno applicabili anche in caso di scissione di Telco.

In coerenza con quanto sopra, i Consiglieri Alierita e Linares si sono impegnati a non partecipare alla discussione e al voto in Consiglio (così come pure in Comitato Esecutivo) quando vengano esaminate proposte o materie afferenti ad attività di Telecom Italia o delle sue controllate nei mercati delle telecomunicazioni brasiliano e argentino, oltre che – in genere – in ogni caso in cui vi possa essere un possibile pregiudizio del Gruppo Telecom Italia.

Il 28 ottobre 2009 Sintonia S.A. ha richiesto, ai sensi del patto parasociale, la scissione non-proporzionale di Telco.

Nella medesima data le parti del patto diverse da Sintonia S.A. hanno stipulato un accordo modificativo e di rinnovo del patto parasociale (che rimane vigente sino alla data di scadenza del 28 aprile 2010), con cui hanno concordato di rinnovarlo per ulteriori tre anni e quindi con efficacia dal 28 aprile 2010 sino al 27 aprile 2013, con facoltà di recesso da esercitare tra il 1° aprile e il 28 aprile 2011, prorogabile – in presenza di particolari circostanze – sino al 5 maggio 2011. È stato altresì concordato di valutare con Sintonia S.A. procedure atte a consentire alla medesima di uscire dal capitale di Telco, alternative alla scissione.

A fronte di quanto sopra in data 22 dicembre 2009 Sintonia S.A. ha acquistato da Telco le n. 275.115.716 azioni ordinarie Telecom Italia a essa riferibili (pari al 2,06% del capitale ordinario della Società) e Telco ha acquistato da Sintonia S.A. l'intera partecipazione da questa detenuta nel capitale sociale di Telco medesima, procedendo al suo annullamento.

Alla data del 31 dicembre 2009 i soggetti aderenti al patto e le partecipazioni detenute da ciascuno nel capitale di Telco sono pertanto: Telefo-

nica S.A. (46,18%), Assicurazioni Generali S.p.A. (12,98%), Intesa Sanpaolo S.p.A. (11,62%), Mediobanca S.p.A. (11,62%), Alleanza Toro S.p.A. (6,76%), Ina Assitalia (6,21%), Generali Lebensversicherung A.G. (2,36%) e Generali Vie S.A. (2,27%).

In occasione del rinnovo del patto (28 ottobre 2009), Telco e Telefónica hanno altresì convenuto di prorogare fino al 27 aprile 2013 la durata dell'opzione di acquisto vantata dalla seconda in caso di dissenso dalla decisione del Consiglio di Amministrazione di Telco di trasferire le azioni Telecom Italia in portafoglio della società. In tal caso Telefónica potrà alternativamente acquistare da Telco le azioni Telecom Italia allo stesso prezzo e alle stesse condizioni offerte dal terzo che abbia proposto di acquistarle, ovvero richiedere la scissione di Telco.

L'11 gennaio 2010 Telefónica S.A., Assicurazioni Generali S.p.A., Intesa Sanpaolo S.p.A., Mediobanca S.p.A., Alleanza Toro S.p.A., Ina Assitalia S.p.A., Generali Lebensversicherung A.G. e Generali Vie S.A. hanno sottoscritto un accordo integrativo del patto parasociale al fine di:

- confermare il proprio supporto finanziario a favore di Telco;
- concordare le modalità con cui fornire tale supporto finanziario quando ciò si rendesse necessario ai sensi del contratto di finanziamento – assistito da pegno su azioni ordinarie di Telecom Italia – sottoscritto in pari data tra Telco ed un pool di istituzioni finanziarie;
- disciplinare le modalità di esercizio del diritto di acquistare le azioni ordinarie Telecom Italia che dovessero entrare nella disponibilità degli istituti finanziari a seguito dell'escussione del pegno da parte di questi ultimi.

Clausole di change of control

In una serie di accordi di cui Telecom Italia è parte è previsto l'onere di comunicazione del cambiamento di controllo.

Un siffatto onere, previsto dalla legislazione nazionale in materia di disciplina dei titoli abilitativi, è in primo luogo contenuto nei titoli di autorizzazione generale assentiti a Telecom Italia per l'esercizio e la fornitura della rete di comunicazione elettronica e per l'offerta di servizi di comunicazione elettronica, oltre che nei titoli di concessione/autorizzazione

generale assentiti alla controllata TI Media per le attività di operatore di rete e di fornitore di contenuti. Analogo onere risulta disciplinato in base alla legislazione locale e contenuto nei titoli di concessione/licenza dei servizi di telecomunicazione a favore delle controllate estere del Gruppo.

Telecom Italia è altresì parte di accordi in cui il fenomeno del change of control propriamente comporta una modifica o financo l'estinzione del rapporto. Alcuni peraltro, non riguardanti rapporti di finanziamento, sono soggetti a vincoli di confidenzialità, tali per cui la divulgazione della presenza della clausola arrecherebbe grave pregiudizio alla Società, che conseguentemente si avvale della facoltà di non procedere a disclosure sul punto, ai sensi dell'art. 123-bis del TUF, comma 1, lettera h), seconda parte. In altri casi, si esclude invece la significatività dell'accordo.

Residuano le seguenti fattispecie, tutte riguardanti rapporti di finanziamento:

- Multi currency revolving credit facility (8.000.000.000 di euro). L'accordo è stato stipulato da Telecom Italia con un sindacato di banche il 1° agosto 2005 e successivamente modificato. In caso di cambiamento di controllo, Telecom Italia deve darne comunicazione all'agente entro 5 giorni lavorativi e l'agente, per conto delle banche finanziatrici, negozierà in buona fede come continuare il rapporto. Nessuna delle parti sarà obbligata a proseguire detto negoziato oltre il termine di 30 giorni, alla scadenza del quale, in assenza d'intesa, la facility cesserà di essere efficace e Telecom Italia sarà tenuta a restituire le somme alla stessa eventualmente erogate (attualmente pari a 1.500.000.000 euro). Non si configura convenzionalmente change of control nel caso in cui il controllo ai sensi dell'art. 2359 del codice civile sia acquisito (i) da soci che alla data di firma dell'accordo detenevano, direttamente o indirettamente, più del 13% dei diritti di voto in assemblea, ovvero (ii) dagli investitori (Telefonica, Assicurazioni Generali, Sintonia, Intesa Sanpaolo e Mediobanca) che hanno stipulato il 28 aprile 2007 un patto parasociale con oggetto le azioni di Telecom Italia, ovvero (iii) da una combinazione di soggetti appartenenti alle due categorie;
- Revolving credit facility (1.250.000.000 euro).

L'accordo è stato stipulato da Telecom Italia con un sindacato di banche il 12 febbraio 2010 e contempla una disciplina simile a quella contenuta nella facility del 1° agosto 2005, seppure aggiornata per tenere conto della modifica al patto parasociale del 28 aprile 2007, avvenuta in data 28 ottobre 2009. Non si configura quindi *change of control* nel caso in cui il controllo, ai sensi dell'art. 2359 del codice civile, sia acquisito direttamente o indirettamente (attraverso società controllate) dagli investitori Telefónica S.A., Assicurazioni Generali S.p.A., Intesa Sanpaolo S.p.A. e Mediobanca S.p.A., restando per il resto immutate le previsioni sopra descritte;

- prestiti obbligazionari. I regolamenti dei prestiti emessi nell'ambito dell'EMTN Programme sia di Olivetti che di Telecom Italia e dei prestiti denominati in dollari USA tipicamente prevedono che, in caso di fusioni o trasferimento di all or substantially all of the assets della società emittente o del garante, la società incorporante o trasferitaria dovrà assumersi tutti gli obblighi dell'incorporata o trasferente. L'inadempimento dell'obbligo, cui non sia posto rimedio, configura un event of default;
- contratti con Banca Europea Investimenti (BEI). Nei contratti stipulati da Telecom Italia con la BEI, per un ammontare complessivo massimo di circa 2,5 miliardi di euro, è previsto l'obbligo di comunicare sollecitamente alla Banca le modifiche riguardanti lo Statuto o la ripartizione del capitale fra gli azionisti che possano portare ad un cambiamento del controllo. In caso di mancata comunicazione è prevista la risoluzione del contratto, che si verifica altresì quando un socio, che non detenesse alla data di firma del contratto almeno il 2% del capitale sociale, venga a detenere più del 50% dei diritti di voto nell'Assemblea ordinaria o comunque del capitale sociale qualora, secondo il giudizio ragionevole della Banca, ciò possa arrecare pregiudizio alla Banca o compromettere l'esecuzione del progetto di finanziamento.

Deleghe ad aumentare il capitale sociale e autorizzazioni all'acquisto di azioni proprie

L'Assemblea dell'8 aprile 2009 ha deliberato di at-

tribuire agli Amministratori la facoltà di aumentare a pagamento in una o più volte il capitale sociale mediante emissione di massime n. 1.600.000.000 azioni ordinarie, da offrire, in tutto o in parte,

- in opzione ai soci e ai portatori di obbligazioni convertibili, oppure
- in sottoscrizione a dipendenti di Telecom Italia o di società controllate,

nonché la facoltà di emettere in una o più volte obbligazioni convertibili, per un ammontare massimo di 1.000.000.000 di euro.

A seguito dell'autorizzazione rilasciata dall'Assemblea del 14 aprile 2008 all'acquisto di azioni proprie sui mercati regolamentati entro il 14 ottobre 2009, per un massimo di n. 11.400.000 azioni ordinarie, a servizio del piano di stock option riservato al Vertice Esecutivo, nel periodo dal 17 al 31 marzo 2009 sono state acquistate sul mercato n. 11.400.000 azioni proprie ad un prezzo medio ponderato compreso fra un minimo di euro 0,8942 e un massimo di euro 0,9686. Di tale operazione è stata data comunicazione alla Consob in data 6 aprile 2009.

Allo stato non sussistono autorizzazioni all'acquisto di azioni proprie.

Attività di direzione e coordinamento

Telecom Italia non è soggetta a direzione e coordinamento ai sensi dell'art. 2497 e seguenti del codice civile.

Compliance

Telecom Italia aderisce al Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana e fin dal 2000 ha adeguato il proprio sistema di corporate governance alle best practices nazionali e internazionali in materia, alle raccomandazioni del Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana e alle disposizioni normative che via via sono intervenute, tenendo costantemente informati gli azionisti ed il mercato in sede di relazione sulla gestione a corredo del bilancio annuale.

Telecom Italia, nella qualità di foreign issuer, registrato presso la US Securities and Exchange Commission e quotato presso il New York Stock Exchange, è soggetta anche alla normativa statunitense. Al riguardo, come precisato nel Codice di autodisciplina, il Collegio Sindacale espleta i compiti dell'audit committee.

Fra le controllate strategiche di Telecom Italia sono ricomprese le società del Gruppo Tim Brasil, di cui la holding Tim Participações S.A. (controllata in via indiretta da Telecom Italia) è società di diritto brasiliano, quotata localmente nonché a sua volta registrata presso la US Securities and Exchange Commission e quotata presso il New York Stock Exchange.

La struttura di corporate governance di Telecom Italia non è influenzata dalle disposizioni di legge cui è soggetta Tim Participações S.A. Peraltro, in ottemperanza al già citato provvedimento Anatel del 23 ottobre 2007 e successivamente al provvedimento Anatel del 7 luglio 2009 (con il quale l'autorità brasiliana ha accertato il pieno adempimento alle prescrizioni da essa imposte), Telecom Italia dal 2007 si è dotata di apposita procedura volta a formalizzare la già esistente separazione tra le attività del Gruppo Telecom Italia e del Gruppo Telefónica nel mercato Tlc brasiliano.

Un'analoga procedura interna è stata adottata a fine 2008 per formalizzare la separazione tra le attività del Gruppo Telecom Italia e del Gruppo Telefónica nel mercato Tlc argentino.

Consiglio di amministrazione

Nomina e sostituzione

Lo Statuto della Società (art. 9) prevede che il Consiglio di Amministrazione sia composto da non meno di sette e non più di diciannove membri e che sia nominato sulla base di liste presentate da soci che complessivamente posseggano almeno lo 0,5% del capitale ordinario, depositate presso la sede della Società almeno quindici giorni prima di quello fissato per l'Assemblea in prima convocazione.

Dalla lista che ha ottenuto il maggior numero di voti sono tratti, nell'ordine con il quale sono in essa elencati, i quattro quinti degli Amministratori da eleggere, con arrotondamento, in caso di numero frazionario, all'unità inferiore. I restanti amministratori sono tratti dalle altre liste. A tal fine i voti da esse ottenuti vengono divisi successivamente per numeri interi progressivi da uno fino al numero degli Amministratori da eleggere e i quozienti sono assegnati ai rispettivi candidati, secondo l'ordine di elezione. I quozienti così attribuiti vengono disposti in unica graduatoria decrescente e risultano eletti i candidati abbinati ai quozienti più elevati.

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

In conformità a quanto previsto dall'art. 9.7 dello Statuto sociale di Telecom Italia, unitamente alle liste dei candidati per la nomina del Consiglio di Amministrazione, devono essere depositate, da parte dei singoli candidati, le accettazioni della candidatura e le dichiarazioni attestanti l'inesistenza di cause di ineleggibilità e di incompatibilità, nonché l'esistenza dei requisiti prescritti e ogni altra informazione richiesta dalla disciplina, anche regolamentare, applicabile e dallo statuto. Con le dichiarazioni, viene depositato per ciascun candidato un curriculum vitae riguardante le caratteristiche personali e professionali con l'indicazione degli incarichi di amministrazione e controllo ricoperti presso altre società e dell'idoneità a qualificarsi come indipendente, alla stregua dei criteri di legge e di quelli fatti propri dalla Società.

Secondo le previsioni del Codice di autodisciplina della Società, non è considerato compatibile con lo svolgimento dell'incarico di amministratore di Telecom Italia l'essere amministratore o sindaco in più di cinque società, diverse da quelle soggette a direzione e coordinamento di Telecom Italia ovvero da essa controllate o a essa collegate, che siano

- quotate ricomprese nell'indice FTSE/MIB e/o
- operanti in via prevalente nel settore finanziario nei confronti del pubblico e/o
- che svolgano attività bancaria o assicurativa.

Ove si tratti di incarichi esecutivi in società con le caratteristiche di cui sopra, il limite è ridotto a tre. È peraltro facoltà del Consiglio di Amministrazione effettuare una diversa valutazione (che sarebbe resa pubblica nell'ambito della relazione annuale sul governo societario), anche discostandosi dai criteri esposti.

Qualora un Amministratore ricopra cariche in più società, facenti parte del medesimo Gruppo, per prassi si tiene conto, ai fini del computo del numero degli incarichi, di una sola carica ricoperta nell'ambito di tale Gruppo.

Composizione

L'Assemblea del 14 aprile 2008 ha nominato l'attuale Consiglio di Amministrazione, determinando

in 15 il numero dei suoi componenti, fissando in tre esercizi (e dunque fino all'assemblea convocata per l'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2010) la durata del mandato e autorizzando i candidati alla carica di Consigliere di Amministrazione al proseguimento delle attività indicate nei rispettivi curricula vitae, comunque svincolandoli dal divieto di concorrenza, per quanto occorrer possa ai sensi dell'art. 2390 c.c.

Ai sensi della disciplina applicabile, sono state presentate nei termini e con le modalità richieste dallo Statuto (cfr. § 4.1 della presente Relazione) tre liste (lista Telco, lista Fondi e lista Findim Group). Per informazioni in merito ai candidati inclusi in tali liste, ai soci presentatori ed ai voti ottenuti da ciascuna, si rinvia al testo integrale della Relazione.

Dalla lista Telco, che ha ottenuto la maggioranza dei voti espressi, sono stati tratti, secondo l'ordine con il quale sono stati elencati in lista, 12 Consiglieri:

Cesar Alierta Izuel, Tarak Ben Ammar, Franco Bernabè, Elio Cosimo Catania, Jean Paul Fitoussi, Gabriele Galateri di Genola, Bernardino Libonati, Julio Linares Lopez, Gaetano Miccichè, Aldo Minucci, Gianni Mion e Renato Pagliaro.

Come da Statuto, i restanti tre Consiglieri sono stati tratti dalle altre due liste; in particolare, sono così stati eletti Luigi Zingales (tratto dalla lista Fondi); Paolo Baratta e Roland Berger (tratti dalla lista Findim Group).

A seguito delle dimissioni di Gianni Mion, il Consiglio di Amministrazione del 27 febbraio 2009 ha cooptato Amministratore della Società Stefano Cao, fino all'Assemblea di approvazione del Bilancio 2008. L'Assemblea, tenuto conto che, nel caso di specie, non trovava applicazione il meccanismo del voto di lista (previsto dallo Statuto della Società per il solo caso di integrale rinnovo dell'organo), ha nominato Stefano Cao Amministratore per la durata residua del mandato del Consiglio di Amministrazione in carica.

In data 22 dicembre 2009, Stefano Cao ha a sua volta rassegnato le dimissioni dalla carica di Amministratore. L'Assemblea degli Azionisti, convocata per il 28-29 aprile p.v., assumerà le determinazioni conseguenti alla sua cessazione.

Per quanto concerne le caratteristiche personali e professionali di ciascun Amministratore, sono disponibili per la consultazione sul sito internet della

Società, i curricula vitae dei componenti l'organo amministrativo.

Nelle Tabelle 2 e 3, allegate al testo integrale della Relazione, sono riportate le informazioni in merito alla composizione del Consiglio di Amministrazione alla data del 12 aprile 2010 e ai componenti che sono cessati dalla carica nel corso dell'esercizio 2009.

Ruolo del Consiglio di Amministrazione

Il Codice di autodisciplina di Telecom Italia riserva al Consiglio un ruolo attivo sia nella guida strategica della Società che nel controllo della gestione, attribuendo all'organo nel suo plenum un potere di indirizzo strategico e una responsabilità di intervento diretto nelle decisioni di maggiore incidenza sull'attività della Società e del Gruppo. In particolare, il Consiglio avoca a sé, fra l'altro:

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

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

- gli accordi con competitors del Gruppo che per l'oggetto, gli impegni, i condizionamenti, i limiti che ne possono derivare incidano duramente sulla libertà delle scelte strategiche imprenditoriali;
- gli atti e le operazioni che comportano ingresso in (oppure uscita da) mercati geografici e/o

merceologici;

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

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

Il Consiglio di Amministrazione valuta l'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile generale della Società, sulla base delle informazioni rese dal management nonché, con specifico riferimento al sistema di controllo interno, sulla scorta dell'istruttoria svolta dal Comitato per il controllo interno e per la corporate governance.

Nell'esercizio della sua funzione di responsabile primo del sistema di controllo interno, il Consiglio si avvale altresì

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

Per quanto riguarda l'annual board assessment, l'esercizio di autovalutazione, introdotto in Telecom Italia fin dal 2005, è stato rinnovato per la quinta volta consecutiva.

Il Consiglio di Amministrazione, nell'ambito dell'annuale procedura di autovalutazione, ha deciso per il 2009 di farsi assistere da una società specializzata (Spencer Stuart) nel supportare la preparazione e l'esecuzione dell'autovalutazione stessa. Insieme all'autovalutazione sono stati così effettuati specifici approfondimenti finalizzati all'identificazione di elementi atti a migliorare la funzionalità del Consiglio.

Il processo si è svolto mediante (i) interviste individuali strutturate ai Consiglieri, aventi per oggetto le tre componenti dell'autovalutazione previste dal Codice di Autodisciplina (dimensione, composizione, funzionamento); (ii) l'analisi dei verbali delle riunioni del Consiglio di Amministrazione e dei Comitati per rilevare gli argomenti trattati, la durata e la sequenza delle riunioni stesse; (iii) il confronto con le best practices adottate dai Consigli di Amministrazione di società paragonabili.

Le interviste sono state concepite sotto forma di affermazioni per le quali ciascun Consigliere ha avuto l'opportunità di esprimere il proprio grado di adesione, oppure di non rispondere. Per ogni argomento sono stati raccolti anche i commenti espressi dagli intervistati. Le domande hanno tenuto conto delle osservazioni emerse nel corso dell'autovalutazione dello scorso anno e sono state mirate ad approfondire specifiche aree, fra le quali: (i) il processo di formazione delle decisioni consiliari, (ii) il supporto informativo nelle più importanti deliberazioni assunte dal Consiglio nel corso del 2009, (iii) l'attività dei Comitati e (iv) i meccanismi d'informativa e aggiornamento del Consiglio di Amministrazione.

Il Consiglio, nelle riunioni del 25 febbraio e del 25 marzo 2010, ha esaminato i risultati dell'autovalutazione.

Dall'autovalutazione è emerso un quadro complessivamente positivo. Vengono apprezzati la qualità dei componenti del Consiglio e il mix di competenze di cui sono portatori, il clima costruttivo di confronto che ne caratterizza i lavori, l'efficacia del contributo fornito dai Comitati interni. Meritano di essere segnalati l'interesse e la disponibilità dei Consiglieri ad approfondire le tematiche di business e ad aumentare la conoscenza della realtà aziendale. Tra le aree di miglioramento viene raccomandata una maggiore tempestività nella diffusione dell'informativa preventiva in vista delle riunioni, al fine di consentire l'approfondimento delle tematiche in agenda. È stato, altresì, rinnovato l'auspicio di un incremento del numero dei Consiglieri indipendenti.

Nel corso del 2009 si sono tenute sette riunioni del Consiglio di Amministrazione; agli Amministratori è stata trasmessa, con la tempestività compatibile con le circostanze del caso, la documentazione idonea a permettere un'informata partecipazione ai lavori. Quando nelle riunioni si è discusso di argomenti specialistici i manager a essi preposti sono stati invitati a partecipare ai lavori dal Presidente, con l'accordo degli altri Amministratori. Alle riunioni sono inoltre intervenuti consulenti esterni, quando ritenuto utile per assicurare il necessario supporto tecnico-professionale.

La durata media di svolgimento delle riunioni è stata di circa quattro ore. La percentuale di presenze è stata del 93,33 (97,14% per gli Amministratori indipendenti).

Le riunioni programmate per l'anno 2010 sono nove, di cui tre già tenute.

Organi delegati

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

Il 15 aprile 2008 il Consiglio di Amministrazione ha nominato Presidente Gabriele Galateri di Genola e

Amministratore Delegato Franco Bernabè.

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

- la supervisione dell'elaborazione dei piani strategici, industriali e finanziari nonché della loro realizzazione e del loro sviluppo;
- la supervisione della definizione degli assetti organizzativi;
- la supervisione dell'andamento economico e finanziario;
- la responsabilità di sovrintendere al processo di esame e definizione delle linee guida del sistema di controllo interno.

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

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

Il 15 aprile 2008 è stato, altresì, costituito un Comitato Esecutivo composto dagli Amministratori esecutivi (che ne assicurano il coordinamento con il management del Gruppo) e da Amministratori non esecutivi; Presidente del Comitato è il Presidente del Consiglio di Amministrazione. Per la sua attuale composizione si rinvia alla Tabella 4, allegata al testo integrale della Relazione.

Il Comitato ha il compito di monitorare l'andamento della gestione della Società e del Gruppo, approvare, su proposta degli Amministratori esecutivi, i macro-assetti organizzativi, formulare pareri al Consiglio di Amministrazione sul budget e sui piani strategici, industriali e finanziari della Società e del Gruppo e svolgere eventuali ulteriori compiti attribuiti dal Consiglio di Amministrazione nell'ambito delle

materie delegabili.

Il Comitato riferisce al Consiglio sulle attività effettuate nelle forme più opportune e, comunque, di volta in volta nella prima riunione utile.

Nel corso del 2009 il Comitato ha tenuto quattro riunioni, con durata media di circa tre ore.

La percentuale di presenze è stata del 96% (100% per gli Amministratori indipendenti). Nel 2010 sono state programmate cinque riunioni di cui due già tenute.

Altri Consiglieri esecutivi

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

Amministratori indipendenti

Telecom Italia ha fatto propri i criteri stabiliti dal Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana per la qualificazione dell' "indipendenza" degli Amministratori.

Sulla base delle informazioni rese dagli Amministratori risultano Consiglieri indipendenti Paolo Baratta, Roland Berger, Elio Cosimo Catania, Jean Paul Fitoussi e Luigi Zingales

Il Consiglio di Amministrazione, nella riunione del 25 febbraio 2010, ha effettuato la verifica sui requisiti di indipendenza, ai sensi dell'art. 147-ter, comma 4, D.Lgs. n. 58/1998, degli Amministratori sopra indicati, constatando altresì il rispetto dei requisiti di composizione dell'organo amministrativo nella sua collegialità (presenza di almeno due Consiglieri indipendenti alla stregua dei criteri stabiliti dalla legge per i Sindaci).

Il Collegio Sindacale, come previsto dal Codice di Autodisciplina della Società, ha vigilato sulle attività di accertamento dei requisiti e sulla corretta applicazione dei criteri d'indipendenza.

Lead Independent Director

Lead Independent Director è attualmente il Consigliere Presidente del Comitato per il controllo interno e per la corporate governance, oltre che componente dell'Organismo di Vigilanza ex D.Lgs. 231/2001, Paolo Baratta.

Il Lead Independent Director rappresenta il punto di riferimento e coordinamento delle istanze e dei contributi degli Amministratori indipendenti. Gli è riconosciuta la facoltà di avvalersi delle struttu-

re aziendali per l'esercizio dei compiti affidati e di convocare apposite riunioni di soli Amministratori Indipendenti (Independent Directors' Executive Sessions) per la discussione di temi che interessino il funzionamento del Consiglio di Amministrazione o la gestione dell'impresa. Nel corso del 2009 dette riunioni sono state quattro.

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

Trattamento delle informazioni societarie

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

È stata, inoltre, adottata una procedura per la gestione interna e la comunicazione all'esterno di documenti ed informazioni riguardanti la Società, con specifico riferimento alle informazioni privilegiate. La procedura disciplina la gestione delle informazioni privilegiate relative a Telecom Italia, alle sue controllate non quotate e agli strumenti finanziari quotati del Gruppo e di essa sono destinatari tutti i componenti degli organi sociali così come i dipendenti e i collaboratori esterni che si trovino ad avere accesso a informazioni suscettibili di evolvere in informazioni privilegiate. Essa vale, altresì, come istruzione a tutte le società controllate, al fine di ottenere dalle stesse, senza indugio, le informazioni necessarie per il tempestivo e corretto adempimento degli obblighi di comunicazione al pubblico.

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

Comitati interni al consiglio

All'interno del Consiglio sono costituiti, oltre al già citato Comitato Esecutivo, un Comitato per le nomine e la remunerazione e un Comitato per il controllo interno e per la corporate governance, le cui funzioni sono determinate nel Codice di autodisciplina della Società.

Comitato per le nomine e la remunerazione

Il Comitato per le nomine e la remunerazione è com-

posto da amministratori non esecutivi, in maggioranza indipendenti, fra cui almeno un Consigliere tratto da una lista di minoranza. Per la sua attuale composizione si rinvia alla Tabella 4, allegata al testo integrale della Relazione.

Competono al Comitato funzioni consultive e propositive (i) sulla remunerazione degli Amministratori che ricoprono particolari cariche, in modo da assicurare l'allineamento all'obiettivo della creazione di valore per gli azionisti nel tempo; (ii) sulla valutazione periodica dei criteri per la remunerazione dell'alta direzione della Società e sull'adozione, su indicazione degli amministratori delegati, di eventuali piani di stock option o di assegnazione di azioni; (iii) sul monitoraggio dell'applicazione delle decisioni assunte e delle policy aziendali in materia di compensation del top management e (iv) sulla proposta di candidature al Consiglio in caso di sostituzione, nel corso del mandato, di un Consigliere indipendente.

Le attività svolte nel 2009 hanno riguardato il sistema di retribuzione degli amministratori esecutivi della Società (Presidente e Amministratore Delegato) e quello di retribuzione della dirigenza, in prospettiva di allineamento alla best practice di mercato. Il Comitato ha, altresì, monitorato le iniziative di assessment e segmentazione della dirigenza, anche in funzione della redazione delle tavole di rimpiazzo delle posizioni manageriali strategiche, e approfondito il tema delle iniziative di remunerazione mediante attribuzione di strumenti finanziari destinati così al management come alla generalità del personale dipendente.

Il Comitato ha proceduto, inoltre, su mandato del Consiglio di Amministrazione, alla selezione di un candidato alla carica di membro esterno dell'Organismo di Vigilanza della Società ex D.Lgs. n. 231/2001.

Il Comitato, come previsto dal Codice di Autodisciplina adottato dalla Società, per l'espletamento delle proprie funzioni si è avvalso sia delle strutture interne alla Società, sia di consulenti esterni di propria scelta.

Nel corso del 2009 ha tenuto undici riunioni, regolarmente verbalizzate: a esse sono stati di volta in volta invitati a fornire supporto i manager responsabili delle tematiche oggetto di discussione. La durata media delle riunioni è stata di circa due ore, con la partecipazione totalitaria di tutti i suoi componenti.

Nel corso del 2010 si sono già tenute tre riunioni.

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

I compensi percepiti da Amministratori, Direttori Generali e Key Managers, nel corso del 2009, risultano dalla Nota 45 (Altre informazioni) al bilancio di Telecom Italia S.p.A.

Il Consiglio di Amministrazione, nella riunione del 15 aprile 2008, ha proceduto alla ripartizione del compenso globale annuo di 2,2 milioni di euro deliberato dai soci nel corso dell'Assemblea del 14 aprile 2008 per il triennio 2008-2010 nei seguenti termini:

- un compenso di 110mila euro per ciascun Consigliere in carica;
- un compenso aggiuntivo di 35mila euro per ciascuno dei componenti il Comitato esecutivo;
- un compenso aggiuntivo di 45mila euro per ciascuno dei componenti il Comitato per il controllo interno e per la corporate governance;
- un compenso aggiuntivo di 20mila euro per ciascuno dei componenti il Comitato per le nomine e la remunerazione;
- un compenso aggiuntivo di 20mila euro per il Consigliere chiamato a far parte dell'Organismo di Vigilanza ex D.Lgs. n. 231/2001.

Gli Amministratori non esecutivi percepiscono i compensi risultanti dal riparto dell'emolumento stabilito in misura complessiva dall'Assemblea del 14 aprile 2008, nei termini innanzi specificati. La loro remunerazione pertanto non è correlata ai risultati economici della Società; gli Amministratori non esecutivi, inoltre, non accedono a piani azionari.

Il Consiglio di Amministrazione, su proposta del Comitato per le nomine e la remunerazione e sentito il parere del Collegio Sindacale, ha stabilito per gli Amministratori esecutivi, in aggiunta al compenso di cui sopra, un compenso fisso per la carica rispettivamente pari a 1.300.000 euro per il Presidente e 1.400.000 euro per l'Amministratore Delegato, oltre a: (i) per il Presidente, la disponibilità di un appartamento di servizio; (ii) per l'Amministratore Delegato, il versamento, a fini previdenziali, di un importo

pari al 10% del compenso fisso; (iii) per entrambi, coperture assicurative sanitarie e per infortuni professionali ed extraprofessionali, vita e invalidità permanente da malattia; (iv) per entrambi, un importo corrispondente a quanto necessario per il pagamento delle imposte applicabili a tali benefit tassati.

Per l'Amministratore Delegato è stato inoltre previsto un sistema d'incentivazione per l'esercizio 2009 di valore compreso fra il 50% e il 200% del compenso fisso, in funzione del livello di raggiungimento di appositi indicatori certificabili correlati a quattro aree-obiettivo, che indirizzano le priorità del piano industriale 2009-2011:

- Value Creation, espressa dal Net Income (peso: 20%)
- Cash Improvement, apprezzato in termini di rapporto fra Net Debt ed ebitda (peso: 15%)
- Quality, in termini di Customer Satisfaction Index (peso: 15%)
- focalizzazione sulla componente operativa, vuoi come rapporto fra cash costs e revenues (peso: 15%), vuoi in termini di ricavi da servizi innovativi specificamente individuati (peso: 15%).

Gli obiettivi dei suddetti parametri sono dati dal target di budget 2009, con possibilità di scostamento in negativo fino a un valore soglia minimo e pay out massimo al raggiungimento di predeterminati scostamenti positivi, dove la varianza è differenziata a seconda dell'indicatore e la misurazione dei risultati intermedi di performance si effettua secondo una funzione lineare. Ai parametri quantitativi (il cui peso complessivo è pari a 80%) si aggiunge poi un criterio di valutazione qualitativa (peso 20%) in termini di giudizio discrezionale da parte del Consiglio di Amministrazione.

Presidente e Amministratore Delegato, inoltre (cfr. [tabella riportata nella Nota 45 – Altre informazioni al Bilancio di Telecom Italia S.p.A.](#)), risultano assegnatari delle stock option di cui al piano approvato dall'Assemblea del 14 aprile 2008, in numero di 3.000.000 al Presidente e di 8.400.000 all'Amministratore Delegato, nei termini meglio descritti in sede di documentazione informativa pubblicata ai sensi dell'art. 84-bis del Regolamento Emittenti.

Per il Presidente e l'Amministratore Delegato è previsto, infine, qualora il rapporto dovesse risolversi prima della scadenza del mandato stabilito

dall'Assemblea del 14 aprile 2008 (i) per cause oggettive (quali la fusione della Società o la cessazione dell'intero Consiglio ex art. 9.12 dello Statuto), (ii) ad iniziativa aziendale (salvo il caso di giusta causa) o (iii) su iniziativa degli interessati per giusta causa (esemplificata in: modifica della posizione, con riferimento, in particolare, alle attribuzioni conferite, e significativo cambiamento dell'azionariato di riferimento), la corresponsione degli emolumenti spettanti sino a scadenza del mandato, integrati da un'indennità pari ad una annualità di compenso. Per l'Amministratore Delegato nel calcolo è inclusa la componente variabile, valorizzata come media delle effettive erogazioni già intervenute.

Nella riunione del 25 febbraio 2010, il Consiglio di Amministrazione ha preso atto della nuova compagine dei Dirigenti con responsabilità strategiche (c.d. executive officers o key managers), quale risultante a seguito delle ultime variazioni organizzative avvenute alla fine del 2009. Dette figure si identificano nelle persone che pro tempore occupano le posizioni di Chief Financial Officer e di Responsabile di Domestic Market Operations, Technology & Operations, Direttore Presidente di Tim Brasil, Human Resources and Organization, Corporate Legal Affairs, Purchasing; a questi si aggiungono il Presidente del Consiglio di Amministrazione e l'Amministratore Delegato.

Il totale dei compensi erogati nel corso dell'anno 2009 ai dirigenti pro tempore riconosciuti con responsabilità strategiche è riportato, in forma aggregata, nella Nota 45 (Altre informazioni) al Bilancio di Telecom Italia S.p.A.

La remunerazione dei dirigenti con responsabilità strategiche presenta una componente variabile di breve periodo legata ai risultati economici conseguiti dalla Società e/o al raggiungimento di obiettivi specifici, nella forma del c.d. MBO. A loro e al management di livello apicale è poi destinata l'assegnazione gratuita di azioni ordinarie (c.d. "Performance Share Granting") in un numero massimo predeterminato e variabile in funzione del periodo di partecipazione effettivo al piano di incentivazione 2008-2011 e del grado di raggiungimento di predeterminati obiettivi di performance azionaria, espressi in termini di Total Shareholder Return assoluto e relativo. Il documento informativo sul piano è consultabile sul sito internet della Società.

Comitato per il controllo interno e per la corporate governance

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

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

Il Comitato, inoltre,

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

Il Comitato ha analizzato i report trimestrali redatti dal preposto al controllo interno sulle attività di audit, sull'implementazione dei piani di miglioramento

del sistema di controllo interno e sulla realizzazione degli interventi di follow-up, sul presidio e sulla verifica di ottemperanza dei processi e dell'operatività aziendale a specifiche disposizioni di legge e a procedure interne, nonché sul governo dei rischi e sulla compliance IT. In particolare, il Comitato ha esercitato un'attenta vigilanza sui presidi di compliance nelle attività di commercializzazione, nonché sul rispetto della disciplina in materia di privacy, trattamento dei dati di traffico e parti correlate, svolgendo al riguardo specifica istruttoria sull'operazione di cessione della partecipazione in HanseNet al socio di maggioranza relativa di Telco, Telefónica. Il Comitato ha infine monitorato la situazione della partecipazione detenuta da Telecom Italia in Sofora (holding di controllo di Telecom Argentina).

Su un diverso fronte, ha poi seguito da vicino le attività di manutenzione e aggiornamento del c.d. Modello Organizzativo 231 (cfr. *infra*), mentre, per quanto riguarda le tematiche della corporate social responsibility, è stato aggiornato sulle iniziative attuate nello scorso esercizio dalla Fondazione Telecom Italia e dalle società del Gruppo, così come sui programmi per l'anno 2010.

In relazione al controllo contabile, infine, il Comitato ha avuto vari incontri tecnici sul tema dell'impairment test del goodwill a bilancio, condividendo sia l'approccio metodologico adottato dalla Società che le relative conclusioni finali.

Di tutto quanto sopra il Consiglio di Amministrazione è stato informato di volta in volta.

Per la composizione del Comitato (tutti consiglieri non esecutivi, in maggioranza indipendenti, di cui almeno uno tratto da una lista di minoranza) si rinvia alla Tabella 4, allegata al testo integrale della Relazione. Tutti i suoi componenti sono in possesso di esperienza in materia contabile e finanziaria.

Nel corso del 2009 il Comitato ha tenuto dodici riunioni, regolarmente verbalizzate, supportate dal contributo specialistico del management aziendale o di soggetti esterni al Consiglio. La durata media delle riunioni è stata di circa due ore e cinquanta minuti e la percentuale di presenze è stata dell'85,42%. Il Collegio Sindacale si è riunito, in alcuni casi, in ragione delle tematiche affrontate, in forma congiunta con il Comitato per il controllo interno e per la corporate governance; il Collegio ha inoltre preso parte a tutte le riunioni del Comitato stesso, mediante la

partecipazione del proprio Presidente (o di almeno un Sindaco da questi designato).

Per il 2010 sono programmate almeno sei riunioni, di cui tre già tenute.

Sistema di controllo interno

Il sistema di controllo interno è un processo, costituito da regole, procedure e strutture organizzative, finalizzato a perseguire i valori di fairness sostanziale e procedurale, di trasparenza e di accountability, ritenuti fondamentali dell'agire d'impresa di Telecom Italia, come statuito dal Codice etico e di condotta del Gruppo e dal Codice di autodisciplina della Società. Detto processo, oggetto di continua verifica in prospettiva di progressivo miglioramento, è finalizzato ad assicurare l'efficienza della gestione, la sua conoscibilità e verificabilità, l'affidabilità dei dati contabili e gestionali, il rispetto delle leggi applicabili e dei regolamenti e la salvaguardia degli asset dell'impresa, anche al fine di prevenire frodi a danno della Società e dei mercati finanziari.

Il Consiglio di Amministrazione, in quanto responsabile del sistema di controllo interno, ne fissa le linee di indirizzo, verificandone l'adeguatezza, l'efficacia e il corretto funzionamento, così che i principali rischi aziendali (operativi, di compliance, economici, di natura finanziaria) siano correttamente identificati e gestiti nel tempo.

Per quanto riguarda i rischi di natura finanziaria, il Gruppo Telecom Italia nello svolgimento delle proprie attività operative risulta esposto ai seguenti rischi:

- a) rischio di mercato: derivante dalle variazioni dei tassi di interesse e di cambio connessi alle attività finanziarie originate e alle passività finanziarie assunte;
- b) rischio di credito: rappresentato dal rischio di inadempimento di obbligazioni assunte dalla controparte in relazione agli impieghi di liquidità;
- c) rischio di liquidità: connesso all'esigenza di far fronte agli impegni finanziari di breve termine.

Tali rischi vengono fronteggiati mediante la definizione di linee guida alle quali deve essere ispirata la gestione operativa, l'attività di un comitato interno che monitora il livello di esposizione ai rischi in coerenza con gli obiettivi prefissati, il monitoraggio

dei risultati conseguiti. In particolare, le politiche di gestione prevedono:

- d) per il rischio di mercato: integrale copertura del rischio di cambio e minimizzazione dell'esposizione ai tassi di interesse attraverso opportune diversificazioni di portafoglio, attuate anche mediante l'utilizzo di strumenti finanziari derivati;
- e) per il rischio di credito: la gestione della liquidità si ispira a criteri prudenziali e si articola principalmente nell'attività di "gestione del mercato monetario" (investimento degli eccessi temporanei di cassa) e di "gestione del portafoglio obbligazionario" (investimento di un livello di liquidità permanente). In entrambe le gestioni, al fine di contenere il rischio di inadempimento delle obbligazioni assunte dalla controparte, le controparti e gli emittenti selezionati hanno un elevato merito di credito con una attenta politica di diversificazione degli impieghi di liquidità e di assegnazione delle posizioni creditizie tra le differenti controparti bancarie;
- f) per il rischio di liquidità: l'obiettivo perseguito è quello di avere un adeguato livello di flessibilità finanziaria espresso dal mantenimento di un margine di tesoreria adeguato, che consenta la copertura delle esigenze di rifinanziamento almeno dei successivi dodici mesi.

Amministratore esecutivo incaricato del sistema di controllo interno

Il Consiglio di Amministrazione ha individuato nel suo Presidente l'Amministratore incaricato di sovrintendere alla funzionalità del sistema di controllo interno; a lui è dunque demandato il compito di definire strumenti e modalità di conformazione del sistema, curando il suo adeguamento alle modificazioni delle condizioni operative e del panorama legislativo e regolamentare. Gli Amministratori Esecutivi, ciascuno con riferimento al proprio ambito di attribuzioni e in collaborazione con il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari e con il preposto al controllo interno, per gli aspetti di specifica competenza, avvalendosi degli strumenti e nel rispetto delle modalità stabiliti, assicurano poi l'adeguatezza complessiva del sistema stesso e la sua concreta funzionalità, in una prospettiva di tipo risk based, che risulta anche componente essen-

le nella definizione dell'agenda dei lavori consiliari.

Preposto al controllo interno

Nell'esercizio della responsabilità che a esso compete sul sistema di controllo interno, il Consiglio si avvale, oltre che del Comitato per il controllo interno e per la corporate governance, di un preposto dotato di un adeguato livello di indipendenza e di mezzi idonei allo svolgimento della funzione, ivi inclusa la possibilità per il preposto (come già riferito nelle precedenti Relazioni di governance: la società consortile Telecom Italia Audit & Compliance Services) di accedere direttamente, in piena autonomia, a tutte le informazioni utili per lo svolgimento dell'incarico. Al preposto compete di supportare gli organi di amministrazione e controllo nella verifica dell'adeguatezza e dell'effettivo funzionamento del sistema di controllo e conseguentemente di proporre misure correttive, in caso di sue anomalie o disfunzioni.

Telecom Italia Audit & Compliance Services:

- riferisce del suo operato all'Amministratore all'uopo delegato, al Comitato per il controllo interno e per la corporate governance e, per il suo tramite, al Consiglio di Amministrazione, nonché al Collegio Sindacale;
- svolge attività di verifica anche su richiesta del dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili della Società;
- ha un ruolo di garanzia del rispetto dei principi e dei valori espressi nel Codice etico e di condotta, istruendo le segnalazioni da dipendenti e terzi di violazioni e irregolarità (anche contabili) e promuovendo le conseguenti iniziative più opportune, ivi inclusa la proposta di irrogazione di misure sanzionatorie.

Quanto alle attività svolte dal preposto al controllo interno per l'esercizio 2009, sono stati realizzati complessivamente 241 interventi che hanno consentito la copertura degli ambiti organizzativi del Gruppo in linea con quanto definito in sede di pianificazione, con attività incrementalmente realizzate per far fronte a situazioni emerse in corso d'anno, soprattutto in ambito Technology & Operations. Nel 2009 sono pervenute 97 segnalazioni, di cui 31 concernenti fatti aziendali (principalmente, sicurezza delle centrali, rapporti con i fornitori, gestione autoparco, frodi su commercializzazione prodotti, vendita di prodotti a clienti non affidabili, presunti interessi

personali di dipendenti nello svolgimento delle attività lavorative) sui quali sono stati condotti (o sono in corso/pianificati) approfondimenti e, qualora necessario, sono state poste in atto (o sono in corso) azioni correttive da parte delle strutture competenti.

Sono state intraprese azioni correttive, stimate congrue per l'eliminazione delle debolezze, realizzati specifici follow-up, secondo criteri predefiniti e oggettivi, e introdotte attività di monitoraggio sulle singole azioni progressivamente realizzate su una serie di argomenti ritenuti particolarmente delicati.

Nel corso del 2009, la Società consortile a r.l. TI Audit & Compliance Services ha proseguito l'azione di presidio del sistema di controllo interno del Gruppo Telecom Italia, nel rispetto dei suoi obiettivi di Control Governance, attraverso le distinte componenti organizzative di Audit, Compliance, IT Risk & Security Governance e della società controllata TIAudit Latam che -nel soddisfare le rispettive mission aziendali- ne hanno assicurato, nel complesso, un presidio esaustivo.

Le risultanze di tale presidio consentono, in particolare, di esprimere una valutazione del sistema di controllo interno volta ad accertare – sotto i profili di adeguatezza, funzionalità e ragionevole certezza – la capacità del sistema stesso di incidere sull'effettivo conseguimento degli obiettivi assegnati alle singole strutture aziendali (profilo dell'efficacia), tenuto conto dell'impiego delle risorse per la loro realizzazione (profilo dell'efficienza), alla luce dei fattori (quali/quantitativi) di rischio presenti e della probabilità degli stessi di influenzare il raggiungimento di detti obiettivi.

La valorizzazione in sede evolutiva del sistema di controllo interno è perseguita da TI Audit & Compliance Services in coerenza con le indicazioni dei Codici di Autodisciplina di Telecom Italia e di Borsa Italiana sui seguenti principali aspetti che qualificano e caratterizzano la Corporate Governance delle società quotate: etica d'impresa, quadro normativo di riferimento, quadro procedurale, cultura aziendale, aspetti organizzativi, informazione e comunicazione aziendale, processi aziendali a garanzia dell'efficacia e dell'efficienza operativa.

Ai fini di una valutazione complessiva del sistema di controllo interno, TI Audit & Compliance Services ha considerato, quale riferimento metodologico per i propri interventi, le seguenti componenti del CoSo Report (Modello di controllo elaborato dal

Committee of Sponsoring Organisations (CoSO) of the Treadway Commission): (i) Ambiente di controllo e (ii) Informazione e Comunicazione, che riservano un peso significativo, tra l'altro, al presidio delle metodologie di audit e compliance, alla diffusione della cultura del controllo, nonché al consolidamento dei valori etici di impresa; (iii) Valutazione dei rischi e (iv) Attività di controllo, che impongono un processo di individuazione e gestione dei progetti di audit, nonché di presidio della conformità dei processi e dell'operatività aziendale alle vigenti disposizioni di legge ed alle procedure interne di riferimento; (v) Monitoraggio, che richiede la realizzazione di attività di presidio per gli ambiti aziendali a maggior rischio, di competenza audit e compliance, volte a riscontrare l'effettivo superamento delle debolezze segnalate.

Pertanto, con riferimento agli specifici contesti operativi analizzati e alle conseguenti azioni correttive attuate e pianificate, il sistema di controllo interno, nel suo complesso, è stato giudicato idoneo a ridurre i profili di rischio ad un livello fisiologico accettabile per consentire la corretta operatività dei processi.

Modello organizzativo ex D.Lgs. 231/2001

Il sistema di controllo interno si completa con il c.d. "Modello Organizzativo 231", vale a dire un modello di organizzazione e gestione, adottato ai sensi del D.Lgs. 231/2001, volto a prevenire la commissione di tutti quei reati che possono comportare una responsabilità della Società. Tale Modello Organizzativo si articola:

- nel Codice etico e di condotta del Gruppo Telecom Italia, dove vengono indicati i principi generali (trasparenza, correttezza, lealtà) cui si ispira la Società nello svolgimento e nella conduzione degli affari;
- nei "principi generali del controllo interno", strumenti volti a fornire una garanzia relativamente al raggiungimento degli obiettivi di efficienza ed efficacia operativa, affidabilità delle informazioni finanziarie e gestionali, rispetto delle leggi e dei regolamenti, salvaguardia del patrimonio sociale anche contro possibili frodi;
- nei "principi di comportamento" che consistono in regole specifiche per i rapporti con i rappresentanti della Pubblica Amministrazione, nonché per gli adempimenti e per le attività di natura societaria e

- negli "schemi di controllo interno", nei quali vengono descritti i processi aziendali a rischio reato, gli eventuali reati perpetrabili in relazione ai medesimi, le attività preventive di controllo finalizzate ad evitare i correlativi rischi.

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

Essendo il Modello Organizzativo uno strumento dinamico, che incide sull'operatività aziendale e che a sua volta deve essere costantemente verificato e aggiornato alla luce dei riscontri applicativi, così come dell'evoluzione del quadro normativo di riferimento, anche nel corso del 2009 il Modello è stato interessato da alcuni aggiornamenti. Questi sono stati elaborati da un comitato manageriale denominato Steering Committee 231 (composto dal General Counsel, dal Responsabile della Funzione Human Resources & Organization, dal Presidente di Telecom Italia Audit & Compliance Services e dal Group Compliance Officer), anche con il supporto di consulenti esterni, e istruiti dall'Organismo di Vigilanza. Inoltre, quando di significativa entità, le integrazioni al Modello sono state fatte oggetto di approvazione consiliare.

Sul funzionamento e sull'osservanza del Modello Organizzativo 231 vigila l'Organismo di Vigilanza, composto da un membro del Collegio Sindacale (Presidente dell'Organismo, Ferdinando Superti Furga), da un Amministratore indipendente membro del Comitato per il controllo interno e per la corporate governance (Paolo Baratta) e dal preposto al controllo interno, in persona del Presidente di Telecom Italia Audit & Compliance Services (Federico Maurizio d'Andrea). L'Organismo, rinominato il 15 aprile 2008 a seguito del rinnovo del Consiglio di Amministrazione e per la stessa sua durata in carica, riferisce al Consiglio, al Comitato per il controllo interno e per la corporate governance e al Collegio Sindacale in ordine alle attività di verifica compiute e al loro esito.

Il Consiglio di Amministrazione, nella riunione del 24 settembre 2009, acquisito il parere favorevole del Comitato per il controllo interno e la corporate governance e del Collegio Sindacale, ha deciso di integrare la composizione dell'Organismo di Vigilanza con un membro esterno, successivamente individuato, su proposta del Comitato per le nomine e la remunerazione, nella persona del Professor Vincenzo Salafia.

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

Società di revisione

La revisione contabile del bilancio separato di Telecom Italia S.p.A. e del bilancio consolidato del Gruppo Telecom Italia, la revisione contabile limitata del bilancio consolidato semestrale abbreviato di Telecom Italia S.p.A. e la revisione dell'annual report redatto ai sensi delle US Securities Laws vengono effettuate da Reconta Ernst & Young S.p.A., il cui incarico è stato originariamente conferito dall'Assemblea ordinaria del 12 giugno 2001, rinnovato dall'Assemblea del 6 maggio 2004 e, infine, prorogato dall'Assemblea del 16 aprile 2007, ai sensi dell'art. 8, comma 7, del Decreto Legislativo 29 dicembre 2006, n. 303, per un ulteriore triennio, quindi a scadere con il bilancio 2009. L'Assemblea chiamata ad approvarlo procederà anche al conferimento dell'incarico di revisione contabile per il periodo 2010-2018, sulla base di proposta motivata del Collegio Sindacale.

La selezione della società di revisione candidata al conferimento dell'incarico è avvenuta a seguito di un'analisi comparativa svolta sotto la supervisione del Collegio Sindacale, che si è avvalso del supporto delle funzioni aziendali. Le offerte pervenute dai diversi revisori all'uopo contattati sono state esaminate con particolare riferimento (i) alle competenze ed alle specifiche esperienze di revisione nel settore delle telecomunicazioni; (ii) all'adeguatezza della struttura tecnica rispetto alle esigenze connesse alla dimensione ed alla complessità della Società e

del Gruppo ad essa facente capo; (iii) all'esperienza in società italiane SEC registrants; (iv) all'indipendenza e autonomia di giudizio rispetto alla Società e al Gruppo; (v) alla coerenza dei corrispettivi richiesti in relazione ai tempi e ai livelli di professionalità considerati.

Telecom Italia ha adottato apposite Linee Guida per il conferimento degli incarichi alla società di revisione che si applicano: (i) al conferimento dell'incarico di revisione dei bilanci di Telecom Italia S.p.A. (Telecom Italia, la Società o la Capogruppo); (ii) al conferimento dell'incarico di revisione dei bilanci/reporting packages delle controllate di Telecom Italia; (iii) al conferimento da parte della Società e delle sue controllate di ulteriori incarichi alla società incaricata della revisione dei bilanci della Capogruppo e alle entità appartenenti alla sua rete, come definita dalla disciplina applicabile.

Fermo il rispetto della disciplina di riferimento, ai sensi di tali Linee Guida l'incarico di revisione del bilancio separato, del bilancio consolidato, dell'annual report pubblicato in ottemperanza dei reporting requirements ai quali Telecom Italia è soggetta in quanto registrata presso la United States Securities and Exchange Commission e della relazione finanziaria semestrale di Telecom Italia è conferito dall'Assemblea dei soci, su proposta motivata del Collegio Sindacale.

L'istruttoria preliminare al conferimento (o alle successive modifiche) dell'incarico di revisione dei bilanci di Telecom Italia è coordinata dal dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili della Società, sotto la supervisione del Collegio Sindacale, che può avvalersi del supporto del preposto al sistema di controllo interno per verificare l'indipendenza del revisore candidato, ai sensi della disciplina applicabile.

Il Revisore Incaricato è il revisore principale dell'intero Gruppo Telecom Italia. Il conferimento di incarichi di revisione o correlati (c.d. audit services e audit-related services) a entità diverse dal Revisore Incaricato e/o dalle entità appartenenti alla sua rete deve essere previamente verificato con il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili della Capogruppo, che attiverà i necessari processi approvativi e di reporting, assicurando il rispetto della disciplina applicabile.

A tutela dell'indipendenza del Revisore Incaricato, le linee guida statuiscano il principio per cui

il conferimento di ulteriori incarichi al Revisore Incaricato ed alle entità appartenenti alla sua rete è limitato ai servizi e alle attività di stretta attinenza alla revisione dei Bilanci. Resta comunque fermo che il conferimento di ulteriori incarichi (consentiti dalla normativa di riferimento) al Revisore Incaricato e alle entità appartenenti alla sua rete è soggetto a preventivo parere favorevole del Collegio Sindacale della Capogruppo. In via d'urgenza il parere preventivo sul conferimento di ulteriori incarichi può essere rilasciato dal Presidente del Collegio Sindacale (o altro Sindaco dal medesimo designato), il quale ne riferisce per ratifica al plenum dell'organo di controllo nella prima riunione successiva.

Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari

La carica di Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari è stata ricoperta, fino al 2 dicembre 2009, da Marco Patuano. Il Consiglio di Amministrazione, nel corso della riunione svoltasi in quella data, a seguito di una riorganizzazione di alcune posizioni manageriali di vertice, ha nominato Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili il nuovo Responsabile della funzione Administration, Finance and Control, Andrea Mangoni.

Come da Statuto (art. 13) è il Consiglio di Amministrazione che nomina questa figura, previo parere del Collegio Sindacale e – per scelta di autodisciplina (cfr. l'apposito Codice, art. 14) – del Comitato per il controllo interno e per la corporate governance, definendone le attribuzioni e i poteri a livello interno. Questi sono disciplinati in apposito Regolamento, consultabile sul sito Internet della Società. In quanto per legge responsabile di predisporre adeguate procedure amministrative e contabili per la formazione del Bilancio di esercizio e consolidato, nonché di ogni altra comunicazione di carattere finanziario, il Regolamento gli riconosce una responsabilità funzionale (organizzativa e per materia) rispetto ai controlli interni per il financial reporting, chiarendo che, in relazione a tale ambito, è supportato dagli Amministratori esecutivi, oltre che dalla dirigenza della Società.

Il Dirigente riferisce al Consiglio di Amministrazione, al Comitato per il controllo interno e per la corporate governance e – per quanto di competenza – al Collegio Sindacale.

Sistema di gestione dei rischi e di controllo interno in relazione al processo di informativa finanziaria

Per quanto riguarda i sistemi di gestione dei rischi e di controllo interno esistenti in relazione al processo di informativa finanziaria, appare opportuno premettere che Telecom Italia è consapevole che l'informativa finanziaria riveste un ruolo centrale nella costruzione e nel mantenimento di relazioni positive tra l'impresa e la platea di interlocutori, contribuendo insieme alle performance aziendali alla creazione di valore per gli azionisti.

Il sistema di controllo interno sul Financial Reporting è finalizzato a garantire l'attendibilità⁽³⁾, l'accuratezza⁽⁴⁾, l'affidabilità⁽⁵⁾ e la tempestività⁽⁶⁾ dell'informativa finanziaria. In tale ambito, Telecom Italia ha predisposto e aggiorna costantemente un sistema normativo/documentale composto da principi contabili di Gruppo, procedure amministrative contabili, linee guida, istruzioni operative, manuali contabili e piano dei conti, volto a garantire un efficiente coordinamento e scambio delle informazioni tra la Capogruppo e le società controllate, nonché la corretta formazione del bilancio separato e consolidato.

In particolare, Telecom Italia si è dotata di:

- un documento contenente i Principi Contabili di Gruppo redatto sulla base dei principi IAS/IFRS (International Accounting Standards/International Financial Reporting Standards) che devono essere adottati da tutte le Società del Gruppo, oggetto di aggiornamento trimestrale allo scopo di assicurare, attraverso la loro applicazione, un'omogeneità in ambito di Gruppo dei contenuti degli schemi e delle voci di bilancio e dei relativi criteri di valutazione che sono elemento essenziale ai fini del rispetto del principio della "rappresentazione veritiera e corretta" da parte del bilancio consolidato del Gruppo Telecom Italia;
- un Piano dei Conti di Gruppo che garantisce l'uniformità nella metodologia di codifica non-

(3) Attendibilità (dell'informativa): l'informativa che ha le caratteristiche di correttezza e conformità ai principi contabili generalmente accettati e ha i requisiti chiesti dalle leggi e dai regolamenti applicati.

(4) Accuratezza (dell'informativa): l'informativa che ha le caratteristiche di neutralità e precisione. L'informazione è considerata neutrale se è priva di distorsioni preconcepite tese a influenzare il processo decisionale dei suoi utilizzatori al fine di ottenere un predeterminato risultato.

(5) Affidabilità (dell'informativa): l'informativa che ha le caratteristiche di chiarezza e di completezza tali da indurre decisioni di investimento consapevoli da parte degli investitori. L'informativa è considerata chiara se facilita la comprensione di aspetti complessi della realtà aziendale, senza tuttavia divenire eccessiva e superflua.

(6) Tempestività (dell'informativa): l'informativa che rispetta le scadenze previste per la sua emissione.

ché nella modalità di attribuzione contabile dei fatti gestionali che caratterizzano l'operatività di ogni Azienda del Gruppo;

- procedure per la disciplina delle attività volte alla predisposizione dei consuntivi mensili, del bilancio separato e del bilancio consolidato del Gruppo. In particolare tali procedure definiscono i ruoli e le responsabilità degli Enti/Funzioni coinvolti/e, i sistemi informativi utilizzati, le fasi e le scadenze del processo, anche mediante la definizione di un dettagliato calendario operativo;
- procedure che stabiliscono le regole amministrative e di processo a cui le società del Gruppo devono attenersi nella gestione dei rapporti intercompany al fine di garantire la puntuale rilevazione delle partite infragruppo nonché la loro corretta rappresentazione nei bilanci individuali anche ai fini della corretta elisione delle stesse nell'ambito della redazione del bilancio consolidato;
- un complesso organico e articolato di Linee Guida, Procedure e istruzioni operative riferite alle fattispecie gestionali (ricavi, costi, investimenti e altre partite patrimoniali) che disciplinano nel dettaglio:
 - le responsabilità delle Funzioni aziendali coinvolte nei processi amministrativi;
 - i trattamenti contabili, i criteri di valutazione e di stima delle poste di bilancio in conformità ai citati Principi Contabili di Gruppo;
 - i controlli interni riferiti alle varie fasi di processo.

Telecom Italia, anche al fine di garantire la Compliance rispetto alla normativa italiana (Legge 262/2005) e statunitense (Sezione 404 del Sarbanes Oxley Act), gestisce un modello di rilevazione e monitoraggio dei rischi connessi all'informativa finanziaria strutturato e documentato, che fa riferimento al framework CoSO.

Il sistema di gestione dei rischi e di controllo interno sul Financial Reporting di Telecom Italia è strutturato nelle seguenti fasi:

- identificazione dei rischi⁽⁷⁾ sull'informativa

(7) Rischio: evento potenziale il cui verificarsi può compromettere il raggiungimento degli obiettivi connessi al sistema di controllo sul reporting finanziario (il Sistema), vale a dire quelli di accuratezza, affidabilità, attendibilità e tempestività dell'informativa finanziaria.

finanziaria: in tale ambito, Telecom Italia definisce i criteri di identificazione sia del perimetro delle entità e dei processi "rilevanti" in termini di potenziale impatto sull'informativa finanziaria (intesa come insieme delle informazioni contenute nei prospetti di bilancio e nelle note esplicative), sia dei rischi conseguenti all'eventuale mancato raggiungimento degli obiettivi di controllo⁽⁸⁾. Tali rischi, collegati ai conti di bilancio/Disclosure finanziaria e ai processi aziendali che li alimentano, fanno riferimento sia ai possibili rischi di errore⁽⁹⁾ non intenzionale sia di frode⁽¹⁰⁾, in quanto suscettibili di incidere in misura rilevante sull'informativa finanziaria. I rischi conseguenti all'eventuale mancato raggiungimento degli obiettivi di controllo sono definiti con riferimento al framework CoSO e sono previsti sia a livello di Società/Gruppo⁽¹¹⁾ (c.d. "entity level") sia a livello di processo⁽¹²⁾ (c.d. "process level");

- identificazione dei controlli a fronte dei rischi individuati: in tale fase Telecom Italia provvede, attraverso l'ausilio di un'applicazione informatica residente sull'intranet aziendale⁽¹³⁾, ad identificare e documentare i controlli svolti in azienda in grado di mitigare i rischi sull'informativa finanziaria, a livello di Società/Gruppo (entity level⁽¹⁴⁾), di processo (process level⁽¹⁵⁾) e

(8) Obiettivi di controllo: l'insieme degli obiettivi che il sistema di controllo interno sull'informativa finanziaria intende conseguire al fine di assicurare una rappresentazione veritiera e corretta del Financial Reporting. Tali obiettivi sono costituiti dalle "asserzioni di bilancio" (esistenza e accadimento, completezza, diritti e obbligazioni, valutazione e registrazione, presentazione e informativa) e da "altri obiettivi di controllo" quali il rispetto dei limiti autorizzativi, la segregazione dei compiti incompatibili, i controlli sulla sicurezza fisica e sull'esistenza dei beni, la documentazione e la tracciabilità delle operazioni, ecc.).

(9) Errore: nell'ambito del Sistema, qualunque atto od omissione non intenzionale che si risolve in una dichiarazione ingannevole nell'informativa.

(10) Frode: nell'ambito del Sistema, qualunque atto od omissione intenzionale che si risolve in una dichiarazione ingannevole nell'informativa.

(11) Analisi a livello di società/gruppo, c.d. "entity level": in tale contesto l'analisi (identificazione dei rischi, valutazione dei rischi, individuazione dei controlli, ecc.) è effettuata a livello di società/gruppo, ed è articolata secondo le componenti del che ispirano il modello CoSO. Costituiscono elementi da considerare per l'analisi, ad esempio, la competenza del personale, il sistema di corporate governance, il sistema normativo aziendale, la comunicazione delle responsabilità relative al sistema di controllo interno, le modalità di conduzione del risk assessment.

(12) Analisi a livello di processo, c.d. "process level": in tale contesto l'analisi (identificazione dei rischi, valutazione dei rischi, individuazione dei controlli, ecc.) è effettuata a livello di singolo processo, individuando i rischi specifici di processo e i relativi controlli specifici e di monitoraggio.

(13) C.d. SOX Accelerator: database strutturato ad albero secondo il modello CoSO (articolato, per ciascuna Business Unit/società inserita nel perimetro, in processi, obiettivi di controllo, singoli controlli) che prevede la gestione tramite workflow dei documenti previsti.

(14) Sono i controlli definiti a livello di società/gruppo e hanno un impatto pervasivo sull'efficacia dei controlli definiti a livello di processo, transazione o applicativo.

(15) Sono i controlli posti a presidio dei processi aziendali e sono effettuati manualmente e/o tramite applicazioni IT che li imple-

di IT General Controls⁽¹⁶⁾;

- valutazione dei controlli a fronte dei rischi individuati: periodicamente in corso d'anno, secondo un calendario definito in coerenza con le attestazioni richieste dalla normativa italiana (Legge 262/05) e statunitense (Sezione 404 del United States Sarbanes Oxley Act), i controlli precedentemente identificati sono valutati, sia in termini di "disegno"⁽¹⁷⁾ sia in termini di "operatività"⁽¹⁸⁾, attraverso attività specifiche di test. La valutazione dei controlli è responsabilità primaria del management competente, a cui si affianca la valutazione indipendente della Direzione Compliance di Telecom Italia Audit & Compliance Services S.c.a r.l.

Le evidenze del processo valutativo sopra descritto (e in particolare le eventuali carenze di controllo valutate significative/materiali in termini di potenziale impatto di errore/frode sul Financial Reporting) sono portate periodicamente all'attenzione del Comitato per il controllo interno e per la corporate governance e del Collegio Sindacale. La presenza di eventuali carenze attiva un processo di definizione, tempificazione e responsabilizzazione di piani di rimedio specifici.

Sistema di controllo interno – focus su Telecom Italia Sparkle

In data 23 febbraio 2010, l'Autorità Giudiziaria ha notificato alla controllata Telecom Italia Sparkle un'ordinanza ("Ordinanza") da cui è risultato di un'indagine (peraltro ancora in corso) a carico, fra l'altro, della stessa Telecom Italia Sparkle in concorso con numerose persone fisiche, tra cui alcuni dipendenti, ex-dipendenti ed ex-amministratori, in relazione alla presunta commissione di reati di associazione a delinquere transnazionale, frode fiscale e riciclaggio transnazionale. Per una descrizione esauriente o li supportano.

(16) Sono i controlli inclusi nei servizi IT erogati (es. telecomunicazioni, reti, infrastrutture tecnologiche, sicurezza logica) implementati dalla società o da service provider esterni. L'insieme di tali controlli è sostanzialmente indipendente dagli specifici sistemi/applicativi sviluppati e/o eserciti.

(17) Valutazione del "disegno": consiste nell'analisi dell'adeguatezza del disegno del controllo, ovvero che il controllo consenta di mitigare ad un livello accettabile il possibile rischio di mancato raggiungimento dell'obiettivo di controllo per il quale è stato disegnato.

(18) Valutazione dell'"operatività": è costituita dall'insieme delle attività volte a verificare che i controlli, disegnati al fine di ridurre ad un livello accettabile i rischi identificati, siano operativi nel periodo considerato, ovvero svolti effettivamente in conformità a quanto previsto dal "disegno".

stiva della vicenda si rinvia al testo integrale della Relazione e alle Note 3 ("Restatement per errori e cambiamenti di principi contabili") e 29 ("Passività potenziali, altre informazioni, impegni e garanzie") al bilancio consolidato al 31 dicembre 2009, consultabile sul sito internet della Società.

Interessi degli Amministratori e operazioni con parti correlate

L'attività svolta dalle Società del Gruppo è informata a principi di correttezza e trasparenza. A tal fine, le operazioni con parti correlate, ivi comprese le operazioni infragruppo, rispettano criteri di correttezza sostanziale e procedurale, secondo prestabiliti principi di comportamento per la loro effettuazione, adeguatamente portati a conoscenza del mercato.

Il Consiglio di Amministrazione, dal marzo 2008, ha adottato, in sostituzione della precedente procedura per la gestione delle operazioni con parti correlate, una più articolata disciplina in materia, che diversifica i ruoli e le responsabilità decisionali a seconda della tipologia di attività riguardata. L'attuale procedura denominata Principi di condotta per l'effettuazione di operazioni con parti correlate, aggiornata a giugno 2008, è consultabile sul sito Internet della Società.

È stata in tal modo prevista una differenziazione tra operazioni rientranti o meno nel c.d. ordinary course of business, che richiedono o meno una escalation del processo autorizzativo in base alle modalità di determinazione delle condizioni dei rapporti con la parte correlata, distinguendo fra condizioni eterodirette non modificabili e procedure competitive (ove il rischio di conflitto di interessi è escluso in re ipsa) e condizioni comparabili a quelle di mercato ("at arm's length"). La matrice di verifica ed approvazione (che si aggiunge agli usuali iter autorizzativi interni) è articolata in base alla rilevanza dell'operazione, in termini di durata e controvalore economico, che viene affidata ora al management, ora a un Comitato Manageriale (Group Compliance Officer, Chief Financial Officer, General Counsel, supportati dal responsabile di primo riporto, owner della specifica operazione), ora al Comitato per il controllo interno e per la corporate governance, con possibilità di escalation da un livello a quello successivo e monitoraggio generalizzato ex post del medesimo Comitato per il controllo interno e per la corporate governance.

A supporto della corretta applicazione dei Principi di condotta è disponibile un applicativo informatico che consente di effettuare la verifica del rapporto di correlazione e dell'iter autorizzativo necessario per la sua finalizzazione. L'applicativo assicura altresì la tracciabilità delle iniziative con parti correlate.

È in corso una gap analysis volta ad accertare gli interventi eventualmente richiesti o opportuni per allineare la disciplina interna in vigore al nuovo regolamento adottato dalla Consob con delibera 17221 del 12 marzo 2010, che entrerà in vigore, rispettivamente, il 1° ottobre 2010 (regime di trasparenza) e il 1° gennaio 2011 (nuove procedure dei meccanismi decisionali).

Nomina dei Sindaci

Il Collegio Sindacale è composto da cinque sindaci effettivi. L'assemblea nomina altresì quattro sindaci supplenti.

La nomina del Collegio Sindacale avviene nel rispetto della disciplina di legge e regolamentare applicabile, sulla base di liste presentate (mediante deposito presso la sede della Società almeno quindici giorni prima di quello fissato per l'Assemblea in prima convocazione, salva proroga nei casi previsti dalla disciplina applicabile) da soci che da soli o insieme ad altri siano complessivamente titolari di azioni rappresentanti almeno lo 0,5% del capitale con diritto di voto.

Le liste si articolano in due sezioni: una per i candidati alla carica di sindaco effettivo e l'altra per i candidati alla carica di sindaco supplente. Dalla lista che ha ottenuto la maggioranza dei voti (c.d. Lista di Maggioranza) sono tratti tre sindaci effettivi e due sindaci supplenti, mentre i restanti sindaci effettivi e supplenti sono tratti dalle altre liste (c.d. Liste di Minoranza), fermo il rispetto della disciplina di legge e regolamentare in ordine ai limiti al collegamento con la Lista di Maggioranza. Allo scopo, i voti ottenuti dalle Liste di Minoranza sono divisi per uno e per due e i quozienti vengono assegnati ai candidati dell'una e dell'altra sezione, secondo l'ordine di elencazione. I quozienti così attribuiti ai candidati delle varie liste sono disposti in unica graduatoria decrescente per la nomina alla carica di sindaco effettivo e in unica graduatoria decrescente per la nomina alla carica di sindaco supplente, risultando eletti coloro che hanno ottenuto i due quozienti più elevati. In caso di parità, risulta eletto il candidato

della lista che non abbia ancora eletto alcun sindaco, ovvero – in subordine – si procede a nuova votazione di ballottaggio da parte dell'intera Assemblea risultando eletto il candidato che ottenga la maggioranza semplice dei voti

In caso di cessazione di un sindaco tratto rispettivamente dalla Lista di Maggioranza o da una delle Liste di Minoranza, subentrano, in ordine di età, i supplenti tratti dalla Lista di Maggioranza ovvero dalle Liste di Minoranza. Alla cessazione di un sindaco tratto dalle Liste di Minoranza si intende rispettato il principio di necessaria rappresentanza delle minoranze in caso di nomina di un sindaco supplente tratto dalle Liste di Minoranza.

Sindaci

L'Assemblea dell'8 aprile 2009 ha nominato il Collegio Sindacale in carica, che scadrà con l'approvazione del bilancio dell'esercizio 2011, ne ha nominato il Presidente e determinato la misura dei compensi.

Sono state presentate nei termini e con le modalità richieste dalla disciplina applicabile tre liste (lista Telco, lista Findim Group, lista Società di Gestione del Risparmio). Per informazioni in merito ai candidati inclusi in tali liste, ai soci presentatori ed ai voti ottenuti da ciascuna, si rinvia al testo integrale della Relazione.

Dalla lista Telco, che ha ottenuto la maggioranza dei voti espressi, sono stati tratti, secondo l'ordine con il quale sono stati elencati in lista, tre Sindaci Effettivi e due Sindaci Supplenti: Salvatore Spiniello – Sindaco Effettivo, Ferdinando Superti Furga – Sindaco Effettivo, Gianluca Ponzellini – Sindaco Effettivo, Ugo Rock – Sindaco Supplente e Vittorio Mariani – Sindaco Supplente.

Dalle altre liste sono stati tratti due Sindaci Effettivi e due Sindaci Supplenti: Enrico Maria Bignami – Sindaco Effettivo (tratto dalla lista Società di Gestione del Risparmio), Lorenzo Pozza – Sindaco Effettivo (tratto dalla lista Findim Group), Maurizio Lauri – Sindaco Supplente (tratto dalla lista Società di Gestione del Risparmio) e Silvano Corbella – Sindaco Supplente (tratto dalla lista Findim Group).

Per quanto concerne le caratteristiche personali e professionali di ciascun Sindaco, i curricula vitae dei componenti l'organo di controllo sono disponibili sul sito Internet della Società.

L'Assemblea inoltre ha nominato, ai sensi di legge, il Presidente del Collegio Sindacale, scelto nella

persona di Enrico Maria Bignami tra i due Sindaci Effettivi eletti dalla minoranza, con la maggioranza riportata nel testo integrale della Relazione.

La proposta dell'Azionista Telco di stabilire in 80mila euro il compenso annuo lordo di ciascuno dei Sindaci Effettivi, in 120mila euro il compenso annuo lordo del Presidente del Collegio Sindacale e in 15mila euro il compenso aggiuntivo annuo lordo per il Sindaco che fosse chiamato a far parte dell'organismo di vigilanza, è stata approvata con la maggioranza riportata nel testo integrale della Relazione.

Il Collegio Sindacale, nella riunione del 16 marzo 2010, ha effettuato la verifica sui requisiti di indipendenza, ai sensi dell'art. 148, comma 3, D.Lgs. n. 58/1998, constatando la sussistenza dei requisiti attestati in sede di nomina, ivi inclusi i requisiti di indipendenza in base ai criteri previsti dal Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana, con riferimento all'indipendenza degli amministratori.

Nel corso del 2009 si sono tenute 28 riunioni del Collegio Sindacale (di cui 6 in forma congiunta con il Comitato per il controllo interno e per la corporate governance). La durata media delle riunioni è stata di tre ore. La percentuale di presenze è stata del 95%.

Per l'esercizio 2010 si sono già tenute 14 riunioni.

La Tabella 6 (allegata al testo integrale della Relazione) fornisce le informazioni in merito alla composizione del Collegio Sindacale alla data del 12 aprile 2010, mentre la tabella 7 (anch'essa allegata alla Relazione) fornisce le informazioni dei componenti del Collegio Sindacale cessati nel 2009. Per informazioni dettagliate in merito alle attività svolte dal Collegio Sindacale si rimanda alla Relazione del Collegio Sindacale all'Assemblea degli Azionisti redatta ai sensi dell'art. 153 D.Lgs. 58/1998.

Rapporti con gli azionisti

All'interno della struttura aziendale è identificato un responsabile incaricato della gestione dei rapporti con la comunità finanziaria nazionale ed internazio-

nale e con tutti gli azionisti (Investor Relations Manager), nella persona di Elisabetta Ripa.

Nell'apposita sezione nell'ambito del sito internet della Società sono messe a disposizione informazioni rilevanti per gli azionisti e, in genere, per gli investitori (anche in titoli obbligazionari) attuali e potenziali.

Assemblee

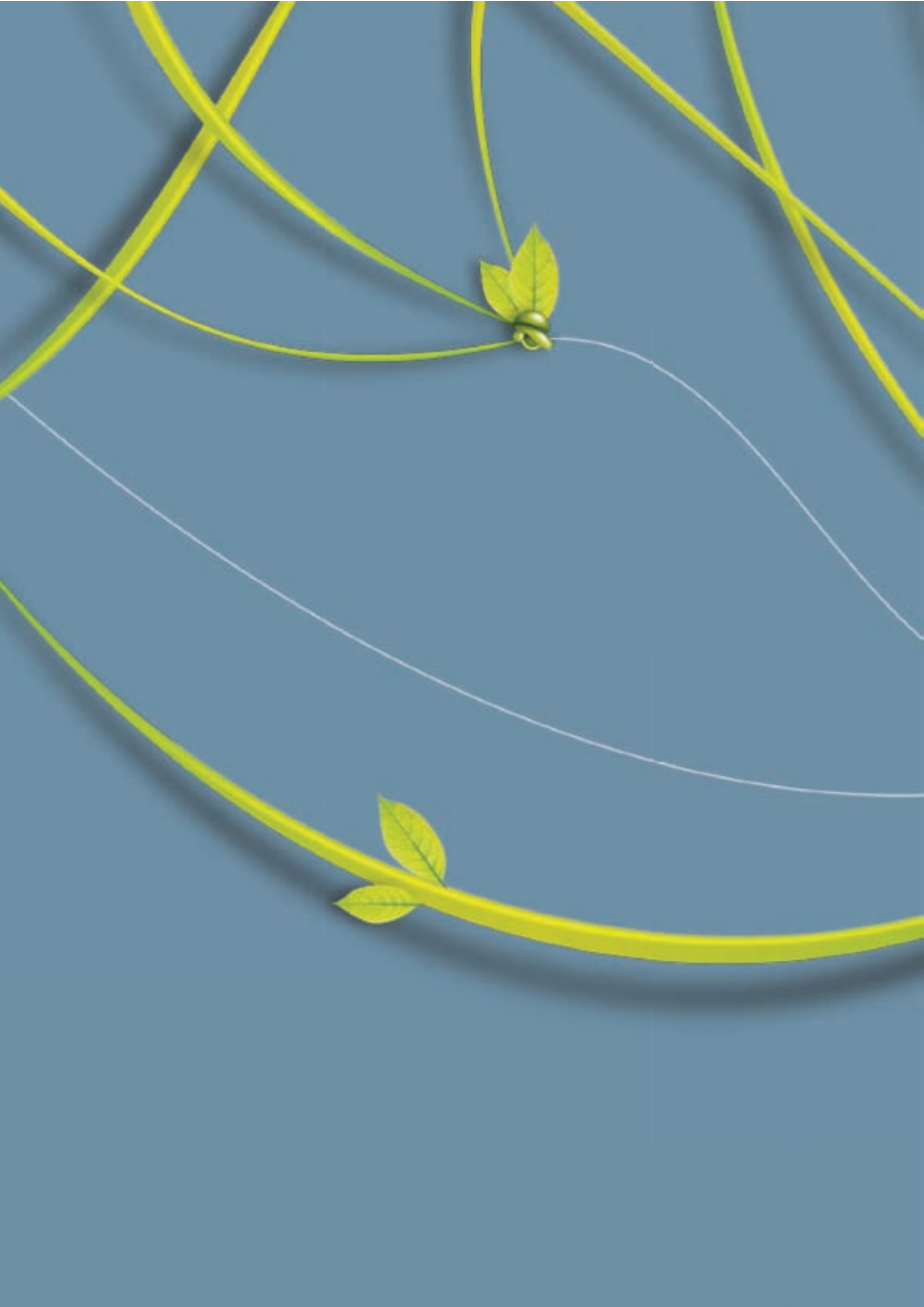
Ai sensi di Statuto (art. 19), gli azionisti sono legittimati all'intervento in Assemblea quando sia pervenuta alla Società la comunicazione prevista dall'art. 2370, secondo comma, del codice civile, nel termine di due giorni precedenti la data della singola riunione.

Telecom Italia non impone il blocco delle azioni quale requisito per la partecipazione all'assemblea: ai soci è richiesto il deposito delle azioni, vale a dire di impartire istruzioni all'intermediario che tiene i relativi conti, affinché effettui la comunicazione. Da ciò non deriva alcun impedimento al successivo ritiro delle azioni, fermo restando che, in caso di ritiro, il deposito già effettuato perde efficacia al fine della legittimazione all'intervento. Eventuali richieste di preavviso per il compimento degli adempimenti di competenza, ovvero effetti di concreta indisponibilità dei titoli azionari fatti oggetto di deposito, imposti dalle prassi operative degli intermediari, non possono essere imputati alla Società.

Gli azionisti ordinari possono esercitare il diritto di voto per corrispondenza, oltre che farsi rappresentare, rilasciando apposita delega a persona fisica o giuridica.

Al fine di facilitare la raccolta di deleghe presso gli azionisti ordinari dipendenti della Società e delle sue controllate associati ad associazioni di azionisti che rispondano ai requisiti previsti dalla normativa vigente, sono messi a disposizione appositi spazi per la comunicazione e per lo svolgimento dell'attività di raccolta di deleghe.

Per permettere il regolare svolgimento dei lavori assembleari, la Società si è infine dotata fin dal 2000 di un apposito Regolamento Assembleare.





Relazione
della società
di revisione

Relazione indipendente sulla revisione limitata del Bilancio di Sostenibilità 2009 del Gruppo Telecom Italia

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

Obiettivo dell'incarico

Siamo stati incaricati dal Consiglio di Amministrazione della Telecom Italia S.p.A. di svolgere una revisione limitata del Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Telecom Italia al 31 dicembre 2009 ("Bilancio di Sostenibilità 2009"), al fine di fornire un giudizio con livello di attendibilità limitato sulla conformità dello stesso ai principi di "inclusività", "materialità" e "rispondenza" statuiti dallo standard *AA1000 AccountAbility Principles Standard 2008* ("AA1000APS (2008)"), emanato da AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability) e sull'affidabilità di specifiche informazioni sulla performance di sostenibilità, elencate nell'Allegato 1 ("Specifiche Informazioni sulla Performance di Sostenibilità"), che costituisce parte integrante della presente relazione.

Responsabilità

La responsabilità della redazione e della presentazione del Bilancio di Sostenibilità 2009 in conformità ai principi statuiti dallo standard AA1000APS (2008), descritti nel paragrafo "Reporting e Pianificazione" del Bilancio di Sostenibilità 2009, dell'affidabilità delle informazioni sulla performance di sostenibilità, rispondenti alle linee guida "Sustainability Reporting Guidelines" definite nel 2006 dal GRI - Global Reporting Initiative, anch'esse descritte nel paragrafo "Reporting e Pianificazione" del Bilancio di Sostenibilità 2009, compete agli Amministratori della Telecom Italia S.p.A., così come la definizione degli obiettivi del Gruppo Telecom Italia in relazione alla performance ed alla rendicontazione dello sviluppo sostenibile. Compete altresì agli Amministratori della Telecom Italia S.p.A. l'identificazione degli stakeholder, degli aspetti significativi di loro interesse e delle risposte dell'organizzazione agli stessi, così come l'implementazione e il mantenimento di adeguati sistemi di gestione e di controllo interno dai quali le informazioni sulla performance presentate in bilancio derivano.

E' nostra la responsabilità della redazione della presente relazione in base alla revisione limitata svolta.

Lavoro svolto

Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel principio "*International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*", emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB).

Tale principio richiede il rispetto dei principi etici applicabili nonché la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro al fine di acquisire una limitata sicurezza che il bilancio di sostenibilità non contenga errori significativi. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i principi di indipendenza statuiti dall'*IFAC Code of Ethics for Professional Accountants*.

Il nostro lavoro è stato anche svolto secondo i criteri indicati nello standard *AA1000 AccountAbility Assurance Standard (2008)* ("AA1000AS (2008)", "Tipologia 2", che riguarda non solo la natura e il grado di adesione dell'organizzazione ai principi statuiti dallo standard *AA1000APS (2008)*, ma anche la valutazione dell'attendibilità di specifiche informazioni sulle performance di sostenibilità. Le linee guida emanate da *AccountAbility* indicano che il termine "livello di attendibilità moderato" utilizzato nello standard *AA1000AS (2008)* è coerente con il "livello di attendibilità limitato" previsto dall'*ISAE 3000*.

Un incarico finalizzato a fornire un livello di attendibilità limitato al bilancio di sostenibilità consiste nell'effettuare colloqui, prevalentemente con il personale della società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel bilancio di sostenibilità, analisi di bilancio ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze probative ritenute utili nelle circostanze. Un incarico finalizzato a fornire un livello di attendibilità limitato comporta un'estensione di lavoro inferiore a quello di una revisione completa. Le procedure effettuate comprendono le seguenti:

- Interviste e discussioni con alcuni delegati delle Direzioni di Telecom Italia S.p.A. e delle società controllate TIM Brasil S.A., Telecom Italia Sparkle S.p.A. e Telecom Italia Media S.p.A. (le "Società Controllate") al fine di comprendere i processi utilizzati per aderire e valutare la conformità ai principi di "inclusività", "materialità" e "rispondenza" statuiti dallo standard *AA1000APS (2008)* e l'efficacia dei processi stessi.
- Analisi e comprensione del processo di coinvolgimento degli stakeholder, con riferimento alle modalità utilizzate e alla completezza dei soggetti interessati, mediante l'analisi dei verbali riassuntivi o dell'eventuale altra documentazione relativa agli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stessi.
- Analisi e comprensione dei processi e degli strumenti utilizzati per l'identificazione degli aspetti significativi per ciascuna categoria di stakeholder.
- Lettura dei verbali delle riunioni tenute tra la Direzione e la funzione Sostenibilità di Gruppo, responsabile della preparazione del bilancio di sostenibilità, al fine di comprendere le modalità con cui vengono applicate le strategie e le procedure relative alle tematiche individuate come significative.
- Analisi a campione delle iniziative messe in atto dal Gruppo per rispondere alle aspettative degli stakeholder.
- Esame di alcune Specifiche Informazioni sulla Performance di Sostenibilità (riportate analiticamente nell'Allegato 1) selezionate in base ad un'analisi della significatività delle stesse per gli utilizzatori della presente relazione, fondata su considerazioni qualitative e quantitative, e analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle

Specifiche Informazioni sulla Performance di Sostenibilità. In particolare abbiamo svolto le seguenti procedure:

- Interviste con il personale della funzione Sostenibilità di Gruppo e delle Società Controllate, al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting in essere per la predisposizione delle Specifiche Informazioni sulla Performance di Sostenibilità, nonché circa i processi e le procedure di controllo interno che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione delle Specifiche Informazioni sulla Performance di Sostenibilità alla funzione responsabile della predisposizione del bilancio di sostenibilità;
- analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione delle Specifiche Informazioni sulla Performance di Sostenibilità.

Il lavoro è stato svolto da un gruppo multidisciplinare composto da esperti in revisione e sostenibilità.

Limitazioni

Non abbiamo condotto o partecipato ad alcuna intervista o meeting con gli "external stakeholder". Abbiamo esaminato gli "output" degli incontri/comunicazioni con gli "external stakeholder" che ci sono stati forniti dalla Società.

Non esprimiamo alcun livello di attendibilità in relazione ai contenuti del sito web della Società in merito ai temi di sostenibilità.

Conclusioni

Sulla base di quanto svolto, come descritto nel paragrafo "Lavoro svolto", non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che:

- nella predisposizione del Bilancio di Sostenibilità 2009 del Gruppo Telecom Italia, non siano stati correttamente considerati ed applicati, in tutti gli aspetti significativi, i principi dello standard AA1000APS (2008);
- le Specifiche Informazioni sulla Performance di Sostenibilità per l'anno 2009 non siano attendibili.

Raccomandazioni

Presenteremo alla Direzione della Telecom Italia S.p.A. una lettera separata con i nostri suggerimenti su alcune aree di miglioramento riguardanti ciascuno dei principi dell'AA1000APS (2008). Di seguito riportiamo i suggerimenti di maggior interesse, senza che ciò comporti modifiche alle conclusioni presentate in precedenza.

L'esercizio 2009 è stato il primo anno di adozione dei principi statuiti dall'AA1000APS (2008) da parte del Gruppo Telecom Italia. Si raccomanda la diffusione capillare, in tutte le società appartenenti al Gruppo, dell'adozione degli strumenti di valutazione e gestione dei rapporti con gli stakeholder utilizzati dalla Telecom Italia S.p.A..

Questo permette di creare un sistema omogeneo e strutturato di risposta alle esigenze degli stakeholder, oltre che diffondere maggiormente la consapevolezza dell'importanza della gestione delle relazioni con gli stakeholder.

Si suggerisce inoltre il continuo processo di omogeneizzazione delle attività di raccolta dati, valutazione, confronto con gli stakeholder e reporting.

Inclusività

Nel corso dell'esercizio 2009, Telecom Italia S.p.A. ha iniziato lo sviluppo di un processo di gestione di una mappa integrata degli stakeholder suddivisi per funzione aziendale con indicazione delle aspettative e degli strumenti di comunicazione utilizzati con gli stessi. Tale quadro riassuntivo permette di coinvolgere direttamente le funzioni aziendali responsabili della relazione con gli stakeholder rilevanti e contribuisce ad aumentare il livello di consapevolezza sull'importanza di gestire tali relazioni in modo strutturato. Si raccomanda l'aggiornamento sistematico ed il continuo utilizzo di tale mappatura quale strumento di lavoro per tutte le aree funzionali d'azienda.

Materialità

Nel corso dell'esercizio 2009, Telecom Italia S.p.A. ha avviato il processo di formalizzazione delle modalità di determinazione delle tematiche significative (materialità). Si raccomanda di rafforzare in modo organico e omogeneo, tra le società appartenenti al gruppo, il processo di formalizzazione della definizione della materialità, in particolare con l'utilizzo dello strumento "Matrice di materialità" e del sottostante processo di valutazione effettuato per ciascuna tematica significativa.

Rispondenza

Nell'ambito della comunicazione delle attività messe in atto dal Gruppo Telecom Italia in risposta alle esigenze degli stakeholder, si rende opportuno strutturare uno strumento gestionale di raccordo tra le diverse fasi del processo di conformità all'AA1000APS (2008) quali: mappatura degli stakeholder, raccolta delle aspettative, definizione dei temi significativi, azioni poste in essere per ciascuno stakeholder e per ciascuna tematica significativa e risultati conseguiti. L'utilizzo di un simile strumento, all'interno delle diverse aree funzionali e delle diverse società del Gruppo, permetterebbe la diffusione di una maggiore consapevolezza dell'importanza dei rapporti con gli stakeholder, dei risultati raggiunti e delle conseguenti decisioni.

Milano, 20 aprile 2010

Reconta Ernst & Young S.p.A.



Nadia Locati
(Socio)

Specifiche Informazioni sulla Performance di Sostenibilità

DESCRIZIONE	n. pagina di Bilancio
Clienti	
Qualità del servizio	
Elenco delle certificazioni di qualità ottenute e in corso di ottenimento	Pag.34
Digital Divide	
Percentuale copertura ADSL	Pag. 17(obiettivo) -35
Clienti - contributi qualitativi	
Aggiornamenti su rapporti con le Associazioni e sulle procedure di conciliazione	Pag.42
Descrizione progetti/iniziative per la soddisfazione della clientela	Pag. 31-32
Attività per la riduzione del Digital Divide	Pag. 35
Descrizione le rilevazioni ed le indagini sulla soddisfazione della clientela	Pag. 31-32
Fornitori	
Supply chain management	
Numero totale di controlli e ispezioni su fornitori e sub-fornitori	Pag. 47
Progetti di impatto sulla sostenibilità	Pag. 46
Concorrenti	
Concorrenti-contributi qualitativi	
Attività di collaborazione con i concorrenti a livello nazionale	Pag.49-50
Attività di collaborazione con i concorrenti a livello internazionale ed impegni con AGCOM	Pag.52-53
Istituzioni	
Istituzioni - contributi qualitativi	
Attività normativa Nazionale ed Europea	Pag. 57
Ambiente	
Consumo di risorse naturali ed energia	
Totale energia elettrica acquistata o prodotta	Pag. 62
Emissioni di CO2 da consumo di metano per cogenerazione	Pag. 65
Comunità	
Liberalità	
Supporto occasionale ad un ampio range di buone cause	Pag. 80
Iniziative per la Comunità	
Attività a supporto diretto del successo dell'azienda	Pag. 80
Dipendenti	
Consistenza del personale	
Numero complessivo di risorse che lasciano il Gruppo (Europa)	Pag. 94
Pari opportunità	
Percentuali di lavoratrici donne rispetto al totale organico	Pag. 97
Formazione	
Numero di ore di formazione pro capite a livello di Gruppo Italia	Pag. 104
Dipendenti-contributi qualitativi	
Interventi a favore dei dipendenti	Pag. 98
Relazioni Sindacali	Pag.110
Selezione del personale	Pag. 102
Azionisti	
Azionisti - contributi qualitativi	
Comunicazione Finanziaria - Principali eventi intercorsi nell'anno	Pag. 115
Risk Management - Principali strumenti	Pag. 116

CONTATTI

Group Sustainability
Telecom Italia S.p.A.
Corso d'Italia, 41
00198 Roma
Fax: +39 06 3688 2803
groupsustainability@telecomitalia.it
www.telecomitalia.it

INVIACI I TUOI SUGGERIMENTI

Ti invitiamo a rispondere al breve questionario su
www.telecomitalia.it/sostenibilita/report2009/feedback
per fornirci la tua opinione sul Bilancio di Sostenibilità 2009.
Ogni suggerimento è prezioso per permetterci di realizzare un
report sempre più completo e in linea con le tue aspettative.

PROGETTO GRAFICO

CB'a Design Solutions



Stampato su carta riciclata.



Finito di stampare nel mese di maggio 2010.

