



DIGITALIZZAZIONE, CONNETTIVITÀ E INNOVAZIONE SOCIALE



RILEVANZA STRATEGICA DI TELECOM ITALIA

L'Azienda si pone come “abilitatore” nella creazione di un ecosistema digitale che connetta imprese, PA e comunità locali, in modo da creare sinergie positive per lo sviluppo. Il contributo che il Gruppo offre alla crescita delle realtà in cui opera, non si ferma ai progetti infrastrutturali e spazia dalle soluzioni digitali per i servizi della PA ai servizi cloud per le imprese, dalle piattaforme digitali per la sanità, alle applicazioni rivolte a persone diversamente abili e alle tecnologie per il contenimento dei consumi energetici delle città e delle imprese. In tale ambito sono state sviluppate varie iniziative di innovazione sociale, tra cui la piattaforma di crowdfunding che accoglie richieste di donazioni e altri aiuti finanziari senza fini di lucro per chi intenda realizzare progetti finalizzati alla tutela dell'ambiente e del sociale. Inoltre Telecom Italia è socio fondatore dell'associazione italiana dei Digital Champions che sono gli ambasciatori dell'innovazione nominati da ciascuno Stato membro della UE allo scopo di promuovere i benefici di una società digitale inclusiva e far diventare “digitali” i propri cittadini, lavorando anche con comunità, imprese, Governi e mondo accademico.

Nel corso del 2015, la funzione CSV ha stimato, tramite l'applicazione di nuove metriche di analisi, l'impatto delle attività del Gruppo con un approfondimento per le attività domestiche. Il dettaglio della misurazione, nato da una mappatura delle attività aziendali, è descritto nel capitolo ed evidenziato nei box dedicati per facilitarne la lettura.

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

TemI materiali in questo capitolo:

- copertura della rete
- ascolto e trasparenza verso i clienti
- gestione dell'innovazione
- attività di gestione e protezione dei dati sensibili
- protezione dei minori

Policy aziendali rilevanti: Carte dei servizi e Condizioni generali di abbonamento, Codici di autodisciplina per i servizi mobili e di condotta per i servizi a sovrapprezzo, Linee Guida per il marketing responsabile, Informativa di Telecom Italia ai sensi dell'art. 13 del Codice privacy, Requisiti di compliance per il trattamento di dati anonimizzati o pseudonimizzati, Rispettare i Diritti Umani nel Gruppo Telecom Italia, disponibili sul sito telecomitalia.com.

Efficacia e monitoraggio: l'Azienda utilizza alcuni KPI numerici per controllare l'efficacia dei processi di gestione, oltre al monitoraggio previsto dai sistemi di gestione della qualità e dalle strutture preposte al controllo interno. Il presente capitolo espone quelli relativi alla copertura del territorio con le infrastrutture di banda larga, alla Customer Satisfaction, il numero di domande di conciliazione pervenute e risolte, il numero di segnalazioni pervenute. In appendice al Bilancio sono esposti i KPI riguardanti i target numerici, in particolare, i target di attivazione del servizio, dei reclami, di assistenza e manutenzione, disponibilità e copertura territoriale con reti a banda larga.

Le reti a banda ultralarga: un patrimonio per il Paese

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



[G4-EC7a], [G4-EC7b], [G4-EC8a], [G4-EC8b], [G4-DMA Indirect Economic Impacts] Il Gruppo contribuisce a produrre circa lo 0,7% del valore aggiunto del PIL italiano¹. Le attività del Gruppo generano lavoro diretto per circa 50mila persone in Italia; se si considerano i dipendenti indiretti, ossia quelli che operano su progetti connessi alle attività di Telecom Italia, si stima che circa 100mila unità, corrispondenti a circa l'1% dei dipendenti dell'intero settore privato, rappresentano il lavoro diretto ed indiretto attribuibile al Gruppo in Italia.

Applicando le metriche del modello di CSV, la stima del valore² generato in Italia dal Gruppo è pari a 8,4 miliardi di euro, così dettagliati:

- 2,8 miliardi è il contributo diretto alla famiglie (retribuzione ai dipendenti);
- 1,4 miliardi è il contributo indiretto alla famiglie (fornitori);
- 4,2 miliardi è il contributo indiretto alle imprese e PA.

[G4-EC7a] Consapevole di questo ruolo strategico, Telecom Italia opera costantemente per gestire e innovare il patrimonio infrastrutturale e tecnologico che mette al servizio del Paese: nel 2015 l'Azienda ha investito circa 3 miliardi di euro in infrastrutture innovative in Italia; anche nel triennio 2016-2018 sono previsti investimenti innovativi pari a circa 7 miliardi di euro. Nel 2015 il Gruppo si è collocato al primo posto nel ranking europeo degli investimenti in Ricerca e Sviluppo, terzo a livello mondiale, all'interno del settore TLC³.

Il piano triennale 2016-2018 conferma l'impegno in investimenti per infrastrutture e tecnologie avanzate e lo indirizza in particolare sulle reti di nuova generazione.

NGAN

Nel corso del 2015 è proseguito, con ancor maggior intensità, l'impegno di Telecom Italia negli investimenti per la Rete di accesso di nuova generazione (NGAN, Next Generation Access Network). Ciò è stato possibile anche grazie all'innovazione tecnologica che ha cambiato lo scenario di riferimento in modo sostanziale. Oggi sono considerate a pieno titolo reti di nuova generazione anche le soluzioni che portano la fibra fino all'armadio ripartilinea per poi proseguire in rame fino all'abitazione, il cosiddetto FTTCab (Fiber to the Cabinet). Le soluzioni FTTCab, potenziando le infrastrutture di rete già esistenti nel tratto terminale dell'accesso, comportano un impegno economico minore rispetto alle soluzioni FTTH (Fiber to the Home) poiché evitano all'operatore di rete di posare la fibra ottica fino all'abitazione del cliente. Ciò permette dunque di realizzare più rapidamente e con un minor costo le reti di accesso di nuova generazione.

Le reti mobili allo stesso tempo hanno quasi completato la copertura del territorio con il nuovo standard 4G/LTE⁴, che rappresenta un'evoluzione significativa in risposta alla crescente domanda di dati ad alta velocità. Questa nuova tecnologia di rete mobile si caratterizza per la maggiore rapidità di trasmissione rispetto al passato e tempi di risposta ridotti, permettendo un'elevata interattività in mobilità.

Dunque, dopo aver realizzato le infrastrutture nazionali fisse e mobili, la sfida con cui il Gruppo si sta misurando negli ultimi anni è rappresentata dalla realizzazione delle reti a banda ultralarga, uno sforzo importante che impegna quotidianamente tecnici ed ingegneri di rete.

¹ Stime interne.

² Per ulteriori dettagli si rimanda alla scheda CSV, *Impatto occupazionale*.

³ EU Industrial R&D Investment Scoreboard. Rapporto Commissione Europea 2015

⁴ Dato a fine 2015 oltre l'88% della popolazione; per maggiori dettagli cfr. paragrafo *Digital Inclusion geografica*.



[G4-EC8b] Inoltre, l'impegno di Telecom Italia si è manifestato anche nella partecipazione, nel corso degli anni, sempre come unico operatore, ai bandi di gara pubblici Eurosud indetti dal Ministero per lo Sviluppo Economico (MISE)¹, essenziali per assicurare la banda ultralarga nelle aree a "fallimento di mercato" (cosiddette "aree bianche", in cui è concreto il rischio di una mancata remunerazione dell'investimento) e raggiungere, così, l'obiettivo della copertura a 30 Mbit/s del 100% della popolazione entro il 2020.

[G4-DMA Indirect Economic Impacts] L'ambizioso piano di investimenti che Telecom Italia sta seguendo coincide con una fase in cui il Governo Italiano è impegnato nell'attuazione del piano strategico nazionale per la banda ultralarga, volto a raggiungere gli sfidanti obiettivi dell'Agenda Digitale Europea, sul versante sia di una diffusa offerta di infrastrutture sia di un incremento della domanda di servizi digitali. Il piano di investimenti di Telecom Italia assume quindi un peso rilevante nell'ottica della trasformazione digitale della società, confermando il ruolo storico nel nostro Gruppo come motore di modernizzazione del Paese e favorendo il conseguimento degli obiettivi posti dall'Agenda Digitale Europea².

Gli effetti economici delle reti a banda larga e ultralarga sulla crescita e l'occupazione

[G4-DMA Indirect Economic Impacts], [G4-EC7b] La diffusione di reti a banda larga e ultralarga rappresenta un volano per la crescita economica dei Paesi.

Applicando le metriche del modello di CSV, si stima che il valore generato⁽³⁾ dagli investimenti effettuati dal Gruppo in Italia incida positivamente sia sulla crescita del PIL che sull'impatto occupazionale, come di seguito riportato:

- 1,9 miliardi di euro (0,12% del PIL 2014),
- il numero di posti di lavoro potenzialmente attivati è di oltre 22mila.

Per quanto riguarda la misura dell'impatto specifico delle reti a banda ultralarga sulle economie, uno dei primi studi realizzati sul tema è quello realizzato da Analysys Mason e Tech4i2 nel 2013 per la Commissione Europea⁴ secondo cui un investimento in reti a banda ultralarga può generare benefici di circa tre volte superiori al capitale investito. Secondo lo studio, l'investimento in reti di nuova generazione produce un beneficio importante anche in termini occupazionali dal momento che ogni miliardo di euro investito è in grado di generare circa 20mila posti di lavoro.

Un risultato simile si trova anche nello studio realizzato da The Boston Consulting Group (BCG) per ETNO (European Telecommunications Network Operators' Association) nel 2013⁵. BCG stima in circa 110-170 miliardi di euro il gap di investimenti necessari per raggiungere gli obiettivi infrastrutturali previsti dal progetto Agenda Digitale Europea. In caso si riescano a realizzare gli incrementi di investimento necessari, afferma ancora BCG, si potrebbe ottenere una crescita di 750 miliardi di euro in termini di PIL e di 5,5 milioni di posti di lavoro, ossia 4,4 miliardi di euro di PIL e circa 30 mila posti di lavoro per ogni miliardo di euro investito.

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

¹ Nel corso del 2015 non sono stati emessi bandi. Nel 2014 Telecom Italia ha partecipato e si è aggiudicata i due bandi indetti per le regioni Calabria e Veneto, che si sono aggiunti alle due gare - relative alle regioni Lazio e Campania - che Telecom Italia si era aggiudicata nel corso del 2013.

² Il capitolo *Gruppo Telecom Italia* contiene un resoconto delle iniziative che coinvolgono Istituzioni nazionali e locali per valutare i requisiti per i lavori delle infrastrutture.

³ Per ulteriori dettagli si rimanda alla scheda CSV, *Digitalizzazione del Paese*.

⁴ Study on the socio-economic impact of bandwidth (SMART 2010/0033), Analysys Mason e Tech4i2 - marzo 2013. L'intero studio è scaricabile al link <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/study-socio-economic-impact-bandwidth-smart-20100033>. Una sintesi dei principali risultati del lavoro è disponibile nel sito di Analysys Mason al link: <http://www.analysysmason.com/About-Us/News/Press-releases1/broadband-benefit-for-EU-Mar2013/>.

⁵ Reforming Europe's Telecoms Regulation to Enable the Digital Single Market, The Boston Consulting Group - 2013.



Due strumenti per aumentare la trasparenza nello sviluppo delle infrastrutture di rete e incentivare lo sviluppo di progetti digitali: Telecom Italia Netbook e Italia Connessa

[G4-DMA Indirect Economic Impacts] Allo scopo di rendere ancora più trasparente lo sviluppo effettivo delle infrastrutture di rete a banda larga e ultralarga, Telecom Italia pubblica dal 2012 il Telecom Italia Netbook - telecomitalia.com/tit/it/innovazione/rete/netbook-2015.html - che monitora in modo capillare e meticoloso lo “stato di avanzamento lavori”. Telecom Italia Netbook è una pubblicazione che mostra al Paese e ai principali stakeholder con estrema trasparenza, chiarezza e precisione lo stato della rete, illustrando attraverso dati e mappe la dimensione e l’articolazione delle infrastrutture di Telecom Italia, l’evoluzione che si registra a livello di centrali (che non solo vengono sempre più raggiunte dalla fibra ottica, ma accolgono anche apparati di nuova generazione per la gestione del traffico a banda larga), il livello di copertura della rete a banda larga ed ultralarga in ogni singola provincia italiana.

Inoltre, per stimolare e promuovere la cultura dell’innovazione e accelerare i processi di digitalizzazione anche tra comuni di medie dimensioni, è stata realizzata nel 2015 la quarta edizione di Italia Connessa: Agende Digitali Regionali, una pubblicazione che contiene un check-up digitale delle regioni, cui si collega un’iniziativa rivolta alle Amministrazioni locali che propongono il piano di sviluppo digitale più concreto e convincente. Grazie a tale iniziativa, Telecom Italia si impegna a premiare l’istituzione locale che favorisce lo sviluppo di servizi digitali rivolti ai cittadini e imprese realizzando le infrastrutture a banda ultralarga in anticipo rispetto ai propri piani.

L’impegno di Telecom Italia per ridurre al minimo i disagi nella realizzazione delle reti

[G4-EC7b] La realizzazione delle infrastrutture di rete fissa e mobile può essere accompagnata da disagi per le comunità locali (i lavori per la posa della fibra possono creare traffico e rumori). Telecom Italia attenua tali aspetti negativi ricorrendo a tecniche innovative di scavo e posa, come ad esempio lo scavo di minitrincee al posto delle normali canalizzazioni e l’utilizzo di materiali innovativi. In questo modo si ottiene una complessiva riduzione dei tempi dei lavori e dei disagi stradali, oltre a una notevole diminuzione degli impatti ambientali (meno emissioni in aria e rifiuti da smaltire) e sociali (riduzione degli infortuni sul lavoro).

Le infrastrutture di rete come piattaforma abilitante per lo sviluppo dell’economia digitale e l’aumento della competitività del Paese

[G4-EC8a] L’ultimo rapporto OCSE su Scienza, Tecnologia e Industria¹ riassume molto chiaramente gli aspetti che determinano il diverso livello di competitività di un Paese e delinea le “ricette” che le economie dovrebbero mettere in atto per uscire dalla crisi:

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

Le infrastrutture a banda larga e ultralarga in quanto General Purpose Technologies (GPTs) ossia tecnologie abilitanti per l’attivazione di nuovi servizi e soluzioni e la diffusione di cultura digitale, rappresentano uno dei principali driver per rendere possibili gli sviluppi auspicati dall’OCSE. Infatti, fin dal 2009 uno studio di Waverman² indicava nella banda larga un veicolo per rendere più efficiente – e quindi maggiormente competitivo – un sistema economico attraverso l’aumento della produttività derivata dal maggiore uso delle tecnologie ICT. Tale impatto è ovviamente amplificato quanto più il sistema economico è maggiormente aperto all’utilizzo delle nuove tecnologie.

¹ Science, Technology and Industry Outlook, OECD.

² Economic Impact of Broadband: An Empirical Study, L. Waverman – 2009. Waverman stimava un aumento della produttività di 0,13% ogni punto percentuale di aumento della copertura della rete a banda larga.



Digital Inclusion

[G4-EC7], [G4-EC8] Per fronteggiare il divario tecnologico generatosi nelle cosiddette zone marginali del territorio italiano, che altrimenti resterebbero escluse dai programmi ordinari degli operatori di telecomunicazione a causa della scarsa redditività degli investimenti, tra il 2005 e il 2015 Telecom Italia ha realizzato un programma d'investimenti straordinari che ha permesso di fornire la copertura ADSL (copertura lorda¹ > 70%) a circa 7.700 comuni in totale (4.350 comuni in più rispetto a dicembre 2005).

A dicembre 2015 Telecom Italia ha attivato circa 9.600 centrali, di cui 8.200 con fibra. Oltre al piano di estensione delle coperture, Telecom Italia ha affiancato un piano integrativo di ampliamento della rete attiva², laddove necessario, per garantire la piena fruibilità del servizio da parte dei clienti e lo sviluppo della digital inclusion.

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

Descrizione	2015	2014	2013
Copertura ADSL (*)	99,10	98,75	98,40
Copertura UMTS e HSDPA (**)	96,00	96,00	87,50
Copertura LTE (**)	>88,00	77,00	49,00
Copertura Next Generation Plan (telefonia fissa) (***)	>42,00	28,10	16,80

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

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

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

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

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

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

¹ I dati di Copertura Ufficiale di Telecom Italia, si riferiscono alla copertura tecnica della popolazione telefonica (in termini di linee a 64 kbit/s equivalenti) al lordo delle aree non tecnicamente servibili a causa delle caratteristiche della rete di accesso in rame (presenza di apparati numerici quali ad esempio MPX, UCR o MD48, eccessiva distanza dalla centrale, ecc).

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

³ La Società è stata costituita su iniziativa del Dipartimento di Comunicazione del Ministero dello Sviluppo Economico e Invitalia, l'Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa ed è il soggetto attuante del Programma banda larga.



Utilizzando i suddetti modelli d'intervento, in taluni casi anche contemporaneamente, nel corso degli ultimi anni Telecom Italia ha siglato diversi accordi di collaborazione con le varie realtà territoriali (ad es: Memorandum of Understanding con la regione Emilia-Romagna e Lepida¹), alcuni ancora in fase di realizzazione (nel 2015). Si segnala, tra l'altro, l'aggiudicazione nel 2012 del bando pubblicato dalla regione Marche per il completamento della digital inclusion (attraverso servizi a banda larga avanzati con velocità fino a 20 Mbit/s) nelle aree regionali a fallimento di mercato. Il progetto si è concluso nell'ultimo trimestre 2015.

Dal secondo semestre 2013 e fino a settembre 2015 il Ministero dello Sviluppo Economico (MISE) ha emesso dodici bandi su base regionale nell'ambito del piano Nazionale Banda Larga, tramite Infratel Italia S.p.A. individuata come soggetto attuatore e assegnatario dei fondi previsti.

I fondi allocati per i progetti di diffusione del servizio a banda larga nelle aree in digital inclusion sono pari a 353 milioni di euro, di cui 225 milioni da destinare al modello "claw-back"; il contributo per ciascuna regione può corrispondere ad un massimo del 70% dei costi del progetto per l'ampliamento della digital inclusion. I bandi emessi sono relativi alle seguenti dodici regioni: Abruzzo, Calabria, Campania, Emilia-Romagna, Lazio, Liguria, Marche, Molise, Sicilia, Toscana, Umbria e Veneto.

Nel corso del 2015 non sono stati emessi i bandi delle regioni: Basilicata, Lombardia, Piemonte, Puglia e Sardegna.

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

Telecom Italia ha partecipato a tutti i bandi finora emessi, ad eccezione di quello per la regione Liguria; si è aggiudicata i bandi relativi alle regioni Calabria, Campania, Lazio, Veneto, Toscana e Sicilia (per contributi complessivi assegnati pari a circa 63 milioni di euro) mentre i bandi relativi a Abruzzo, Emilia-Romagna, Marche, Umbria e Liguria sono stati aggiudicati a NGI S.p.A.

Per la regione Molise un primo bando è stato annullato ed un secondo è andato deserto.

La creazione di questo ecosistema digitale si basa sull'eccellenza dei prodotti e servizi offerti alla clientela e su un processo di acquisto finalizzato all'approvvigionamento di prodotti e servizi alle migliori condizioni di mercato, assicurando al contempo i requisiti di qualità, sicurezza e rispetto sociale e ambientale.

Per quanto riguarda le iniziative attuate da Telecom Italia per l'inclusione sociale di clienti con bisogni specifici (non udenti, anziani, minori, ecc.) si rinvia al sito web.

La presenza del Gruppo in Brasile

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

Telecom Italia ha investito in Brasile, solo negli ultimi 5 anni, oltre 7,5 miliardi di euro, con un focus prevalentemente indirizzato alla realizzazione delle infrastrutture di nuova generazione e contribuendo fattivamente alla modernizzazione del Paese.

¹ Lepida S.p.A. è lo strumento operativo promosso dalla Regione Emilia Romagna per la pianificazione, lo sviluppo e la gestione omogenea e unitaria delle infrastrutture di telecomunicazione degli enti collegati alla rete. La società favorisce interventi anche a favore della digital inclusion in zone rurali o montane.



A seguito dell'acquisizione effettuata nel 2014 del diritto d'uso della banda 700MHz (con un esborso pari a 936 milioni di euro), nel corso del 2015 TIM Brasil ha continuato ad investire in infrastrutture della rete 3G e ha raggiunto la leadership nel 4G, sia per numero di città coperte (411 a fine 2015) che in termini di copertura relativa alla popolazione urbana (59% a fine 2015). Anche la copertura dei siti 4G è aumentata: in particolare, il numero di siti coperti con LTE è più che raddoppiato nel 2015, raggiungendo un totale di 7.700. L'investimento in infrastrutture ha permesso l'espansione della rete di fibra ottica (metropolitana e di lunga distanza) a 68.000 km.

Infine, TIM Brasil ha concluso la cessione della terza tranche di torri di telecomunicazione ad American Tower do Brasil, allo scopo di ottimizzare le risorse finanziarie della società e sostenere il piano di investimenti annunciato in Brasile.

Solo nel biennio 2014-2015 gli investimenti in infrastrutture innovative sono stati oltre 2 miliardi di euro ed il piano 2016-2018 prevede circa 4 miliardi di euro in investimenti quasi interamente rivolti a una maggiore copertura 4G del Paese.

[G4-EC7b] In America Latina la telefonia mobile, sin dalla sua introduzione, ha svolto un ruolo chiave nel processo di integrazione delle fasce più disagiate, divenendo fattore di coesione e partecipazione alla vita sociale e democratica. TIM Brasil gestisce oltre 66 milioni di linee mobili e, in questo contesto, ha sempre giocato un ruolo importante. Quanto fatto in passato estendendo la copertura della rete mobile a tutto il Paese, prosegue su alcuni importanti assi di sviluppo, quali il miglioramento della qualità della rete per le maggiori città, lo sviluppo del Mobile BroadBand e del Fiber-To-The-Site (FTTS) sviluppato in alcune città, progetti pilota di small-cell e Wi-Fi e lo sviluppo del progetto di trasmissione LT Amazonas fiber nella regione amazzonica.

[G4-EC8] TIM Brasil si distingue per progetti di inclusione sociale come la Transamazonica Digital, che porta fibra ottica in alcune municipalità degli Stati di Amazonas, Parà e Amapà. La disponibilità di infrastrutture, tuttavia, è solo uno degli ingredienti e deve procedere di pari passo alla complessiva crescita digitale della popolazione, un'alfabetizzazione che faccia sviluppare la domanda e stimoli gli investimenti. In questo contesto si colloca il "piano nazionale di banda larga" del Brasile (PNBL - Programa Nacional de Banda Larga), cui il Gruppo Telecom Italia ha partecipato fin dall'inizio, un programma federale che ha guidato il Paese verso l'obiettivo di incoraggiare e diffondere l'uso e la distribuzione di beni e servizi ICT, espandere la copertura delle reti alle aree più remote nonché di rendere più accessibili i servizi a tutte le fasce della popolazione, contribuendo a ridurre le diseguaglianze economiche e sociali.

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

Inoltre, il progetto Data Connections raggiunge tutte le scuole pubbliche ubicate in zone rurali, all'interno dell'area di copertura TIM (download dati a 256 kbps e upload a 128 kbps). A dicembre 2015 il progetto è stato realizzato al 75%.

CLIENTI DEL GRUPPO

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

Gli stakeholder rilevanti sono:

- i clienti consumer, con particolare attenzione ai clienti con bisogni specifici (diversamente abili, anziani, minori, ecc.);
- i clienti business e PA;
- le associazioni dei consumatori.



Qualità del servizio e customer satisfaction

[G4-DMA Product and Service Labelling] La progressiva digitalizzazione globale e la diffusione dei social media stanno radicalmente modificando il modo in cui il consumatore costruisce e gestisce le relazioni con i brand. Comprendere e misurare le aspettative dei clienti ed adottare una cultura dell’ottimizzazione continua, sono i driver che permettono di offrire la migliore esperienza ai clienti, affermarne la centralità, a beneficio della sostenibilità economica, della loyalty e del passaparola positivo.

In questo contesto, Telecom Italia ha sviluppato un ampio sistema di ascolto per rilevare la Customer Satisfaction, che si articola in indagini “a caldo” e “a freddo”. Le prime con l’obiettivo di rilevare la qualità percepita subito dopo un evento e/o contatto specifico con l’azienda (es. installazione di un servizio, acquisto di un prodotto e/o servizio, chiamata al servizio clienti, riparazione di un guasto). Queste indagini, di tipo continuativo o periodico, sono realizzate principalmente attraverso canali automatici. Le indagini “a freddo”, realizzate indipendentemente da un evento specifico, permettono di rilevare la soddisfazione dei clienti anche in chiave competitiva. In quest’ambito rientra il monitoraggio del Customer Satisfaction Index (CSI) - che adotta standard internazionali (ACSI, American Customer Satisfaction Index) - per rilevare la percezione di qualità sui principali indicatori di soddisfazione dei diversi segmenti di clientela e dei competitor.

Il Gruppo, nell’ambito dell’evoluzione continua delle indagini, ha iniziato a sperimentare nuove metodologie di ascolto in ottica Customer Experience Management (CEM), per cogliere meglio l’esperienza dei clienti e trarre indicazioni per il miglioramento dei processi.

L’introduzione delle nuove metodologie ha comportato un cambiamento nei questionari e canali utilizzati per le interviste, oltre a considerare nuovi indicatori. Tra questi il più rilevante è il Net Promoter Score (NPS), fondato su standard internazionali ed utilizzato in diversi settori industriali. L’NPS è basato sulla raccomandabilità dell’operatore in relazione all’esperienza vissuta. In una scala da 0 a 10, si definiscono “promotori” i clienti che esprimono i voti 9 o 10, “detrattori” quelli che forniscono un voto da 0 a 6, mentre i restanti clienti si considerano “passivi” e non concorrono all’NPS. L’NPS è calcolato come differenza tra percentuali di “promotori” e “detrattori”. Nel 2015, ad esempio, si è iniziato a monitorare l’NPS dei clienti che parlano con il servizio di assistenza telefonica con risultati ampiamente positivi (NPS superiore a 10).

[G4-PR5] Analogamente, anche il monitoraggio del CSI si è evoluto in ottica Customer Experience ed è stato esteso ai nuovi servizi (es. LTE e fibra). Per ricostruire il trend degli anni precedenti, sono state effettuate rilevazioni in parallelo per la normalizzazione dei valori.

Il monitoraggio del CSI ha conseguito l’attestazione di conformità alla norma UNI 11098:2003 ed è inserito nel sistema di incentivazione manageriale (Management By Objectives) e collettivo (Premio di risultato).

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

Segmento clientela			
	2015	2014	2013
Consumer	76,84	76,45	75,79
Small Enterprise	67,29	66,89	66,35
Large/Medium Enterprise + Vertical	73,22	72,01	71,67
Totali	74,29	73,66	73,15

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

Tra gli altri progetti che l’Azienda realizza per il miglioramento della Customer Experience e per rendere i dipendenti protagonisti di soluzioni innovative ed efficaci, si evidenziano:

- Customer Journey Lab: il progetto mira a far “vivere” l’esperienza del cliente consumer ai colleghi/sperimentatori attraverso la scelta, l’acquisto, l’attivazione e l’utilizzo dei servizi, al fine di individuare il percepito del cliente ed i principali punti di attenzione/forza. Nel corso del 2015 questa metodologia è stata applicata alle offerte convergenti(fisso/mobile – offerta SMART), all’offerta LTE ed ai servizi multimediali (es. TIMSKY, TIMVision, TIMMusic);



- “Chi-ama Telecom”: uno strumento con il quale i dipendenti Telecom Italia possono veicolare le segnalazioni di clienti amici o conoscenti relativamente alle esigenze di telefonia fissa consumer, di tipo sia commerciale sia tecnico. Il progetto rende il dipendente parte attiva come promotore di soluzioni nella gestione dei clienti;
- Progetto “Ascolto operatori del Customer Care”: avviato per raccogliere le istanze ed i problemi dei clienti attraverso l’ascolto degli operatori di Customer Care, valorizzando l’esperienza di chi è a contatto quotidiano con i clienti e ne conosce profondamente le esigenze e le aspettative, come ulteriore contributo per individuare le opportunità di miglioramento della Customer Experience nella fruizione dei servizi del Gruppo.

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

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

In relazione alle azioni sviluppate nel 2015 sono inoltre da evidenziare, a titolo di esempio, il lancio di *chat online* (disponibili su ambiente web e sull’applicazione mobile TIM per smartphone), il miglioramento dei vari servizi sui portali automatici e digitali, l’umanizzazione del caring sui canali digitali in generale, la realizzazione di un canale online (chat web) diretto ai clienti con domande su Anatel (Agenzia Nazionale delle Telecomunicazioni brasiliana).

TIM Brasil si relaziona con la propria clientela anche attraverso Twitter e Facebook. “@TIMBrasil” (<https://twitter.com/TIMBrasil>), che a dicembre 2015 conta oltre 720.000 followers, e Facebook (www.facebook.com/timbrasil) con più di 1.428.000 likers. Dal 2012 la società ha inoltre attivato un ulteriore canale “@TIM_AJUDA” (https://twitter.com/TIM_AJUDA), che consente di relazionarsi con la clientela attraverso Twitter. A dicembre 2015 questo canale conta quasi 246.000 followers. Nell’evoluzione dei servizi alla clientela, un altro passo importante è stato costituito dal lancio della nuova applicazione MEU TIM, dedicato ai clienti che necessitano di avere alcune informazioni sempre disponibili sul proprio smartphone, tra le quali i consumi, le ultime fatture, il saldo residuo e le promozioni in corso.

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

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

Dal 2012 Telecom Italia realizza, nel pieno rispetto della privacy, il monitoraggio delle “conversazioni” nel web riguardanti i

	2015	2014	2013
Indagine sulla Clientela Consumer (*)	7,29	7,54	7,92
Indagine sui Call Center della Telefonia Mobile Consumer(**)	7,25	7,30	7,47
Indagine sui Call Center della Telefonia Mobile Business(***)	7,24	7,16	7,15

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

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

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

temi di qualità del settore TLC relativi ai mercati fisso e mobile e ai segmenti consumer e business. L’osservazione si avvale di uno strumento di ricerca e analisi semantica degli argomenti maggiormente discussi in rete e di analisi del “tono” (web sentiment) delle conversazioni su Telecom Italia e i competitor. L’obiettivo è conoscere tempestivamente la percezioni dei clienti sulle offerte e servizi, ottenendo approfondimenti su temi a supporto del business.



L'UTILIZZO DEI SOCIAL NETWORK NEL CUSTOMER CARE.

Negli ultimi anni la Customer Relationship Management di Telecom Italia si è orientata sempre più verso il presidio delle nuove piazze digitali, individuando nel monitoraggio e nella gestione dei contatti di caring pervenuti sui Social Network (Twitter e Facebook), il futuro dell'assistenza, della cura e fidelizzazione della propria clientela.

Nel 2010 Telecom Italia ha avviato il progetto Caring on Social Media per cogliere le opportunità fornite dai nuovi canali di comunicazione del web. Tra l'altro, è partita la re-ingegnerizzazione del Social Caring, che ha portato alla rivisitazione dei processi, emanazione delle procedure, sviluppo di sistemi per la gestione, ampliamento degli orari di presidio e realizzazione degli investimenti nella formazione degli agent dedicati al social caring. Grazie alla costante formazione, gli agent conoscono il canale che si sta utilizzando e sono rapidi sia nel prendere in carico la segnalazione sia nella comprensione e soluzione delle problematiche lamentate dal cliente, rispondendo con un tone of voice cortese ma non molto formale. Il Caring on Social Media di Telecom Italia vuole costruire un rapporto nuovo con il cliente digitale di telefonia mobile e fissa e rafforzare la sua fiducia.

Nel 2015 Telecom Italia, attraverso il social caring, ha offerto anche una visione unica di azienda, generando un sentiment positivo verso il brand e l'ampliamento della customer base; tra l'altro, ad agosto ha avviato l'integrazione delle pagine Facebook Telecom e TIM nell'unica pagina TIM official che vanta 2 milioni fans, con estensione dell'orario di presidio dei canali social.

Telecom Italia/TIM, da sempre impegnata nello sviluppo delle tecnologie per migliorare i processi e i flussi dell'assistenza alla clientela, ha ottenuto alcuni riconoscimenti nel 2015, quali:

- il premio Italia CMMC Social CRM 2015 per la gestione con capacità e velocità di risposta di volumi particolarmente elevati;
- il primo posto nella classifica delle società di telecomunicazione italiane per il servizio di "assistenza clienti" su Facebook e il nono posto a livello mondiale tra tutti i brand (società di telecomunicazione e non nella classifica Socially Devoted, realizzata dalla società di ricerca Socialbaker nel secondo trimestre 2015. Essere socially devoted vuol dire rispondere con tempismo alle tante interazioni che si registrano sui canali social e che ormai rappresentano un volume significativo. In particolare, nel corso del quarto trimestre 2015, TIM ha gestito le interazioni su Facebook e Twitter con un tasso di risposta - rispettivamente - dell'87% e del 71% (fonte Blogmeter).

LA DIGITAL IDENTITY NEI SOCIAL MEDIA

La presenza di Telecom Italia/TIM nei social media considera i mutamenti sociali che si osservano nelle nuove modalità di comunicazione sia tra le persone sia tra queste e le aziende. In tale contesto l'Azienda adotta, in maniera sistematica e continuativa, specifiche strategie di comunicazione utili a costruire e a comunicare la propria identità sulla rete. A tal proposito è stato sviluppato un modello di comunicazione digitale che prende spunto dalle evidenze emerse nel processo di insight discovery, alla base di un piano di comunicazione data-driven. In questo modo sono selezionati i canali più efficaci sulla base del target di riferimento e della tematica trattata, i momenti della giornata più opportuni per comunicare e le linee guida visual da utilizzare. Inoltre la definizione del contenuto da comunicare non si esaurisce in fase di costruzione della content strategy; si tratta di un lavoro in continua evoluzione che prevede il monitoraggio delle conversazioni e la loro misurazione in real time, secondo i KPI definiti in fase strategica.

L'importanza di una strategia data-driven è confermata anche dalle attività di web monitoring realizzate in Azienda. In particolare i temi afferenti alle telecomunicazioni e le relative conversazioni instaurate tra gli utenti sono oggetto di specifiche attività di analisi volte a rilevare il tono delle conversazioni (web sentiment) e monitorare il vissuto esperienziale dei clienti in merito alle offerte ed ai servizi di Telecom Italia/TIM e dei competitor, così da fornire input e insight alle linee di business. Tutto ciò ha permesso all'Azienda di consolidare la propria leadership nelle varie community che si sono create nei diversi social network (facebook, twitter, google+, instagram, youtube) intorno ai suoi principali brand: TIM, TIM Impresa Semplice, TIMvision, TIMmusic, Working Capital, Seria A TIM, Nuvola Italiana, con più di 7 milioni tra likers e followers.

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



Customer Satisfaction nei sistemi d'incentivazione

Nell'ambito dei sistemi d'incentivazione manageriale di Telecom Italia è diffusa la presenza di obiettivi legati alla soddisfazione e customer experience del cliente, in coerenza con il piano industriale di periodo. Gli obiettivi sono misurati per mezzo degli indicatori di customer satisfaction, monitorati attraverso rilevazioni periodiche. Per il 2015 il sistema di incentivazione manageriale prevede un obiettivo basato sul CSI, strutturato su due distinti cluster di segmenti di clientela, individuati sulla base del posizionamento rispetto ai competitor. Scopo di tale segmentazione è quello di perseguire obiettivi di miglioramento differenziati in base al segmento.

Nei sistemi di incentivazione collettiva del personale di Telecom Italia, sono previsti obiettivi specifici legati a parametri di qualità, coerenti con i criteri stabiliti per gli indicatori di customer satisfaction aziendale.

Infine, sono previsti obiettivi specifici legati alla customer satisfaction nel sistema d'incentivazione collettiva – denominato CANVASS – che coinvolge parte del personale delle funzioni Customer Care e Open Access.

Procedure di conciliazione

La procedura di conciliazione fra Telecom Italia e le Associazioni dei Consumatori firmatarie dell'accordo quadro per la risoluzione extragiudiziale delle controversie telefoniche, è stato il primo esempio di conciliazione paritetica in Italia. Il modello, introdotto in via sperimentale nel 1991 dall'allora SIP, è diventato operativo su tutto il territorio nazionale nel 1993 e nel 1995 l'Unione Europea l'ha riconosciuto come "Progetto pilota per l'accesso dei consumatori alla giustizia". Il modello, ancora oggi adottato, è stato nel corso degli anni adeguato alle nuove normative ed esigenze, informatizzato e reso più fruibile, pur mantenendo quei valori basilari che ne avevano fatto uno strumento di eccellenza, contribuendo a migliorare la trasparenza del sistema, il rapporto con la clientela e alcuni processi operativi dell'Azienda stessa. Il modello di conciliazione paritetica, nel corso del 2011, è stato portato all'attenzione dell'Unione Europea e il 25 ottobre dello stesso anno il Parlamento Europeo ha riconosciuto "la Conciliazione paritetica italiana quale esempio di migliore prassi - best practice - basata su un protocollo stipulato e sottoscritto dall'Azienda e dalle Associazioni dei Consumatori, in cui l'Azienda s'impegna in anticipo a ricorrere all'ADR¹ per risolvere le eventuali controversie che possono sorgere nei settori previsti dal protocollo". Ad oggi l'accordo di conciliazione è stato sottoscritto da venti Associazioni dei Consumatori.

Nel 2009 Telecom Italia, in ottemperanza agli impegni volontariamente assunti e approvati dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni nel dicembre 2008, ha avviato la gestione delle domande di conciliazione, presentate dalla clientela anche presso le sedi dei Co.Re.Com.² e delle Camere di Commercio, in un'ottica di "sportello unico", replicando il modello organizzativo applicato con successo per la conciliazione paritetica. In questo modo i clienti che non desiderano rivolgersi alle Associazioni dei Consumatori hanno a disposizione uno strumento alternativo per risolvere la controversia con una procedura snella ed extragiudiziale.

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

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

Nel 2015 l'istituto della conciliazione ha confermato il trend positivo degli anni precedenti; infatti, è stato conciliato:

- circa il 96% delle domande di conciliazione paritetica discusse (9.268 su 9.668), percentuale stabile anno su anno nonostante il deciso aumento delle pratiche discusse registrato nel 2015 rispetto al 2014 (9.668 rispetto a 6.642, pari al +45%);
- circa l'83% delle domande discusse presso i Co.Re.Com. e le Camere di Commercio (20.294 su 24.429). Tale percentuale si è mantenuta su ottimi livelli pur scontando, anche nel 2015, un aumento delle pratiche discusse rispetto al 2014 (24.429 rispetto a 18.540, pari al +32%).

¹ Alternative Dispute Resolution.

² Comitati Regionali per le Comunicazioni.



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

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

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

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

In Brasile, TIM ha stretti rapporti con il Dipartimento Nazionale dei Consumatori (SENACON) ed esamina le richieste inviate dalle Associazioni di Difesa e Protezione dei Consumatori (PROCONS).

Nel 2008 TIM ha realizzato il tool Legal BackOffice, il quale gestisce l'intero processo delle richieste dei clienti non soddisfatti dalle soluzioni fornite dalla società che chiedono l'intervento del PROCON e dell'Autorità Giudiziaria. Questo strumento rende più veloci i tempi di risposta alla clientela, riduce i costi operativi e migliora i rapporti tra TIM e i rappresentanti ufficiali dei suddetti Organi; Legal BackOffice esamina completamente le richieste preliminari inviate dai PROCONS (ovvero, prima di diventare reclami motivati). Il Dipartimento Legale della società partecipa alle eventuali udienze di conciliazione dei reclami motivati.

Nel 2015, TIM ha raggiunto ottimi risultati nel risolvere i reclami inviati dai PROCONS: CIP (Lettera di Indagini Preliminari) pari al 79,5%; reclami motivati pari al 74,7% (fonte: Rapporto ufficiale SENACON).

Certificazioni

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

Si riportano le certificazioni conseguite per le principali attività:

- attenzione alla qualità dei prodotti e servizi offerti: norma UNI EN ISO 9001:2008;
- tutela degli aspetti ambientali: norma UNI EN ISO 14001:2004;
- limitare le emissioni di gas ad effetto serra: norma UNI EN ISO 14064-3;
- gestione efficiente dell'energia: norma ISO 50001: 2011;
- tutela del capitale umano da parte delle aziende e dei fornitori: standard SA 8000;
- salute e sicurezza sul lavoro: norma BS OHSAS 18001:2007;
- requisiti generali per la competenza dei laboratori di prova e di taratura: norma ISO/IEC 17025:2005;
- servizi di Information Technology: norma ISO/IEC 20000-1:2011;
- sicurezza delle informazioni: norma ISO 27001:2013;
- processi di produzione del software e delle soluzioni informatiche: certificazioni CMMI-DEV (Capability Maturity Model Integration - Development);
- rispetto dei principi volti a promuovere la fiducia tra i consumatori e le imprese che svolgono attività su internet: WebTrust (Certification Authorities - SSL Baseline Requirements Audit Criteria);
- possesso dei requisiti richiesti dall'AGID (Agenzia per l'Italia Digitale) per ricoprire il ruolo di:
 - ◆ Certificatore Accreditato per la Firma Qualificata, la Carta Nazionale dei Servizi e la Marcatura Temporale;
 - ◆ Gestore Accreditato per la Posta Elettronica Certificata;
 - ◆ Conservatore Accreditato per la conservazione dei documenti informatici.

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

In Brasile, in quanto richieste dall'ANATEL (Agenzia Nazionale delle Telecomunicazioni), l'Authority brasiliana delle telecomunicazioni, sono state conseguite anche le certificazioni per i Quality KPI research Survey Method relativi all'intero



Paese riguardanti:

- personal mobile service (TIM Celular);
- switched fixed telephone service (TIM Celular e Intelig);
- multimedia communications services (FIBER).

Protezione dei minori

[G4-PR6] Le società del Gruppo hanno posto in essere numerose iniziative per la tutela dei minori da contenuti che possono ledere lo sviluppo psico-fisico (per esempio contenuti violenti, pornografici, razzisti o offensivi dei sentimenti religiosi, ecc.). Tra queste, sono state adottate precise linee guida per la classificazione e la verifica dei contenuti erogati, che riguardano sia quelli offerti direttamente dalle società del Gruppo sia quelli di proprietà di terzi che offrono servizi propri, acquistando spazi all'interno dei portali di Telecom Italia. Tali linee guida sono regolarmente aggiornate, in linea con l'evoluzione normativa e tecnologica.

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

In particolare:

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

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

- antivirus e antispyware, per rilevare e rimuovere virus e programmi spia;
- parental control, per proteggere i ragazzi da contenuti non adatti a loro;
- firewall per reti e programmi, al fine di bloccare eventuali attacchi da parte di hacker e programmi dannosi;
- protezione avanzata dei download, per analizzare i file che si scaricano - prima che possano infettare il pc - e inviare un avviso nel caso provengano da una fonte pericolosa;
- anti-phishing e stato del sito, per bloccare i siti web non sicuri che con l'inganno inducono a rivelare i dati personali;
- protezione dai messaggi di posta indesiderata (SPAM), per il blocco automatico dei messaggi non graditi sul proprio client di posta (protocolli e-mail: POP 3/IMAP solo in ingresso, SMTP solo in uscita);
- protezione pc wireless, per difendere il pc dai rischi legati ai collegamenti su reti non protette.

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

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



- antivirus: gestisce il device in modo sicuro senza pregiudicare il funzionamento, proteggendolo durante l'utilizzo da virus malware e da altre minacce.

L'Azienda sta focalizzando, in maniera particolare, l'attenzione sul parental control, con il lancio di offerte dedicate ai più giovani (under 12) con il servizio TIM Protect incluso, senza costi aggiuntivi (TIM Young Junior). Inoltre, TIM sta realizzando delle iniziative di comarketing con alcuni partner operanti nel segmento "kids", particolarmente sensibili alla tematica della protezione dei minori.

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

In quest'ottica sono state realizzate le iniziative d'informazione destinate a minori, genitori e insegnanti, sui rischi connessi alle nuove tecnologie e alla navigazione in internet (chat line, instant messaging, forum, community, ecc.). Tra le iniziative che hanno visto il coinvolgimento di alcuni importanti stakeholder pubblici e privati, individuati soprattutto in base alle attività e all'impegno nella salvaguardia dei diritti dell'infanzia (tra cui, la Polizia Postale e delle Comunicazioni, Save the Children, Adiconsum, GSMA, FOSI¹, ecc.), si riportano le seguenti:

- area tematica "abuse" sulla intranet aziendale, che informa e sensibilizza il personale aziendale circa le attività condotte e gli strumenti esistenti per prevenire gli illeciti informatici e tutelare i minori che utilizzano i servizi internet offerti;
- area tematica "Tutela dei Minori" sul portale telecomitalia.it, con l'obiettivo di informare e sensibilizzare l'utente finale e gli altri stakeholder sui corretti comportamenti da adottare durante la navigazione in rete, nonché sui valori e gli obiettivi che Telecom Italia persegue per il contrasto degli abusi informatici e la protezione dei minori;
- modulo di segnalazione, presente nei portali istituzionale e commerciale di Telecom Italia, che i clienti finali di Telecom Italia o gli utenti esterni possono utilizzare 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;
- gestione degli abuse desk: sono i gruppi di gestione operativa degli abusi, differenziati per tipologia di servizio (consumer e business), creati in conformità alle normative nazionali e comunitarie sulla protezione dei minori, la prevenzione della criminalità informatica e la lotta contro lo sfruttamento sessuale (pornografia minorile). Il loro compito è raccogliere le segnalazioni degli utenti/clienti esterni su presunti illeciti informatici o la presenza di materiale pedopornografico sulle reti del Gruppo per poi indirizzarle alla funzione competente - con l'eventuale coinvolgimento delle Autorità interessate - attraverso il Referente per la Polizia Postale;
- booklet "Nati con la Rete", dedicato al pubblico degli adulti-genitori al fine di:
 - ◆ illustrare le regole fondamentali per l'utilizzo sicuro di internet;
 - ◆ diffondere informazioni sui pericoli che possono nascondersi nella rete;
 - ◆ fornire gli strumenti per trasmettere le regole comportamentali ai figli e guidarli nella scelta dei contenuti da consultare;

¹ Family Online Safety Institute



- web filtering: in coerenza con il Decreto attuativo della Legge 38/2006 (Decreto Gentiloni), il quale definisce i requisiti tecnici degli strumenti di filtraggio che i fornitori di connettività alla rete internet devono utilizzare per impedire l'accesso ai siti segnalati dalla Polizia Postale tramite il CNCPO, Telecom Italia ha introdotto un sistema di filtraggio anche per i siti web esteri con contenuti pedopornografici;
- redazione delle “Linee Guida per il contrasto della pedopornografia online” al fine 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 degli obblighi normativi vigenti. Le linee guida si allineano anche a quanto predisposto e attivato dal CNCPO e dalle maggiori organizzazioni esterne presenti su questi temi (Save The Children, Telefono Arcobaleno, ecc.);
- partecipazione al gruppo di lavoro “GSMA – Mobile Alliance against Child Sexual Abuse Content”, in ambito GSM Association, per le iniziative tecnologiche, di policy e di comunicazione rivolte alla tutela dei minori nel settore della telefonia mobile. Tra l'altro, l'iniziativa si occupa di awareness raising, lotta contro i contenuti illegali e classificazione dei contenuti, ed un'importante parte del programma è dedicata ai Safer Internet Center, presenti in oltre 30 Paesi, per fornire sostegno e informazioni a bambini, genitori e insegnanti. Nell'ambito delle attività poste in essere dall'Alleanza c'è l'accordo sottoscritto con Child Helpline International, volto a proteggere i minori e a salvaguardare il loro diritto ad essere ascoltati. Telecom Italia ha aderito all'iniziativa, impegnandosi a sostenere le child helplines a livello nazionale;
- partecipazione all'iniziativa europea ICT Coalition for Children Online, lanciata nel 2012. Telecom Italia è membro attivo e partecipa alle attività della coalizione che promuove un uso sicuro e responsabile di internet. Telecom Italia ha sottoscritto i principi adottati dalla Coalizione, partecipa ai forum semestrali (in questo contesto Telecom Italia ha anche presentato l'iniziativa EducaTI) e agli incontri organizzati dalla Coalizione con gli stakeholder di rilievo (ad es. ONG) e la Commissione Europea ed il Parlamento Europeo. Ad aprile 2014 è stato pubblicato il primo rapporto sull'implementazione dei principi da parte delle aziende, redatto da un soggetto indipendente. Contestualmente Telecom Italia ha confermato l'implementazione dello European Framework for Safer Mobile Use, sottoscritto nel 2007. Nel 2015 è stato commissionato uno studio ad un consulente indipendente, focalizzato sul trend di utilizzo dei servizi ICT da parte dei minori e dei giovani, il cui risultato è stato presentato nel Febbraio 2016;
- partecipazione alle iniziative della Commissione Europea nell'ambito della strategia Better Internet for Kids (“BIK”), per la definizione e l'implementazione dei principi e delle tecnologie necessarie a rendere internet un luogo sicuro per i minori (Telecom Italia ha partecipato all'iniziativa “CEO Coalition” organizzata dalla Commissione Europea, attualmente in fase di stand-by). Inoltre, Telecom Italia ha preso parte all'edizione 2015 del Safer Internet Forum - una conferenza internazionale organizzata ogni anno dalla Commissione europea nell'ambito della BIK - dedicata al tema “Breaking down barriers for a better Internet”;
- cooperazione nell'ambito del progetto Italian Child Abduction Alert System (ICAAS) per la realizzazione di un portale web di “allerta rapido” in caso di scomparsa di minori. In tale ambito, nel 2011 Telecom Italia ha sottoscritto la convenzione “Allarme Scomparsa Minore” con il Ministero dell'Interno, Dipartimento della Pubblica Sicurezza;
- partecipazione al FOSI. Nel settembre 2015 Telecom Italia ha concorso alla organizzazione della conferenza ‘Global Trends in Online Safety: Creating a National Framework’, occasione per condividere le esperienze internazionali in materia di sicurezza di internet con alcuni importanti stakeholder internazionali, inclusa la Commissione Europea;
- nell'ambito dell'International Telecommunication Union (ITU), Telecom Italia è membro del Consiglio COP (Child Online Protection) in materia di protezione dei minori.

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



I clienti che desiderano comprare i contenuti per adulti, devono accedere al relativo portale, cliccare su “ADULTO”, dichiarare di essere maggiorenni e inserire una password (parental control).

TIM Brasil ha firmato un accordo con Safernet al fine di prevenire gli abusi sessuali e la pedofilia su internet; l'accordo include la cooperazione e la centralizzazione sia delle eventuali segnalazioni riguardanti abusi di carattere sessuale sia lo sviluppo di una campagna di sensibilizzazione della popolazione sull'utilizzo adeguato e sicuro di internet.

Responsabilità di prodotto

Telecom Italia è principalmente un operatore di servizi di telecomunicazioni che non costituiscono una minaccia per la salute fisica degli utilizzatori¹ e non produce gli apparati di telecomunicazioni che commercializza².

Per verificare che i prodotti immessi sul mercato siano conformi alle norme per la salute e la sicurezza, l'Azienda si è dotata di:

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

In tal modo, le eventuali non conformità dei prodotti sono rilevate prima dell'immissione sul mercato, in modo da escludere la possibilità che arrivino al cliente finale prodotti non rispondenti ai requisiti essenziali delle Direttive Europee.

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

[G4-DMA Customer Health and Safety] [G4-PR1] Telecom Italia esegue, nei suoi laboratori, le attività di validazione per il soddisfacimento dei requisiti essenziali previsti dalle Direttive vigenti per il rilascio della marcatura CE; la conformità di tali requisiti è attestata all'origine dal costruttore. Per i prodotti commercializzati in Italia il quadro di riferimento è costituito dall'insieme delle norme che supportano la Direttiva 1999/5/CE, strutturate per macrofamiglia di prodotto³.

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

- i livelli di emissioni elettromagnetiche (SAR) di smartphone/tablet/modem tecnologicamente innovativi, osservando le Norme IEC 62209-1/2;
- le prescrizioni tecniche atte a ridurre il rischio da scossa elettrica, sovratemperatura, incendio, pericoli meccanici, attraverso l'applicazione delle norme EN 60950-1 e EN 60065.

Inoltre, sono verificati:

- gli aspetti di efficienza energetica, richiesti dalla Direttiva EuP (Energy-using Products): gli apparati immessi sul mercato sono verificati in relazione ai limiti di consumo di potenza in stand-by/off-mode e rendimento dei Regolamenti europei n. 1275/2008/EC, 801/2013/EC e 278/2009/EC, per gli apparati e i relativi alimentatori esterni (presenti come dotazione accessoria);
- la funzionalità nelle diverse condizioni ambientali d'installazione e utilizzo di terminali e componenti accessori per il collegamento alla rete fissa: è controllato il rispetto dei campi di temperatura e umidità previsti dalle norme ETSI (European Telecommunications Standards Institute) per la specifica “condizione di servizio”, da cui derivano differenti “severità”. Le verifiche sono condotte sulla base delle norme IEC-EN serie 60068-2-1 (freddo), 2 (caldo secco), 14 (cambi di temperatura), 30 (cambi di umidità), 78 (umidità continuativa). Per i prodotti di maggior diffusione, con parti esterne in materiale plastico (ad es. AG), è controllata la “resistenza alla fiamma” nell'eventualità di malfunzionamenti delle parti elettriche interne;

¹ Le minacce di tipo psicologico o di sicurezza e privacy sono trattate nei paragrafi *Protezione Minori, E-security, Privacy*.

² In Olivetti, la società del Gruppo che opera nel settore dell'informatica, sono presenti impianti di produzione di hardware. Nel contesto del Gruppo si tratta di attività non materiali in quanto l'intero fatturato di Olivetti ammonta allo 0,97% del Gruppo.

³ Per i “terminali Corded” possono essere applicate le Norme EN 60950, EN 55022 e EN 55024; per i “terminali Cordless” le Norme EN 60950, EN 50371, EN 62311, ITU-T P360, EN 301489 e EN 301406; per i “terminali Mobili (smartphone, datacard etc.)” le Norme EN 60950, EN 62209, EN 302291, EN 301908, EN301893, EN 301511, EN 300440, EN 300328 e EN 301489.



- gli aspetti di compatibilità elettromagnetica, regolamentati dalla Direttiva 2004/108/EU (in futuro 2014/30/EU): su ogni apparecchiatura elettronica è previsto il controllo delle emissioni di segnali elettromagnetici non intenzionali - al fine di evitare le interferenze dannose alle radiocomunicazioni - ed il soddisfacimento di determinati requisiti di immunità ai disturbi elettromagnetici. In Telecom Italia sono eseguite continue verifiche sui terminali e gli apparati di rete, per determinare la rispondenza ai requisiti fissati dalle norme internazionali ETSI, CENELEC (European Committee for Electrotechnical Standardization) in tema di compatibilità elettromagnetica. In particolare, è verificata la rispondenza degli apparati ai limiti fissati dalle norme per circoscrivere le emissioni di disturbi elettromagnetici che, oltre ad inquinare l'ambiente circostante, possono interferire con le radiocomunicazioni.

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

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

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

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

Per una particolare linea di prodotti, TIM eco-friendly, discussa in dettaglio nel capitolo *Tutela dell'ambiente*, sono inoltre indicati tutti i parametri rilevanti dal punto di vista ambientale (ad esempio, i consumi energetici).

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

Si sono invece verificati alcuni casi di non conformità alla regolamentazione concernente l'informativa dei servizi. In particolare, in Brasile, nel 2015 si è verificato un incidente per un totale sanzionatorio di 2.897.416 reais, nel 2014 si sono verificati 3 incidenti per un totale sanzionatorio di 1.533.820 reais e nel 2013 si sono verificati 2 incidenti per un totale sanzionatorio di 9.474 reais¹.

In Italia i procedimenti sanzionatori dell'Autorità regolatoria, riguardanti episodi di non conformità alla regolamentazione sull'informativa dei servizi, rientrano tra le "ingiunzioni per violazione della normativa regolamentare in materia di tutela del consumatore concernenti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi di TLC"; pertanto, per l'Italia, le non conformità sull'informativa sui servizi sono state accorpate con le non conformità concernenti la fornitura e l'uso dei servizi (tabella seguente)².

¹ Nel 2015, 2014 e 2013 in Brasile non ci sono stati altri incidenti di questi tipo, oltre ai casi riportati, che hanno condotto tutti a sanzioni pecuniarie.

² Per l'anno in corso non è stato possibile avere un quadro completo delle non conformità che, in Italia sono sfociate in "avvisi" in virtù del fatto che il concetto di "avviso" è molto sfumato. In futuro sarà fatta una riflessione approfondita per verificare se e come valutare le diverse tipologie di "avviso" che arrivano dall'Autorità regolamentare. Inoltre, allo stato attuale, non c'è un sistema di ricezione delle segnalazioni relative alle violazioni di codici di auto-regolamentazione concernenti i consumatori diverso dai meccanismi di segnalazione riportati nel capitolo *Governance della sostenibilità*.

**[G4-PR9] Numero e valore monetario complessivo delle multe per non conformità a leggi e regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi in Italia¹.**

Descrizione	2015	2014	2013
Numero multe per non conformità concernenti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi	4	7	10
Valore monetario complessivo di tali multe (in euro)	2.833.000	1.102.000	727.619

[G4-PR9] Numero e valore monetario complessivo delle multe per non conformità a leggi e regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi in Brasile².

Descrizione	2015	2014	2013
Numero multe per non conformità concernenti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi	3	5	12
Valore monetario complessivo di tali multe (in R\$)	13.592.963	13.214.257	11.268.560

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

Tipo non conformità	2015	2014	2013
Numero di casi di non conformità alla normativa concretizzati in multa o sanzione	0	0	1
Numero di casi di non conformità alla normativa concretizzati in un avviso	0	0	0
Numero di casi di non conformità a codici volontari	0	2	4

In Brasile le uniche notifiche relative a comunicazioni pubblicitarie e di marketing sono state emanate dal CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária), ente non governativo di autoregolamentazione della pubblicità che non applica sanzioni pecuniarie, che valuta le non conformità relative al Codice di Autoregolamentazione sulla pubblicità. L'Anatel può sanzionare con multe o avvisi nei casi di “comunicazioni generali di marketing” non conformi.

Nel 2015 TIM Brasil ha ricevuto 5 notifiche di non conformità: 4 proposte dai concorrenti ed una dal CONAR. Delle 5 notifiche, 1 non ha comportato sanzioni, per 2 è stata disposta la modifica della pubblicità, le ultime 2 erano ancora in esame a fine dicembre 2015³; CONAR, nel 2014, non ha segnalato alcun tipo di non conformità, mentre nel 2013 ne ha segnalati 5 per i quali si è proceduto a una modifica o sospensione della pubblicità. Inoltre, in relazione ai casi di non conformità alla normativa concretizzati in un avviso, il CONAR ha emesso 1 segnalazione nel 2013, per la quale non è stato richiesto alcun intervento.

¹ Le casistiche includono la fornitura di servizi Premium, “Losai” e “Chiamaora” non richiesti e il teleselling.

² Sono riportati solo i provvedimenti chiusi. Le casistiche includono la fornitura di servizi non richiesti, il non rispetto dei target di qualità prefissati, interruzioni del servizio non previste, copertura in modalità e tempistiche diverse da quelle stabilite con l'Autorità, irregolarità nel servizio o nella fatturazione.

³ Il 23 dicembre 2015, per una delle due notifiche, è stato emesso un provvedimento preliminare di sospensione della pubblicità.



Tutela della privacy e protezione dei dati personali

[G4-DMA Customer Privacy], [G4-PR8] Per assicurare la protezione dei dati personali nello svolgimento delle attività d'impresa, Telecom Italia si è dotata dal 2003 di un modello organizzativo articolato, nel quale si colloca la funzione Privacy che presidia, a livello di Gruppo, la corretta applicazione della normativa di settore (D.Lgs. 196/03, c.d. "Codice Privacy"). In questo contesto, in occasione della costituzione o dell'acquisizione di nuove società, la Capogruppo assicura anche il supporto necessario per individuare e realizzare gli adempimenti necessari.

Il recepimento delle disposizioni di legge e delle indicazioni del Garante per la protezione dei dati personali è assicurato tramite il costante aggiornamento delle normative e policy di Gruppo. Tra queste è particolarmente significativo il "Sistema delle regole per l'applicazione della normativa privacy nel Gruppo Telecom Italia" che definisce le disposizioni e le indicazioni operative per ogni adempimento di interesse e che nel corso del 2015 è stato completamente rivisto ed aggiornato, in funzione della evoluzione normativa e della introduzione di nuovi servizi per la clientela.

Nel 2015 il quadro delle disposizioni aziendali relative al trattamento dei dati personali è stato anche arricchito dall'emissione di una policy sui requisiti di compliance per il trattamento di dati anonimizzati o pseudonimizzati, nell'ambito di analisi di tipo big data. Tale policy considera anche i pareri in materia emessi dal Gruppo dei Garanti privacy europei (c.d. Article 29 Working Party), nonché delle indicazioni fornite dal Garante italiano, nell'ambito dell'esame e dell'approvazione delle modalità previste da Telecom Italia per tutelare i dati personali dei propri clienti in un progetto di analisi della mobilità della popolazione sul territorio, previsto per rispondere alle esigenze di informazioni espresse da Enti ed Amministrazioni Pubbliche che gestiscono il territorio e le infrastrutture di trasporto.

E' stata altresì aggiornata la policy aziendale che definisce i requisiti di compliance per i sistemi dedicati alla fornitura di servizi ICT (es. storage, disaster recovery, gestione sistemistica, ecc.) per la clientela business.

Anche nel corso del 2015 Telecom Italia ha continuato a porre in essere le azioni necessarie per l'attuazione, nei processi interni, delle disposizioni in materia di eventuali violazioni della sicurezza dei dati personali trattati in relazione ai servizi di comunicazione elettronica (c.d. "data breach").

In particolare, sono stati organizzati 9 incontri formativi, a cui hanno partecipato oltre 220 referenti e responsabili, per diffondere ed illustrare la specifica procedura interna, che descrive le attività da svolgere e le relative responsabilità qualora si verificassero eventi classificabili come "data breach".

La costante attività di formazione, svolta ai fini della diffusione e della corretta applicazione delle normative interne in materia di privacy, nel 2015 si è concretizzata in un aggiornamento specifico per gli addetti alle prestazioni obbligatorie per l'Autorità Giudiziaria e in interventi di approfondimento degli aspetti privacy nell'ambito di un ciclo di seminari per dipendenti sulla tematica big data. Altri interventi formativi hanno interessato la rete di vendita, in merito a tematiche relative alla contattabilità della clientela e le risorse incaricate del recruitment del personale. Inoltre, sono stati realizzati incontri focalizzati sulla gestione dei dati di traffico telefonico e telematico, sia nell'ambito dei periodici seminari di formazione dei conciliatori - a cui partecipano rappresentanti di Telecom Italia e delle Associazioni dei Consumatori - sia negli interventi specifici dedicati alla forza di vendita esterna della Direzione Business e alla compliance commerciale.

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 verifiche a campione svolte dalle competenti funzioni centrali sulla base di procedure e metodologie definite. In considerazione di tali attività è stato predisposto un documento sullo stato di adozione delle misure di sicurezza previste dalla normativa privacy che formalizza le attività svolte per garantire il rispetto delle disposizioni in materia di trattamento dei dati personali, i risultati raggiunti e lo stato dei piani di miglioramento.

Nell'ambito della tutela della privacy in relazione alle nuove tecnologie, Telecom Italia partecipa anche alle iniziative dalla CE per promuovere nella UE lo sviluppo di servizi di cloud computing aderenti ai requisiti previsti dalla normativa comunitaria. In particolare, Telecom Italia è attivamente presente nei gruppi di lavoro internazionali che hanno ricevuto dalla CE il mandato di sviluppare standard per la definizione dei livelli di servizio (cfr. <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/cloud-service-level-agreement-standardisation-guidelines>), modelli contrattuali e un codice di condotta (cfr. <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/cloud-select-industry-group-code-conduct>) di riferimento per i fornitori di tali servizi.



Nella tabella seguente sono riportate:

- le richieste di informazioni rivolte a Telecom Italia, in Italia, da parte del Garante Privacy, anche a seguito di segnalazioni dei clienti;
- la percentuale di tali richieste archiviate da parte del Garante, a fronte dei chiarimenti forniti da Telecom Italia¹.

Descrizione	2015	2014	2013
Richieste pervenute	220	435	368
Percentuale di richieste archiviate	>98%	>98%	>99%

Per quanto riguarda il Brasile, in conformità alla Costituzione Federale, l'art. 3 della Legge generale sulle telecomunicazioni n° 9.472 del 1997 sancisce il diritto del cliente alla riservatezza dei propri dati personali. Il regolamento del servizio mobile personale, agli artt. 89, 90 e 91 della Risoluzione 477 dell'Agenzia Nazionale delle TLC (ANATEL), prescrive la responsabilità delle società in materia e l'eventuale sospensione della riservatezza solo su richiesta dell'Autorità competente nei casi previsti dalla legge.

TIM Brasil, per assicurare la riservatezza delle informazioni della propria clientela in conformità alla normativa nazionale (compresi gli artt. 10 e 11 del "Marco Civil"), ha emanato le relative policy e procedure interne, tra cui una policy specifica per la tutela della privacy, che si basano sui principi della separazione delle funzioni e del "need to know" (limitazione del trattamento dei dati personali al minimo necessario per svolgere il lavoro). Tali policy e procedure richiamano le metodologie di classificazione e gestione delle informazioni per garantire i livelli di protezione adeguata. In Brasile non si sono rilevate violazioni attinenti alla privacy nel corso del 2015 e 2013 ed 1 solo caso nel 2014². E' opportuno segnalare che la differenza tra le legislazioni di Italia e Brasile non permette di effettuare confronti tra dati omogenei.

RICERCA E SVILUPPO E SERVIZI INNOVATIVI

Il settore delle telecomunicazioni ha conosciuto negli ultimi anni una veloce e profonda trasformazione, caratterizzata dal declino dei tradizionali servizi vocali e dalla crescita del broadband fisso e mobile e dei nuovi servizi da esso abilitati, contribuendo così alla rapida digitalizzazione della vita dei consumatori e dei processi delle aziende.

Coerentemente con questo contesto del settore, Telecom Italia ha avviato nel corso degli ultimi anni un proprio percorso di evoluzione per affermarsi come fornitore di servizi e piattaforme e non solo di connettività. Tale percorso prevede due direttrici d'azione parallele:

- da un lato l'accelerazione dello sviluppo delle piattaforme abilitanti, ovvero ultrabroadband fisso e mobile, Data Centers, Big Data, IT;
- dall'altro l'arricchimento della connettività con servizi digitali innovativi verso lo sviluppo di una società digitalizzata e un'industria automatizzata (industry 4.0).

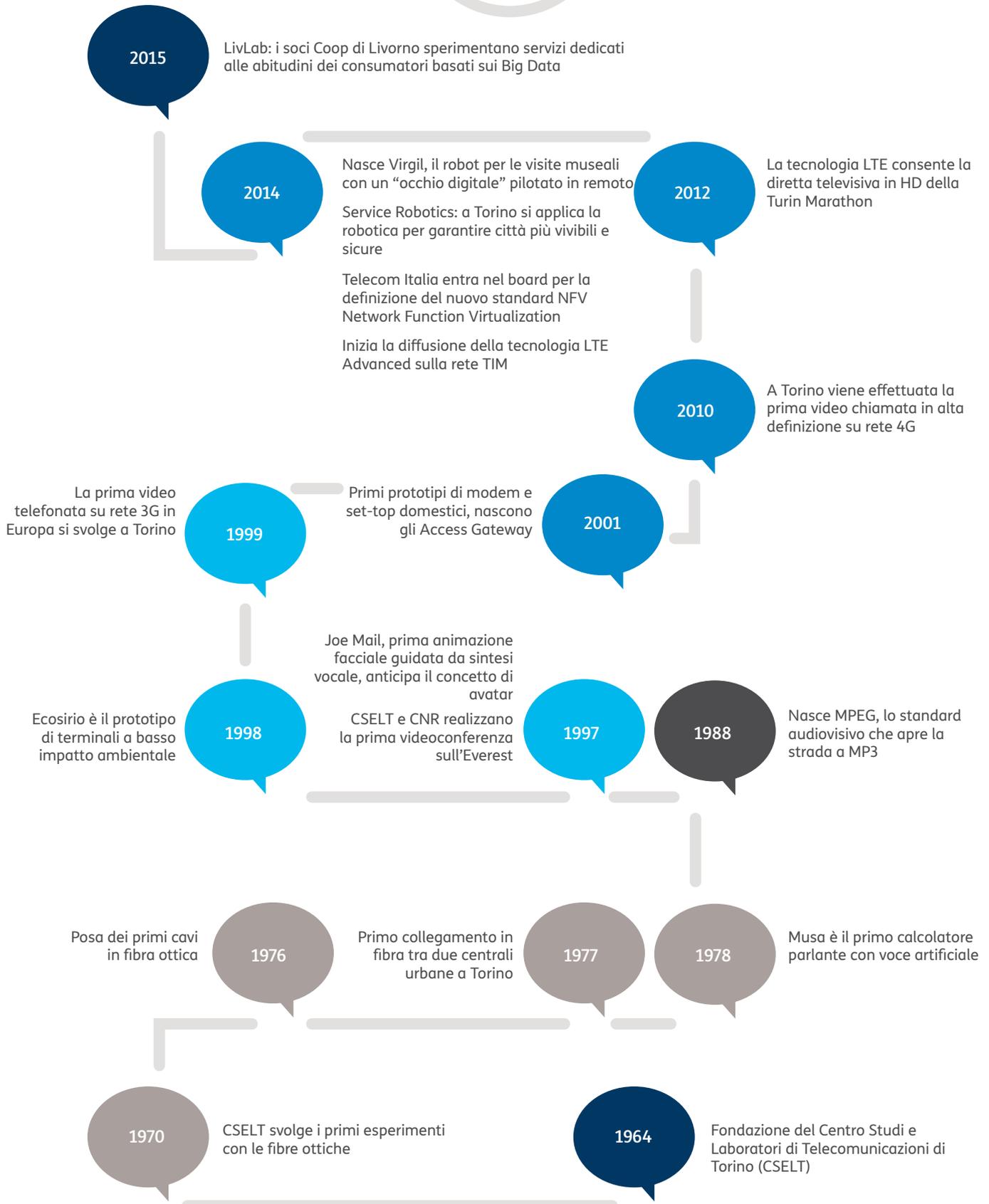
L'innovazione, sia tecnologica che di business, si conferma quindi sempre più come elemento centrale della strategia di Telecom Italia per rispondere al cambiamento del contesto tecnologico, di mercato e competitivo.

Lo sforzo fatto sul piano degli investimenti in infrastrutture di nuova generazione, fisse e mobili, e dei nuovi servizi, è stato accompagnato da un'azione volta al sostegno dell'innovazione a tutto campo. Sul fronte interno Telecom Italia ha rinforzato i laboratori aziendali affiancando alla tradizionale Ricerca e Sviluppo, concentrata sulle infrastrutture, una focalizzazione sull'innovazione digitale orientata anche a supportare l'evoluzione di una domanda che ha caratteristiche sempre più variegate e sofisticate e che trova riscontro nell'attività dell'Innovation Center.

¹ Le altre segnalazioni pervenute in merito a presunte lievi violazioni della privacy sono gestite dal 187 e rispondono, per lo più, a inserimenti indebiti nell'elenco telefonico.

² Il caso del 2014 è riferibile a un'estrazione di dati telefonici senza autorizzazione giudiziaria. La multa comminata è stata di 5.000 reais.

OLTRE 50 ANNI DI INNOVAZIONE





L'innovazione digitale si fonda sul paradigma della open innovation che si realizza affiancando alla generazione di idee e di percorsi di sviluppo interni, la generazione di idee e percorsi di sviluppi esterni all'Azienda. In tale ottica Telecom Italia ha rivisto e rinnovato il rapporto con le università, finanziando 25 borse di studio per dottorati di ricerca di durata triennale nel 2015 per un totale di 165 dal 2011 ad oggi. Sempre sul fronte accademico, sono stati creati i Joint Open Lab, laboratori di ricerca che propongono un nuovo modello di relazione tra industria e università. Questi laboratori nascono da accordi su specifici campi di interesse scientifico e tecnologico e vivono all'interno dei poli universitari (Trento, Torino, Milano, Pisa, Catania). Queste partnership pubblico-privato hanno permesso a Telecom Italia di ottenere, in questi tre anni, 5 milioni di euro di fondi Europei per la ricerca, oltre ai 2 milioni di euro ricevuti dalle università con cui collabora.

In aggiunta alla open innovation, l'innovazione digitale poggia su un altro importante pilastro: la co-innovation, un modello di sviluppo che prevede la piena valorizzazione dell'ecosistema di stakeholder e partner strategici dell'Azienda come portatori di innovazione sul mercato. Tramite l'applicazione di modelli "2 sided" Telecom Italia crea un framework comune di interazione (es. piattaforma) da cui due gruppi di utenti distinti possono trarre un mutuo beneficio e creare così ulteriore valore.

TIM #Wcap è l'acceleratore d'impresa del gruppo Telecom Italia che ogni anno seleziona, finanzia e accelera startup digital. Dal 2009 al 2015, sono state ricevute ed esaminate più di 8.000 idee di business e sono stati selezionati e supportati circa 260 progetti. Inoltre, 11 startup TIM #Wcap sono state oggetto d'investimento da parte di TIM Ventures. Negli ultimi due anni le startup TIM #Wcap hanno avviato 25 attività di go-to-market all'interno di TIM, grazie alle quali hanno generato fatturato. Con tre di esse TIM ha anche creato un'offerta commerciale. Il tasso di sopravvivenza delle startup TIM #Wcap è superiore al 90% e in due anni grazie a TIM #Wcap sono stati creati 215 posti di lavoro. TIM #WCAP è un incubatore certificato dal Ministero per lo Sviluppo Economico.

A partire da TIM #Wcap Telecom Italia ha debuttato nel seed investment lanciando TIM Ventures, la società del Gruppo nata con l'obiettivo di investire in opzioni o nel capitale sociale delle startup più innovative dei settori Digital, Internet, Mobile e Green ICT. In un solo anno di attività, TIM Ventures ha investito in 12 startup ed è citata tra i più attivi investitori VC Europei nel 2015¹.

Telecom Italia impiega in Italia circa 1.300 risorse in attività di engineering ed innovazione tecnologica e di servizio. Gli investimenti in innovazione e trasformazione sono pari a 1,7 miliardi di euro che equivalgono al 44% del totale investimenti sul mercato domestico.

Gli stakeholder rilevanti per la ricerca e sviluppo sono:

- le aree aziendali coinvolte sui temi (per es. Marketing e Acquisti);
- i fornitori, per lo sviluppo congiunto di soluzioni in linea con i requisiti tecnici del Gruppo Telecom Italia;
- i partner, sia tradizionali (es. i car makers) che digital (es. eCommerce players), per il Go2market congiunto dei digital services;
- i centri di ricerca e le università, per collaborazioni e progetti congiunti. Nel 2015 sono state attivate 38 nuove collaborazioni con università italiane su temi di ricerca riguardanti nuove tecnologie, algoritmi di codifica, nuovi servizi e paradigmi di comunicazione;
- gli enti di standardizzazione e i gruppi di discussione (tra cui NGMN, OpenIPTV Forum, OMA, 3GPP, ETSI, TM Forum, W3C, ITU-T) a cui Telecom Italia partecipa attivamente;
- i Ministeri (Ministero dello Sviluppo Economico e Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca), l'Unione Europea e gli Enti Pubblici (per es. CNR e Amministrazioni locali) per la realizzazione di progetti finanziati, tramite la partecipazione ai bandi di gara, e di iniziative in partnership;
- le organizzazioni non governative, le associazioni, le alleanze e i forum di settore (ad esempio GSMA, m-health) che riuniscono tutti gli attori della catena del valore dello specifico mercato;
- gli organismi internazionali di ricerca e sviluppo (per es. EURESCOM e Joint Technology Initiative).

¹ Fonte: Venture Pulse Q2'15 – KPMG and CB Insights



I temi rilevanti

L'identificazione dei temi sui quali sviluppare i progetti avviene sulla base del piano tecnologico triennale, il documento di riferimento per il Gruppo che fornisce le linee guida per l'evoluzione di Rete, piattaforme e servizi. Il piano, che viene pubblicato annualmente a valle di un ampio processo di coinvolgimento delle strutture aziendali interessate, individua i principali fattori esogeni (regolamentazione, standard, fornitori, altri operatori di mercato) che possono influenzare le strategie aziendali ed evidenzia le tecnologie emergenti e trasversali ad altri settori di interesse per il Gruppo.

In queste linee guida si inserisce il progetto Brevetti¹, che rappresenta per Telecom Italia un'attività continuativa che si articola in numerosi processi, che coinvolgono diverse funzioni aziendali, volti a promuovere, sostenere e valorizzare l'attività di brevettazione in Azienda e, grazie alla collaborazione con le università, più in generale in Italia.

Applicando le metriche del modello di CSV il contributo generato² in Italia grazie ai brevetti ha portato Telecom Italia ad avere un portafoglio di oltre 3.143 brevetti (di cui 667 depositati), arricchito da 33 nuovi depositi nel 2015. Sono stati erogati premi per 142.000 euro ai 115 dipendenti innovatori che hanno sviluppato brevetti. Le aree di brevettazione riguardano l'intero comparto ICT (qualità delle reti, tecnologie abilitanti, multimedialità, data analytics, service concepts), con punte di eccellenza nel comparto mobile che collocano l'Azienda al 6° posto nel mondo e 2° in Europa³.

Grazie alle collaborazioni in essere con le università italiane, l'attività di brevettazione da parte del Gruppo aiuta il tasso di innovazione del nostro Paese, contribuendo a "far brevettare" di più gli atenei stessi e rendere maggiormente tangibile i risultati della ricerca del mondo universitario.

In questo nuovo contesto i Joint Open Lab (JOL)⁴ ricoprono un ruolo chiave. Con il modello di "company on campus" incoraggiano una naturale osmosi tra mondo accademico ed industriale. Telecom Italia ha avviato all'interno della funzione di Innovation & Industry Relations questo innovativo modello di cooperazione, promuovendo la realizzazione di diversi JOL distribuiti sul territorio nazionale e localizzati all'interno di varie università italiane.

Applicando le metriche del modello di CSV, l'impatto generato in Italia dal Gruppo grazie ai JOL, ha visto coinvolti nel 2015 circa 150 giovani, 5 atenei, 8 laboratori di ricerca applicata e di innovazione creati da Telecom Italia presso le principali università italiane. I dettagli sui risultati negli ultimi 3 anni sono disponibili nella scheda CSV JOL.

In un mondo in cui la tecnologia agevola i contatti con le persone, Telecom Italia, attraverso la diffusione della banda larga e dei servizi da questa abilitati, contribuisce al superamento delle barriere socio-culturali che limitano la possibilità di partecipazione alla società dell'informazione e godimento dei benefici. Alcuni esempi di servizi innovativi, finalizzati a promuovere la digitalizzazione di importanti settori di attività, sono riportati nel paragrafo seguente.

¹ Per ulteriori dettagli si rimanda alla scheda CSV *Brevetti*.

² Per ulteriori dettagli si rimanda alla scheda CSV *Digitalizzazione del Paese*.

³ Fonte: Chetham Sharma.

⁴ Per ulteriori dettagli si rimanda alla scheda CSV *JOL*.



Smart Services

[G4-EC7], [G4-EC8] Nell’ambito dei servizi indirizzati al settore pubblico, in conformità all’ADI (Agenda Digitale Italiana) e alle Direttive europee, nel 2015 Telecom Italia ha consolidato e razionalizzato l’offerta degli Smart Services (famiglia di servizi che cura l’efficienza energetica e i servizi digitali della città), dell’Urban Security (i nuovi servizi dedicati alla sicurezza, all’ambiente, alla gestione ottimale dell’energia) e della Scuola Digitale. L’obiettivo è promuovere il modello di “città intelligente” (Smart City) per il miglioramento della qualità della vita attraverso lo sviluppo di servizi digitali innovativi che traghettino i Comuni verso un modello di Smart Community (come indicato dall’Agenda Digitale), in grado di abilitare nuove forme di collaborazione tra cittadini e amministratori pubblici.

LIGHTING SUITE	SMART BUILDING	NUVOLA IT ENERGREEN	NUVOLA IT URBAN SECURITY	NUVOLA IT SCUOLA DIGITALE
<p>Gestione integrata delle reti infrastrutturali del territorio e costruzione degli ambienti Smart City.</p> <p>Servizi abilitati:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ pianificazione dei consumi di energia elettrica e manutenzione. Il risparmio energetico è stimabile in un range tra il 15% (illuminazione prodotta con lampade ad alta efficienza, p.e. a LED) ed oltre il 30% nel caso di illuminazione prodotta attraverso lampade di vecchio tipo (p.e. a vapori di sodio o incandescenza). A questi valori va aggiunta la possibilità di modulare l’illuminazione accendendo e/o riducendo l’intensità luminosa del singolo lampione; ■ videosorveglianza; ■ comunicazione digitale con i cittadini e i fruitori in genere (es. i turisti); ■ hot spot Wi-Fi (accesso alla banda larga). 	<p>Gestione intelligente e automazione degli edifici grazie a soluzioni ad hoc implementabili su progetto tramite le componenti delle offerte Lighting Suite e Nuvola It Energreen.</p> <p>Il risparmio energetico è stimabile in circa il 10%, in relazione alla sola implementazione di funzionalità di Metering & Reporting, per arrivare oltre il 50% per specifici progetti di efficientamento.</p>	<p>Gestione remota dei consumi energetici, implementata su asset e servizi di Telecom Italia, finalizzata al risparmio energetico.</p> <p>Servizi abilitati:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ audit energetico on site (analisi on site per l’efficienza energetica); ■ Metering & Reporting; ■ Efficiency strategy (reportistica avanzata e servizi di consulenza di Energy Management); ■ Energy Cost Management Services; ■ Special Project: interventi ad hoc di efficientamento. 	<p>Gestione della sicurezza partecipata e controllo del territorio urbano.</p> <p>Servizi abilitati:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ gestione informatizzata del processo di attività sanzionatoria relativa al Codice della Strada (CdS) ed Extra CdS per la Pubblica Amministrazione Locale; ■ gestione partecipata delle problematiche urbane, con segnalazione dei fenomeni di sicurezza, inciviltà e degrado urbano; ■ monitoraggio territoriale ed ambientale in tempo reale, rivolto al contesto urbano e naturale delle città (umidità, temperatura, inquinamento acustico, CO₂, gas inquinanti, ecc.); ■ monitoraggio dell’occupazione dei parcheggi su suolo pubblico. 	<p>Gestione digitale integrata della didattica e dell’amministrazione della scuola. L’offerta è configurabile secondo le esigenze degli istituti scolastici e comprende una gamma di servizi integrati ma modulari, accessibili attraverso un unico portale- vetrina.</p> <p>Servizi abilitati:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ infrastruttura abilitante (connettività fissa internet, Wi-Fi & security); ■ servizi gestionali per la scuola (gestione amministrativa, Registro Elettronico cloud); ■ servizi di didattica digitale (applicativo integrato con store e-book scolastici); ■ device (per user e per classe).

Per quanto attiene l’innovazione di business, Telecom Italia punta ad integrare la propria offerta di connettività con nuovi servizi innovativi che soddisfino i nuovi bisogni digitali del cliente.

L’innovazione del business arricchisce quella “tradizionale” di Ricerca e Sviluppo sia sviluppando internamente, tramite l’Innovation Center, percorsi di prototipazione e sperimentazione di soluzioni basate sulla profonda comprensione e soddisfazione dei nuovi bisogni di servizi digitali, sia aprendosi a sorgenti di idee esterne che contribuiscano alla costruzione di un modello di open innovation fondato su un prezioso reticolo di presidi (Joint Open Lab, TIM#Wcap, Tim Ventures, Foundry, Partnerships, etc.).

In tale contesto, Telecom Italia sta presidiando i differenti filoni dei servizi digitali, ovvero Enriched Communication, Trusted



Digital Life, Business Life, Indoor Life, Mobile Open Life, Digital Entertainment, Big Data; di seguito sono riassunti alcuni dei principali progetti che Telecom Italia ha sviluppato o sta sviluppando in tali ambiti:

- **Smart Green:** si tratta della valutazione di progetti di innovazione legati all'ambiente e a potenziali partnership con la Pubblica Amministrazione per il monitoraggio dell'aria negli uffici pubblici e nelle aree urbane tramite rete di sensori connessi al Cloud Telecom Italia.
- **Social Reading:** nell'ambito di questo tema, all'app di lettura condivisa per la scuola, già sperimentata da diversi istituti scolastici sul territorio nazionale, è stata sviluppata e affiancata una soluzione di lettura condivisa per le biblioteche italiane, data in licenza ad un partner specializzato, che permette di commentare e condividere l'esperienza di lettura del libro preso in prestito con gli altri che lo hanno già letto o che lo leggeranno. Anche la soluzione per le biblioteche prevede una serie di impostazioni che agevolano la lettura da parte dei lettori con Disturbi Specifici dell'Apprendimento (DSA).
- **Soluzioni per la "buona scuola":** nell'ambito della collaborazione tra il JOL di Torino di Telecom Italia e l'Ufficio Scolastico Regionale per il Piemonte si è concluso il primo corso di formazione per professori delle scuole medie superiori al fine di educarli all'utilizzo del framework Open Source ROS (Robot Operating System), il framework "standard de facto" per la scrittura di applicazioni robotiche "hardware independent".
- **Turismo digitale 2.0:** "Virgil, robot a corte" è un progetto per la valorizzazione del Cultural Heritage realizzato da: JOL di Torino, Direzione Regionale Beni Culturali per il Piemonte, Polo Museale e la collaborazione del Dipartimento di Architettura e Design del Politecnico di Torino. L'obiettivo del progetto è fornire alla guida museale uno strumento digitale che le permetta di mostrare al visitatore parti del bene altrimenti inaccessibili per svariate problematiche (sicurezza, lavori, indisponibilità di mezzi per disabili, ecc.) e, soprattutto, ponga tale ambiente al centro di un network di siti turistici interconnessi grazie alla rete dati di Telecom Italia.
- **Smart Home:** nell'ambito del JOL di Milano, in collaborazione con il Politecnico di Milano, si stanno sperimentando nuove tecnologie e servizi per i futuri smart space. Negli smart space le tecnologie internet, le connessioni wireless di prossimità (Bluetooth Low Energy, Wi-Fi Direct, ecc.) e gli oggetti smart e wearable (smart screen, smart glass, smart watch, ecc.) vengono studiati ed utilizzati per creare nuove modalità di interazione e comunicazione tra le persone, gli oggetti e gli stessi spazi fisici. In particolare nel progetto finanziato EIT Digital P3S "Playful Supervised Smart Spaces", è stato realizzato uno smart space per bambini con speciali esigenze terapeutiche (es: affetti da sindrome autistica) sperimentato presso due centri specializzati. Telecom Italia sta investendo grazie alle attività svolte nei Joint Open Lab, nella progettazione e sperimentazione di soluzioni di telepresenza robotica, robot cioè che possono essere telecontrollati da remoto permettendo così alla persona di assistere ad un evento ed interagire con le persone presenti.
- **Friend TV (Innovation Center):** è proseguita la presenza sugli app store di Apple e di Android delle ultime versioni di FriendTV per smartphone e tablet, inizialmente pubblicate ad inizio 2014. FriendTV è una guida per i principali canali televisivi, fortemente integrata con i social media, che permette di partecipare in tempo reale ai programmi più commentati in rete. La piattaforma ARTES, creata dai laboratori Telecom Italia di Strategy & Innovation a Torino, permette di creare app di realtà aumentata in tempi molto brevi e offre a chi crea i contenuti un'interfaccia per arricchirli e modificarli senza ricorrere agli sviluppatori.
- **Big Data:** su questo argomento Telecom Italia ha avviato un percorso evolutivo fondato su diversi "cantieri" progettuali all'interno dei quali sono state avviate diverse iniziative nel corso del 2015 che si sono concluse con lo sviluppo delle prime applicazioni 'interne' (volte a migliorare la customer experience), il lancio dei primi servizi per il mercato business su dati anonimi (con l'offerta "Data Visual Insights" di mappe di presenza e mobilità per segmento di interesse e periodo di riferimento) e i primi progetti volti a far crescere l'ecosistema di partners (contest "TIM BD Challenge") ed arricchire le competenze interne (formazione tramite Master Big Data TIM). Il filone Big Data è stato anche oggetto di attività da parte dei Joint Open Lab. Dopo il successo dell'esperienza del Mobile Territorial Lab¹, il JOL di Trento di Telecom Italia ha sviluppato il progetto LivLab, una nuova istanza di living lab su un altro territorio facendo leva sulle competenze acquisite e lesson learned.

¹ www.mobileterritoriallab.eu



My Data Store, un esempio di personal data store che è entrato tra i top reference case del World Economic Forum¹, è stato arricchito di nuovi “data connector” che consentono la gestione trasparente anche dei dati personali di tipo social.

Il JOL, in collaborazione con le Istituzioni locali del territorio trentino, sta sperimentando soluzioni avanzate di servizi al cittadino basatesudati personali. Un esempio è Familink, il servizio di condivisione di opportunità per famiglie sul territorio trentino destinato a community trusted iperlocali. Il servizio è stato testato con successo dall’Agenzia provinciale per la famiglia, natalità e politiche familiari della Provincia Autonoma di Trento con le famiglie appartenenti a 3 grandi associazioni di genitori attive sul territorio. Tra le iniziative di Open Innovation da citare la seconda edizione del Telecom Italia Big Data Challenge², che ha richiamato oltre 1.000 partecipanti da tutto il mondo a confrontarsi sulla creazione di progetti smart city che usino ingenti volumi di dati geo-referenziati.

- **Smart City App - Expo 2015:** Milano ha sviluppato il tema “Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita” a partire dalla creazione di una Digital Smart City, attraverso la quale tutti i partecipanti hanno avuto a disposizione le tecnologie più innovative capaci di arricchire l’esperienza legata alla visita. Telecom Italia ha sviluppato e sperimentato l’intera filiera dell’ICT, che ha richiesto l’impiego di risorse dedicate ad elevato standard tecnologico. Applicando le metriche del modello di CSV il contributo generato³ dagli investimenti di Telecom Italia in termini di infrastrutture di banda ultralarga realizzate presso il sito espositivo, nel prossimo futuro disponibili per i progetti inerenti l’area, è pari a 2,5 milioni di euro. Oltre alle risorse interne dedicate al progetto (circa 500 risorse), l’occupazione generata presso i fornitori di beni e servizi vari forniti in ambito progettuale è stimato in circa 250 unità e il contributo economico indiretto di Telecom Italia può essere valutato in circa 6,5 milioni di euro.

Servizi innovativi nell’e-health

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

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

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

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

¹ http://www3.weforum.org/docs/WEF_IT_UnlockingValuePersonalData_CollectionUsage_Report_2013.pdf

² www.telecomitalia.com/bigdatachallenge

³ Per ulteriori dettagli si rimanda alla scheda CSV Expo 2015.



Nuvola IT Home Doctor

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

Il servizio presenta benefici in termini di miglioramento della qualità della vita dei pazienti e ottimizzazione dei costi della struttura sanitaria.

Per potenziare le funzionalità del servizio e incrementare la presenza di Telecom Italia nel settore delle soluzioni socio-assistenziali, sono in corso i seguenti sviluppi:

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

L'evoluzione dei servizi è potenziata anche dai risultati raggiunti attraverso la partecipazione a progetti finanziati dallo Stato, come ad esempio:

- SMARTHEALTH 2.0, progetto finanziato dal Ministero dell'Istruzione, Università e Ricerca al quale partecipano 26 partner, che ha l'obiettivo di creare un'infrastruttura tecnologica innovativa in ambiente cloud computing, nel quale sviluppare diversi servizi ad alto valore aggiunto e attivare nuovi modelli nell'area della salute e del benessere. Avvalendosi della competenza clinica dell'Università La Sapienza di Roma, Telecom Italia Lab ha sviluppato la piattaforma Smart Aging per la prevenzione in età adulta condotta sugli anziani fragili a rischio declino cognitivo. La piattaforma elabora i dati e le misure provenienti da dispositivi; medicali, chioschi sanitari e POC (Proof of Concept), questionari e test cognitivi acquisiti da tablet. I medici redigono il programma di prevenzione sulla base degli andamenti e i risultati delle elaborazioni ed inviano ai pazienti mail contenenti feedback su base settimanale. La piattaforma è in uso per un trial clinico presso l'ITGP2 (Istituto Tumori Giovanni Paolo II) di Bari che si è conclusa a fine 2015.
- MC3CARE, progetto finanziato dal Ministero dell'Istruzione, Università e Ricerca, che ha l'obiettivo di realizzare un prototipo tecnologico che permette l'accesso e la fruizione di servizi tra loro integrati, legati alla "salute" del cittadino, tramite dispositivi mobili quali smartphone e tablet. Attraverso MobileC3-Care, il cittadino si pone al centro di una rete ideale, interconnesso con tutte le strutture facenti parte dell'ecosistema della salute, del welfare e del wellness. Il prototipo integra un insieme di servizi, quali quelli informativi, di telemedicina (telemonitoraggio e farmacovigilanza), wellness, localizzazione e geofencing, accesso ai sistemi di sanità digitali (FSE, Fascicolo Sanitario Elettronico, e CUP, Centro Unificato di Prenotazione), di agenda e remind (sincronizzando gli eventi con quelli provenienti dai sistemi integrati), di taccuino personale (con dati sincronizzati con quelli provenienti dai sistemi integrati), di forum di discussione, per la gestione della Privacy e di SSO (Single Sign On). Il prototipo è in fase di validazione tramite interviste con stakeholder del settore e focus group di utilizzatori finali.



Fisio@Home

Si tratta di un servizio sperimentale di teleriabilitazione motoria, che consente al personale medico di monitorare da remoto le condizioni di pazienti con problemi ortopedici o neuromotori. Il prototipo, in sperimentazione, è stato sviluppato per la riabilitazione del ginocchio anche se l'applicazione può essere utilizzata per altre patologie. Il sistema consente ai medici di valutare l'aderenza al programma del lavoro definito e la correttezza degli esercizi eseguiti.

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

Nella teleriabilitazione ortopedica le attività si sono sviluppate in due direzioni principali: l'estensione a nuovi casi clinici e l'ottimizzazione delle prestazioni. Nel primo caso, grazie ad una nuova collaborazione tra il JOL WHITE¹ e l'ospedale di Viareggio, è stata avviata l'attività per la definizione dei protocolli di teleriabilitazione, aventi l'obiettivo del recupero funzionale post-operatorio in caso di protesi parziale o totale del ginocchio. Nel caso di ottimizzazione delle prestazioni è in corso la sostituzione dei vecchi sensori con i nuovi, meglio performanti e più facili da utilizzare. Questo richiede un'attività d'integrazione con l'applicazione Android, utilizzata dal paziente durante l'esecuzione degli esercizi.

Cassiel 2.0

Il servizio fornisce assistenza da remoto agli anziani, sia monitorandoli sia ricevendo segnali d'allarme in caso di emergenza. I sensori, collocati all'interno dell'abitazione, elaborano i dati raccolti per effettuare le analisi comportamentali, nell'ottica del miglioramento della qualità della vita. La soluzione completa comprende il servizio di promemoria, chiamato RicordaMI, per monitorare le terapie ed assicurarne il completamento. Attraverso il coinvolgimento delle farmacie nell'impostazione della posologia e con l'adozione di un'applicazione per tablet semplificata, il sistema è usabile anche da persone con lievi deficit cognitivi.

Tele-monitoraggio malattia di Parkinson

Nell'ambito dello sviluppo del sistema di tele-monitoraggio dei pazienti affetti dal morbo di Parkinson, Telecom Italia ha depositato due domande di brevetto, riguardanti gli arti superiori e quelli inferiori. Inoltre, è stata considerata la possibilità di monitorare nuovi task motori e, grazie alla collaborazione con l'Istituto Auxologico Italiano, è stata avviata l'attività per estendere l'uso della teleriabilitazione ai pazienti neurologici. Infine, sulla base dei dati raccolti nei trial, sono state applicate le tecniche di machine learning al fine di sviluppare un algoritmo della valutazione automatica UPDRS², per emulare il risultato fornito dal neurologo secondo questa scala standardizzata.

WebSensor è un prototipo per il monitoraggio da remoto dei progressi della malattia di Parkinson, sviluppato con il supporto di neurologi. Un set di sensori, indossabili sul piede e sulla mano, monitora gli esercizi eseguiti dal paziente ed invia i dati ad una piattaforma che li elabora e fornisce i parametri utili per la valutazione dello stato della malattia. I sensori sulla mano, spesso scomodi da indossare, possono essere sostituiti da un'apposita telecamera stereoscopica (LeapMotion), che inquadra la mano ed estrae automaticamente la posizione esatta delle dita nello spazio.

¹ E' uno degli otto Joint Open Labs (JOL) aperti da TIM in 5 università; WHITE sta per Wellbeing and Health Innovative Technologies Lab e si trova presso la Scuola Superiore Sant'Anna a Pisa.

² Unified Parkinson's Disease Rating Scale è la scala di valutazione maggiormente utilizzata nella valutazione della prognosi della malattia di Parkinson.



PAPI

E' un prototipo sperimentato su 30 soggetti ultrasessantacinquenni, affetti da lieve deficit delle funzioni cognitive, per la loro riabilitazione da remoto. Il sistema fornisce un kit di giochi interattivi per tablet Android, progettati con i neurologi, al fine di stimolare le diverse funzioni cognitive del paziente. I giochi, sperimentati in collaborazione con la NeuroCare di Cascina (Pisa), comunicano con un server remoto sia per inviare i dati delle prestazioni del paziente sia per scaricare le configurazioni degli stessi. La sperimentazione ha consentito di migliorare i giochi, rendendoli più interessanti agli utilizzatori, e ha permesso di integrarli con altri giochi realizzati da terzi (che coinvolgono il resto della famiglia), in una sorta di giocata a premi che ne stimola l'uso (progetto GameBus).

Playful Spaces

Personalized Playful Spaces è un progetto finanziato da EIT ICT Labs¹ per la riabilitazione e il monitoraggio dei bambini autistici. Il bambino può interagire con uno spazio o con degli oggetti sensorizzati che lo stimolano nel gioco e forniscono un'indicazione del suo stato allo specialista. Il progetto è sviluppato in partnership con il JOL SCUBE², che si occupa degli ambienti sensorizzati, con il Politecnico di Milano e SAM Foundation per il supporto scientifico e medico.

Ricerca e innovazione nella e-security

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

Tra le attività realizzate nel corso del 2015 sono da evidenziare:

- la progettazione di una piattaforma proprietaria basata su tecnologie open source per la raccolta e la gestione dei Big Data di sicurezza;
- lo studio e la realizzazione di nuovi modelli di esame, da utilizzare con gli strumenti di analisi visuale per i Big Data di sicurezza;
- lo studio e sperimentazione di nuovi approcci per l'analisi di sicurezza e la gestione del rischio sulle reti LTE e sulle piattaforme telco cloud;
- la realizzazione di diverse campagne di scouting e testing su soluzioni di sicurezza innovative;
- la prosecuzione delle attività per l'analisi della sicurezza di mobile app e dei mobile device;
- la collaborazione, in ambito 3GPP³ SA3 SECAM⁴, per la definizione dei requisiti di sicurezza e delle metodologie di test sugli apparati per le reti a standard 3GPP;
- il completamento delle attività nei progetti internazionali IST NEMESYS (Information Society Technologies, enhanced NETwork security for seamless service provisioning in the smart Mobile EcoSYSstem) e CIP (Competitiveness and Innovation framework Programme) Advanced Cyber Defence Center;
- la partecipazione, con altri 15 partner, ai lavori del consorzio 5G-ENSURE (5G Enablers for Network and System Security and Resilience) per ottenere un finanziamento nell'ambito del programma europeo H2020 e studiare, definire e sperimentare le misure di sicurezza e resilienza delle future reti 5G realizzando una 5G Security Architecture;
- lo sviluppo, in ambito ETSI⁵, dei lavori del TC CYBER focalizzato sulla Cyber Security;
- la prosecuzione delle altre attività di presidio e indirizzo in ambito GSMA Fraud and Security Group;
- lo sviluppo della collaborazione, avviata nel 2013, con l'EIT (European Institute of Innovation and Technology) Digital e la guida della Action Line su Privacy, Security & Trust.

¹ European Institute of Innovation and Technology.

² E' uno degli 8 Joint Open Labs (JOL) aperti da TIM in 5 università; SCUBE (Smart Social Spaces Lab) ha sede presso il Politecnico di Milano.

³ The 3rd Generation Partnership Project.

⁴ SECurity Assurance Methodology.

⁵ European Telecommunications Standards Institute.



Iniziative per la collettività coerenti con il core business

Di seguito sono riportati alcuni progetti realizzati nel 2015 in risposta ai bisogni della comunità, utilizzando le tecnologie di Telecom Italia.

Raccolte fondi

In un contesto nazionale e internazionale in cui si moltiplicano gli scenari di crisi e conflitto, a fronte di un sempre crescente numero di soggetti in stato di necessità ed emergenza, le raccolte fondi da privati rappresentano un fattore fondamentale di coesione e vicinanza “tra persone e persone”.

Da oltre un decennio Telecom Italia è attore fondamentale nella catena di solidarietà legata a progetti con finalità umanitarie, scientifiche o ambientali che supporta offrendo la possibilità di fare una donazione del valore di 1 o 2 euro mediante l’invio di un SMS e di 2, 5 o 10 euro tramite una telefonata da rete fissa a un numero dedicato.

Tra le 100 numerazioni destinate al terzo settore, 20 sono in comune con gli altri operatori, di cui 2 destinate alle emergenze. Gli importi raccolti sono devoluti interamente senza alcuna trattenuta, né da parte del fisco, né da parte dell’Azienda per i costi sostenuti.

Nel 2015 sono state realizzate 113 campagne e sono stati raccolti circa 20 milioni di euro¹.

Nel corso del 2015 è stata costituita “Dono per...”, società consortile a responsabilità limitata, che vede come soci fondatori Telecom Italia, Vodafone Italia e Wind che gestirà le iniziative per la raccolta e la distribuzione di fondi a scopo di beneficenza nonché di finanziamenti in favore di partiti o movimenti di natura politica, come previsto dalla nuova normativa. La società, senza fini di lucro, destinerà eventuali utili di gestione in progetti di carattere sociale. Il nuovo soggetto giuridico garantirà omogeneità e unicità di comportamento alle organizzazioni no-profit, ai partiti politici, alle Istituzioni e ai media. Il Consorzio è aperto all’adesione di altri operatori di telecomunicazioni.

Innovazione Sociale

Con il termine innovazione sociale si definisce quell’insieme di nuove idee che riescono a rispondere ai bisogni della società in modo più efficace rispetto alle alternative esistenti e che riescono a sviluppare, allo stesso tempo, nuove relazioni o collaborazioni in grado di rafforzarla.

La piattaforma di crowdfunding WithYouWeDo accoglie richieste di donazioni presentate da soggetti pubblici e privati che intendano realizzare progetti negli ambiti dell’innovazione sociale, tutela ambientale e cultura digitale. Per promuovere il crowdfunding, l’Azienda, oltre a mettere a disposizione la piattaforma tecnologica necessaria per la raccolta online (withyouwedo.telecomitalia.com), si impegna a contribuire per il 25% (fino ad un massimo di 10.000 euro) al finanziamento dei progetti che raggiungano l’obiettivo (8 nel 2015) e sostiene in termini di comunicazione sia gli aspiranti progettisti (circa mille quelli coinvolti nel tour che nel 2015 ha toccato 13 città italiane), sia i progetti selezionati per la piattaforma, anche attraverso una partnership con la trasmissione radiofonica SmartUp di Radio105.

Complessivamente sono stati raccolti oltre 270.000 euro.

Applicando le metriche del modello di CSV, il contributo generato² in Italia in termini di social value è pari a 320.000 euro a cui si aggiunge l’impatto positivo sulla reputation aziendale dovuta ai 12 milioni di reach social, 168 uscite stampa, 1 milione di page views e 225.000 video views generati dal progetto.

L’Azienda è inoltre socio fondatore dell’Associazione Digital Champions. Il Digital Champion, carica istituita dall’Unione Europea nel 2012, è un ambasciatore dell’innovazione, nominato da ciascuno Stato membro dell’Unione Europea e dalla Commissione Europea allo scopo di promuovere i benefici di una società digitale inclusiva. Il progetto prevede la nomina di un Digital Champion per ogni comune del Paese, declinando sul territorio nazionale le istanze europee. Questa partnership qualifica Telecom Italia come prima azienda ad essere legata alla più ampia e territorialmente estesa rete di innovatori

¹ L’importo raccolto, alla data di presentazione del Bilancio di sostenibilità 2015 è stimato; inoltre il dato non è direttamente attribuibile alle campagne dell’anno solare a causa dello sfasamento temporale tra fatturazione e incasso.

² Per ulteriori dettagli si rimanda alla scheda CSV *WithYouWeDo*.



italiani. I progetti congiunti tra l'Azienda e l'Associazione sono: Italiani.Digital un vero helpdesk online per rispondere alle domande degli italiani sul digitale, i #DigitalDay sulla fatturazione elettronica e Digital Championship, un digital talent show per fare emergere i talenti digitali del Paese e portare a beneficio di tutti in Italia le best practice dei diversi territori.

Applicando le metriche del modello di CSV, il contributo generato¹ in termini di social value è pari a 85.000 euro a cui si aggiunge l'impatto positivo sulla reputation aziendale dovuta ai 22 milioni di reach social, 82 uscite stampa, 54.697 page views e 5.205 video streaming generati dal progetto.

Ricerca e sviluppo in Brasile

Nel biennio 2014-2015 Tim Brasil ha investito oltre 2 miliardi di euro in infrastrutture innovative ed il piano per il triennio 2016-2018 prevede circa 4 miliardi di euro in investimenti quasi interamente rivolti a una maggiore copertura 4G del Paese. Presso TIM Brasil l'attività di ricerca e sviluppo è curata dalla funzione Innovation & Technology, che fa capo alla struttura del Chief Technology Officer, composta da 32 persone, tra cui ingegneri in telecomunicazioni, elettrici e elettronici, esperti informatici, e altri tecnici di diversa estrazione, competenze ed esperienze, che coprono tutte le operazioni di rete, perseguono le esigenze innovative e forniscono supporto alle attività di R&S. Le responsabilità principali di questa funzione sono la definizione dell'innovazione tecnologica della rete, le esigenze evolutive per nuove tecnologie, dispositivi e le linee guida architettoniche unitamente allo sviluppo di partnership strategiche, al fine di sfruttare i nuovi modelli di business e garantire l'evoluzione delle infrastrutture di rete in base alla strategia aziendale.

In termini di infrastrutture, un risultato importante è stata la costituzione dell'Innovation Lab, che consiste in un ambiente di prova multifunzionale con sede a Rio de Janeiro, in grado di garantire la valutazione/validazione di tecnologie, prodotti e servizi innovativi, attestandone l'efficienza funzionale e le prestazioni, così come sviluppare nuovi modelli e configurazioni, consolidando il flusso di innovazione. L'Innovation Lab svolge un ruolo strategico nel fornire supporto per la conduzione di Credibility Test, Trials e Proof of Concept per la validazione dei servizi in collaborazione con i principali fornitori di tecnologia e partner, attraverso la condivisione delle conoscenze e dell'infrastruttura tecnologica per i test di interoperabilità, la valutazione delle capacità e la definizione di requisiti tecnici; in sinergia con la funzione R&S, favorisce l'innovazione e la promozione di collaborazioni con università e istituti di ricerca.

Nel 2015 sono stati completati più di 200 progetti di validazione e innovazione, che tenderanno ad aumentare in considerazione dell'ampia gamma di iniziative di innovazione e ricerca e sviluppo in corso. In questo senso il Piano tecnologico 2016-2018, prevede investimenti superiori a 30 milioni di reais in questo progetto, che comprende anche la costruzione di un nuovo Centro di innovazione in Guaratiba, nello stato di Rio de Janeiro, un edificio con una superficie di 1.000 mq in grado di ospitare più di 60 persone. Questa nuova sede, che opererà come punto di riferimento nazionale per le attività di R&S, ospiterà tecnici e ricercatori e servirà come spazio di innovazione aperto per nuove opportunità e lo sviluppo dell'innovazione per il mercato brasiliano delle telecomunicazioni.

La funzione Innovation & Technology ha lavorato su progetti mirati all'evoluzione del business di TIM Brasil attraverso la raccomandazione di piattaforme di rete sostenibili ed efficienti e di modelli "disruptive", anche anticipando la disponibilità di nuovi servizi. La riassegnazione dello spettro 1.800 MHz dal 2G al 4G sta portando tre importanti vantaggi competitivi per TIM Brasil: 1) riduzione dei costi per il deployment LTE; 2) aumento dell'area di copertura LTE e 3) miglioramento della copertura indoor. Oltre all'espansione della copertura, l'uso della banda 1.800 MHz può aumentare la capacità nelle città già coperte con la banda LTE a 2,6 GHz con basso costo aggiuntivo. Un'altra considerazione importante in questo scenario è che il 70% dei terminali LTE attuali sono già compatibili con le bande 1.800 MHz e 2.600 MHz, quindi l'implementazione dell'LTE 1.800 MHz beneficia della diffusione dei dispositivi.

Il 30 ottobre 2014 TIM ha acquisito un blocco nazionale (10 + 10 MHz) nella banda 700 MHz, il cui utilizzo è soggetto alla pulizia dello spettro (attualmente viene utilizzato per la trasmissione TV analogica). A tale scopo, per gestire lo switch-off, in Brasile i vincitori delle aste relative alla banda 700 MHz hanno creato un nuovo ente, l'EAD (Entidade Administradora de Processo de Redistribuição e Digitalização de Canais de TV e RTV), al fine di gestire la pulizia dello spettro ed evitare problemi di interferenze. TIM gioca un ruolo di guida all'interno del gruppo degli operatori, individuando opportunità per dare supporto allo switch-off della TV analogica.

¹ Per ulteriori dettagli si rimanda alla scheda CSV Partnership con Digital Champion.



SOSTENIBILITA' LUNGO LA CATENA DI FORNITURA

Il digitale rappresenta il nuovo fattore di progresso collettivo e offre nuove opportunità che hanno impatti sull'economia e la società con diverse modalità. I fornitori hanno un'influenza diretta sulle comunità e nelle aree all'interno delle quali svolgono le proprie attività e, non ultimo, deve essere considerato il coinvolgimento delle organizzazioni che vigilano sugli aspetti ambientali e sociali a queste collegati.

Il processo di acquisto adottato dal Gruppo Telecom Italia si basa sul confronto competitivo delle caratteristiche tecniche ed economiche delle offerte che vengono presentate da fornitori selezionati, basato su procedure aziendali improntate all'eticità negoziale.

La selezione dei fornitori del Gruppo Telecom Italia avviene attraverso una qualificazione pre-contrattuale mirata alla valutazione delle loro caratteristiche economico-finanziarie e tecnico organizzative. Se il risultato di questa valutazione - che comprende anche accertamenti sull'etica del business e il rispetto di diritti umani, diritti dei lavoratori e ambiente - è positivo, i fornitori vengono iscritti all'Anagrafica Fornitori di Gruppo (Anagrafica).

Prodotti e servizi vengono acquistati alle migliori condizioni di mercato e devono soddisfare specifici requisiti di funzionalità, qualità, sicurezza e rispetto dell'ambiente, in piena conformità con leggi e normative vigenti.

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

[G4-HR1a], [G4-HR1b] Per quel che riguarda le operazioni domestiche, i fornitori italiani in anagrafica con valore di ordinato non irrisorio (la soglia è di soli 3.000 euro cumulati annui), ricevono² uno screening iniziale relativo al rispetto dei principi del Codice Etico e sono soggetti a verifiche periodiche. Le azioni che Telecom Italia mette in atto per le verifiche sui fornitori variano a seconda della rischiosità del fornitore e dell'importo dell'acquisto: si passa da questionari semplici a questionari complessi e da verifiche di carattere documentale a verifiche presso le sedi dei fornitori e a audit specifici su tematiche di sostenibilità. **[G4-HR10]** In particolare, nel 2015 il 100% dei nuovi fornitori iscritti in Anagrafica ha sottoscritto uno specifico questionario in cui si impegna per sé e gli eventuali subappaltatori autorizzati, collaboratori e dipendenti, ad osservare i principi comportamentali del Codice Etico e di Condotta del Gruppo³.

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

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

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

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

¹ **[G4-DMA Investment]** Il Codice Etico di Gruppo (CE) recita: "Il rispetto del Codice deve essere garantito anche dai collaboratori esterni e, là dove previsto dal sistema procedurale aziendale, dai terzi in rapporti d'affari con il Gruppo". In particolare, le procedure interne richiedono che i fornitori accettino i principi espressi dal CE, e che i contratti per raggruppamenti temporanei di impresa o partecipazioni societarie contengano clausole di salvaguardia del Modello Organizzativo 231 (che si fonda sul CE). Il Global Compact dell'Onu è, sul tema dei diritti umani, il riferimento del CE di Gruppo, che recita: "Telecom Italia ha aderito al Global Compact promosso dall'Organizzazione per le Nazioni Unite in materia di diritti umani, standard di lavoro, tutela dell'ambiente e lotta alla corruzione, e assicura piena attuazione a tale impegno istituzionale mediante la realizzazione di puntuali iniziative su tematiche di carattere ambientale e sociale". Inoltre, il CE contiene clausole specifiche sul divieto di discriminazione, intimidazione, corruzione e tutela della salute e sicurezza. Inoltre la policy di Gruppo sul rispetto dei Diritti Umani specifica che "i Diritti Umani fondamentali (ad es., orario di lavoro, retribuzioni eque, età minima per l'ingresso nel mondo del lavoro, condizioni del posto di lavoro, accessibilità alle persone diversamente abili, tutela della maternità, divieto di molestie, lavoro forzato/obbligatorio/vincolato)" e "i diritti riguardanti la salute e la sicurezza (consideriamo che l'elevato standard di salute e sicurezza sia una pietra miliare del nostro successo e il nostro obiettivo è ridurre al minimo gli infortuni e le malattie professionali)" devono essere garantiti sia alle persone del Gruppo sia alle risorse umane dei fornitori.

² Escluse le Pubbliche Amministrazioni.

³ Nel 2015 In Brasile tale percentuale è stata pari al 98%.

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



[G4-12] In totale, i fornitori che nel 2015 hanno avuto ordini di acquisto con il Gruppo¹, sono stati 6.595 (-2% rispetto al 2014 e -11% rispetto al 2013), di cui 3.641 per la BU Domestic (+4% rispetto al 2014 e +6% rispetto al 2013), 1.865 per il Brasile (-12% rispetto al 2014 e -19% rispetto al 2013) e 442 per la BU Media (+5% rispetto al 2014 e -48% rispetto al 2013).

[G4-12] Per alcuni settori, il Gruppo rileva e monitora anche i fornitori in subappalto: in particolare per i lavori di rete; le imprese in subappalto sono state 819 (+9% rispetto al 2014 e - 6% rispetto al 2013). In questo settore dunque, la stima del totale fornitori coinvolti nella catena di fornitura è pari a 839².

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

Iniziative di sostenibilità

Nel 2015 è proseguita l'implementazione del nuovo processo che definisce le attività volte al miglioramento della sostenibilità della supply chain, attraverso una più articolata sistematizzazione degli elementi di valutazione della sostenibilità dei fornitori nelle fasi di qualificazione, qualità entrante e vendor rating.

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

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

Quindi, è stata realizzata una matrice che, mettendo in relazione la spesa relativa allo specifico mercato d'acquisto con l'indice di rischio calcolato sulla base dei parametri elencati, ha consentito di suddividere i mercati d'acquisto in quattro classi, individuando quelli più critici dal punto di vista della sostenibilità e dell'impatto economico. I fornitori appartenenti alle classi a maggior rischio sono oggetto di audit di sostenibilità, effettuati da personale aziendale o di aziende terze specializzate nel settore. Tali audit sono ripetuti periodicamente per seguire l'attuazione di eventuali azioni correttive e, in caso di esito positivo, per verificare il mantenimento nel tempo del livello di prestazioni riscontrato. Gli strumenti sviluppati e utilizzati per la BU Domestic sono stati illustrati e trasferiti alla BU Brasile che sta mettendo a punto le modalità di applicazione ai propri fornitori.

[G4-HR4a], [G4-HR5a], [G4-HR5b], [G4-HR6a], [G4-HR11] Sono stati analizzati tutti i fornitori della BU Domestic al fine di valutarne il rischio socio/ambientale³; nel 2015 quelli a maggior rischio sono 40 (-31% rispetto al 2014 e + 33% rispetto al 2013). Sono considerati a maggior rischio sociale 20 mercati d'acquisto⁴ e i fornitori che operano nelle aree geografiche: Asia, Centro e Sud America, Nord Africa ed Europa dell'Est.

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

¹ Nella presente sezione, i dati relativi a Olivetti sono inclusi nel Gruppo ma non in Domestic.

² Nella BU brasiliana allo stato attuale non esiste un monitoraggio sistematico dei fornitori di secondo livello. Sono in corso valutazioni su come effettuare tale monitoraggio per il futuro.

³ **[G4-DMA Freedom of Association and Collective Bargaining]** La policy di Gruppo volta a prevenire il rischio di violazione dei diritti sindacali è quella relativa ai "Rapporti con i Fornitori nel processo di acquisto di Telecom Italia", che recita "...il Gruppo richiede ai propri fornitori e promuove, per il tramite di questi ultimi, anche verso subfornitori, il rispetto dei seguenti principi e delle relative prescrizioni di legge vigenti nei paesi ove tali Stakeholder operano. Tutti i lavoratori devono godere del diritto legale di costituire e/o aderire alle organizzazioni sindacali per la tutela degli interessi individuali e collettivi. Deve essere riconosciuto il ruolo dei rappresentanti sindacali dei lavoratori, i quali non devono essere assoggettati ad alcuna forma di discriminazione; per l'espletamento della loro attività sindacale, devono essere garantiti permessi retribuiti e mezzi necessari alla comunicazione con i lavoratori sul luogo di lavoro". Gli stessi concetti sono ribaditi anche nella policy di Gruppo sul rispetto dei Diritti Umani.

⁴ Access gateway-commercializzazione, accesso 3G, accesso/release software - mobile, apparati NGAN, applicazioni infrastrutturali, applicazioni produttive/collaboration, assurance, call center, cavi, creation, dati - GBE, delivery, development software, handset, materiali-cavi/pali/trasmissioni, middleware, servizi ambientali-manutenzioni civili/facility management, service layer-applicazioni verticali, server/storage, tablet, WAN - VOIP.



[G4-DMA Supplier Human Rights Assessment] Nel 2014 è stato predisposto un questionario di autovalutazione da sottoporre, nella fase di qualificazione, ai nuovi fornitori appartenenti ai comparti di acquisto a maggior rischio per quanto riguarda la sostenibilità. Inoltre, vengono svolte idonee campagne di recupero per fornitori precedentemente qualificati.

Il questionario, aggiornato periodicamente in funzione dei risultati e dell'evoluzione del processo di qualificazione, è stato elaborato sulla base dei principali requisiti presenti negli standard di riferimento per la gestione d'impresa responsabile, sia dal punto di vista del rispetto dei valori etici sia della salvaguardia dell'ambiente (quali SA 8000, Global Compact e ISO 14001) e delle migliori prassi industriali del settore. **[G4-HR10], [G4-LA14]** Il questionario di autovalutazione di sostenibilità è integrato nell'applicativo che gestisce il processo di qualificazione dei fornitori, che automaticamente lo sottopone a tutti i nuovi fornitori che operano nei mercati classificati a rischio di sostenibilità. Per fornitori precedentemente qualificati nell'Albo fornitori di Telecom Italia, sono state effettuate le campagne di recupero. Le risultanze del questionario consentiranno l'affinamento della matrice del rischio sopra descritta.

Nel 2015 in Brasile è stato inviato un questionario di autovalutazione sui temi di sostenibilità ai fornitori il cui ordinato supera un milione di reais, che sono pari al 18% del numero totale dei fornitori. A fine 2015 sono state ricevute risposte da tutti i 357 fornitori coinvolti. I risultati serviranno ad orientare i futuri processi di selezione.

Nel mese di ottobre 2015 è stata confermata la certificazione di conformità alla norma ISO 9001:2008 del "Sistema di Gestione per la Qualità" per le Funzioni Purchasing e Service Center Logistics rientranti nella responsabilità del Business Support Office, con un particolare riconoscimento delle iniziative intraprese nel campo della sostenibilità. La certificazione ha comportato la mappatura di 23 processi delle funzioni con la definizione di 117 indicatori di performance che consentono il monitoraggio e il miglioramento della gestione dei servizi forniti a clienti interni e fornitori.

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

Alcune domande del sondaggio di soddisfazione annuale (cfr. *Iniziative di coinvolgimento*) vertono sulla policy di green procurement e principi relativi ai diritti umani e del lavoro, nonché sulla loro implementazione da parte dei fornitori allo scopo di accrescerne il coinvolgimento nelle tematiche di sostenibilità.

Verifiche di sostenibilità

[G4-DMA Supplier Human Rights Assessment], [G4-DMA Employment] Anche nel 2015 sono proseguite le attività di verifica del livello di performance di sostenibilità di fornitori e subfornitori comuni nell'ambito dell'iniziativa denominata Joint Audit Cooperation (JAC¹), come previsto dal Protocollo d'Intesa sottoscritto a fine 2009 da Telecom Italia, Orange e Deutsche Telekom. All'iniziativa hanno successivamente aderito: nel 2011 Proximus (ex Belgacom), KPN, Swisscom, Vodafone Group; nel 2012 Telenor e TeliaSonera; nel 2013 Verizon.

Gli obiettivi del Joint Audit Cooperation sono:

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

¹ <http://jac.initiative.com>



[G4-HR4b], [G4-HR5c], [G4-HR6b], [G4-HR11c], [G4-HR11d], [G4-LA15] Nel periodo 2010-2015, grazie al progressivo incremento del numero dei membri del JAC, sono stati condotti 209 audit – di cui 61 nel 2015¹ - presso stabilimenti produttivi (di fornitori e subfornitori) localizzati in Asia, Centro e Sud America, Nord Africa ed Europa dell’Est. Le verifiche sono state effettuate da società internazionali specializzate, selezionate tramite gara, e hanno riguardato un totale di oltre 600.000 lavoratori. I fornitori inclusi nelle campagne di audit appartengono ai comparti di produzione di dispositivi e apparati d’utente, apparati di rete e apparecchiature IT.

La seguente tabella mostra le non conformità riscontrate nel corso degli audit sui fornitori del Gruppo, fra cui quelle relative ai Diritti Umani. Il maggior numero di non conformità rilevate lo scorso anno è essenzialmente dovuto al fatto che gli audit condotti nel 2015 (61) sono stati più numerosi rispetto a quelli condotti nel 2014 (37) e nel 2013 (37).

	2015	2014	2013
Ambiente	27 (22)	14 (12)	13 (3)
Discriminazioni	5 (3)	2 (2)	2 (1)
Etica del Business	38 (35)	18 (18)	32 (19)
Lavoro Forzato	8 (7)	5 (4)	5 (4)
Lavoro minorile	7 (5)	8 (8)	11 (5)
Libertà di Associazione	2 (2)	2 (2)	5 (1)
Orari di Lavoro	33 (27)	23 (20)	34 (19)
Paghe	22 (18)	6 (3)	11 (7)
Pratiche Disciplinari	5 (4)	4 (3)	2 (1)
Salute e Sicurezza	130 (115)	79 (68)	79 (31)

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

Per tutte le non conformità riscontrate, sono stati redatti specifici piani di azioni correttive che definiscono, tra le altre, le modalità e le tempistiche di soluzione. L’attuazione di detti piani è costantemente monitorata dai membri del JAC².

Il 22 gennaio 2015 si è tenuto a Suzhou (Cina) il quarto Forum annuale con i fornitori coinvolti nel programma JAC sul tema: “Transparency of the Supply Chain”. All’evento hanno partecipato circa 150 delegati, in rappresentanza dei membri del JAC, dei fornitori, organi di stampa, Enti attivi nel campo della sostenibilità e ONG.

Iniziative di coinvolgimento

È ormai consolidato l’utilizzo del Portale Fornitori (Vendors Hub), avviato a fine 2011 con lo scopo di migliorare la comunicazione e ottimizzare i processi operativi, applicando le logiche del social networking al contesto di business. Il Portale conta circa 3.500 vendor abilitati alla piattaforma applicativa.

Il ricorso al Portale consente al fornitore di accedere ad un’area riservata con visibilità sui principali dati ed eventi rilevanti nella relazione con Telecom Italia e gestire direttamente tutte le informazioni che lo riguardano con rilevanti vantaggi in termini di fluidità e trasparenza. All’interno del Vendors Hub è attiva anche un’area pubblica contenente informazioni destinate ai fornitori potenziali.

¹ 52 sui fornitori di Telecom Italia di cui 23 nel solo 2015.

² [G4-DMA Supplier Human Rights Assessment], [G4-HR11e] Siccome lo scopo dell’iniziativa è di aiutare i fornitori nei Paesi che presentano un maggiore rischio in termini di applicazione e rispetto dei principi di sostenibilità a migliorare le proprie performance, le non conformità portano sempre ad azioni correttive e non alla chiusura del rapporto d’acquisto.



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

Per il nono anno consecutivo i principali fornitori del Gruppo sono stati coinvolti nel sondaggio di soddisfazione sull'area Acquisti e, più in generale, su Telecom Italia. Il questionario online, composto da 28 domande, è rimasto attivo per 3 settimane. L'analisi ha coinvolto 1.078 fornitori attivi in Vendors Hub con una percentuale di adesione pari al 59,1%, più alta di quella registrata nelle precedenti edizioni e superiore di circa 4,2 pp a quella ottenuta nel 2014. La valutazione globale del rapporto di fornitura con il Gruppo ha ottenuto il punteggio di 81/100, con un miglioramento di 3 pp rispetto al 2014. Si consolida quindi il positivo risultato della soddisfazione registrato nelle rilevazioni passate.

Consuntivi 2015 e obiettivi 2016: Italia

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

Consuntivi 2015 e obiettivi 2016: Italia				
INDICATORE	DETTAGLI	OBIETTIVO 2015	CONSUNTIVO 2015	OBIETTIVO 2016
% di fornitori soggetta a audit .	Somma cumulata dei fornitori ad alto rischio che hanno ricevuto un approfondito audit di sostenibilità a partire dal 2010 ¹ .	90% dei fornitori ad alto rischio come definiti nel paragrafo "iniziative di sostenibilità".	90%	80% dei fornitori ad alto rischio come definiti nel paragrafo "iniziative di sostenibilità".
% di fornitori valutata.	Fornitori che sono stati valutati con un questionario di base sull'etica. Inoltre, i fornitori appartenenti ai settori a rischio, sono valutati con un questionario più complesso ² .	100% dei fornitori qualificati, come definiti nella parte introduttiva della sezione.	100%	100% dei fornitori qualificati, come definiti nella parte introduttiva della sezione.
% del personale addetto agli acquisti che ha ricevuto formazione sui rischi ESG pertinenti alle decisioni sugli acquisti.	% di staff direttamente coinvolto nelle attività di acquisto, che ha partecipato ad almeno una sessione di formazione su tematiche ambientali, sociali e di governance.	90%	94%	90%
% di contratti contenenti clausole legate ai rischi ESG.		100%	100%	100%
% di fornitori con certificazioni ISO 14001 o equivalente.		25% dei fornitori di rete.	60% dei fornitori di rete.	50% dei fornitori di rete.
Integrazione del profilo di rischio ESG nel profilo generale di rischio del fornitore.	Tutti i fornitori qualificati e iscritti nell'Albo fornitori, sono valutati attraverso un "Key Risk Indicator " complessivo (KRI) che include anche indicatori di sostenibilità.	100% dei fornitori qualificati, come definiti nella parte introduttiva della sezione.	100%	100% dei fornitori qualificati, come definiti nella parte introduttiva della sezione.

Consuntivo 2015 e obiettivo 2016: Brasile

INDICATORE	DETTAGLI	OBIETTIVO 2015	CONSUNTIVO 2015	OBIETTIVO 2016
Gestione dei fornitori.	Numero di fornitori principali valutati in base a criteri di sostenibilità.	60	357	200

¹ Il numero dei fornitori ad alto rischio varia di anno in anno, in quanto funzione dell'ordinato annuale e del mercato d'acquisto in cui i fornitori stessi operano. Lo stesso vale in generale per quanto riguarda il numero complessivo dei fornitori appartenenti ai vari mercati d'acquisto

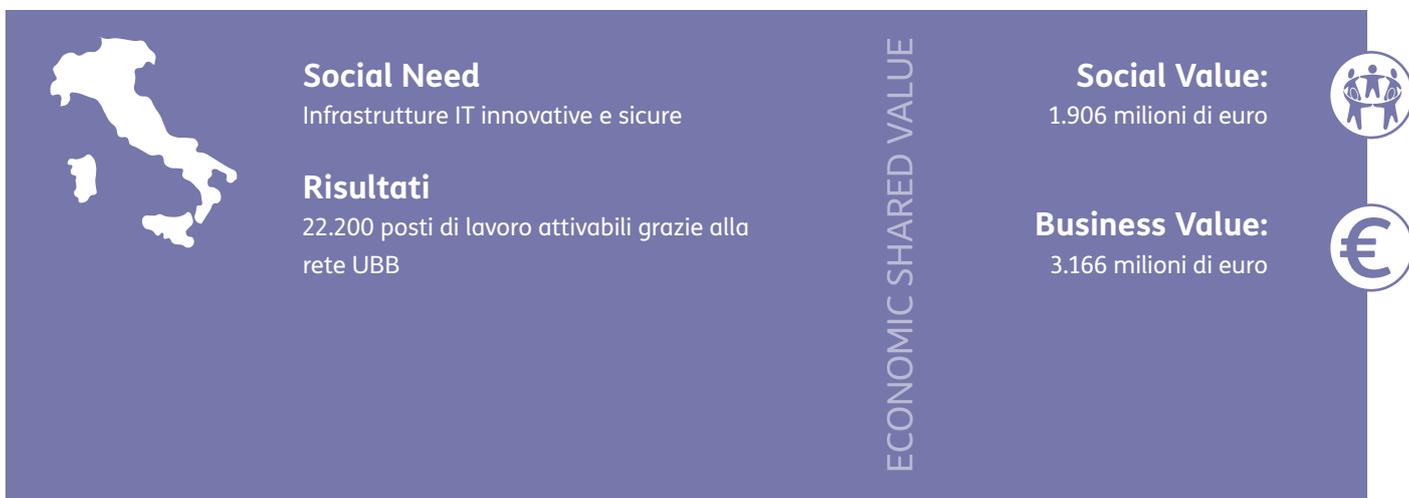
² Il KPI è riferito sia ai nuovi fornitori che ai fornitori esistenti in caso di rinnovo o estensione della qualificazione.



PROGETTI DI CORPORATE SHARED VALUE



DIGITALIZZAZIONE DEL PAESE



Lo scenario

Coerentemente con gli obiettivi fissati dall'Agenda Digitale 2020 e la strategia della banda ultra larga del Governo, il piano investimenti dell'Azienda è fortemente orientato a garantire la banda ultralarga fissa e mobile alla più ampia parte della popolazione italiana, riducendo il gap che ancora la separa dai paesi europei più evoluti, offrendo velocità di connessione sempre più elevate e sfruttando l'evoluzione della tecnologia.

L'obiettivo

Un accesso ultrabroadband di elevata qualità diviene un asset distintivo su cui incentrare la strategia del Gruppo, sia per consolidare la posizione attuale, sia per completare, nel medio-lungo periodo, la transizione da Telco tradizionale a Digital Telco & Platform Company, abilitatrice della vita digitale del Paese. Il piano prevede un rafforzamento del posizionamento sul multimedia entertainment che comprende, tra le altre, le attività nel campo video, music, gaming e publishing. Alla base della strategia di sviluppo del nuovo piano vi è anche la progressiva copertura di un numero sempre maggiore di aree in FTTCab e la copertura di 100 città e 51 comuni entro il 2018 con la tecnologia FTTH. Il raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda Digitale, la sempre maggiore richiesta di connettività e servizi che richiedono un elevato consumo di banda in mobilità, sono supportati anche dal dispiegamento della rete LTE di TIM.

La strategia

A fine 2015 il servizio ultrabroadband fisso è disponibile in 772 comuni con una copertura complessiva delle unità immobiliari nel Paese pari al 42% che arriverà, grazie ai nuovi investimenti, all'84% a fine 2018. Il piano 2016-2018 rafforza anche il processo di trasformazione strutturale della Rete tecnica. Gli investimenti innovativi e quelli dedicati al decommissioning e alla modernizzazione del network miglioreranno sulle architetture di Rete e sul modello operativo. In ambito mobile, i piani operativi permetteranno di arrivare, nel 2018, ad una copertura LTE commerciale della popolazione outdoor superiore al 98% dall'88% attuale, sostenendo la crescita dei clienti con effetti positivi sul traffico dati. L'incremento atteso in termini di clienti sarà supportato dalle offerte bundle (fisso\mobile, voce\dati\video) che premieranno l'utilizzo di internet da differenti device (PC, TV, smartphone, tablet) favorendo al contempo la sostituzione dei vecchi terminali con quelli di nuova generazione.

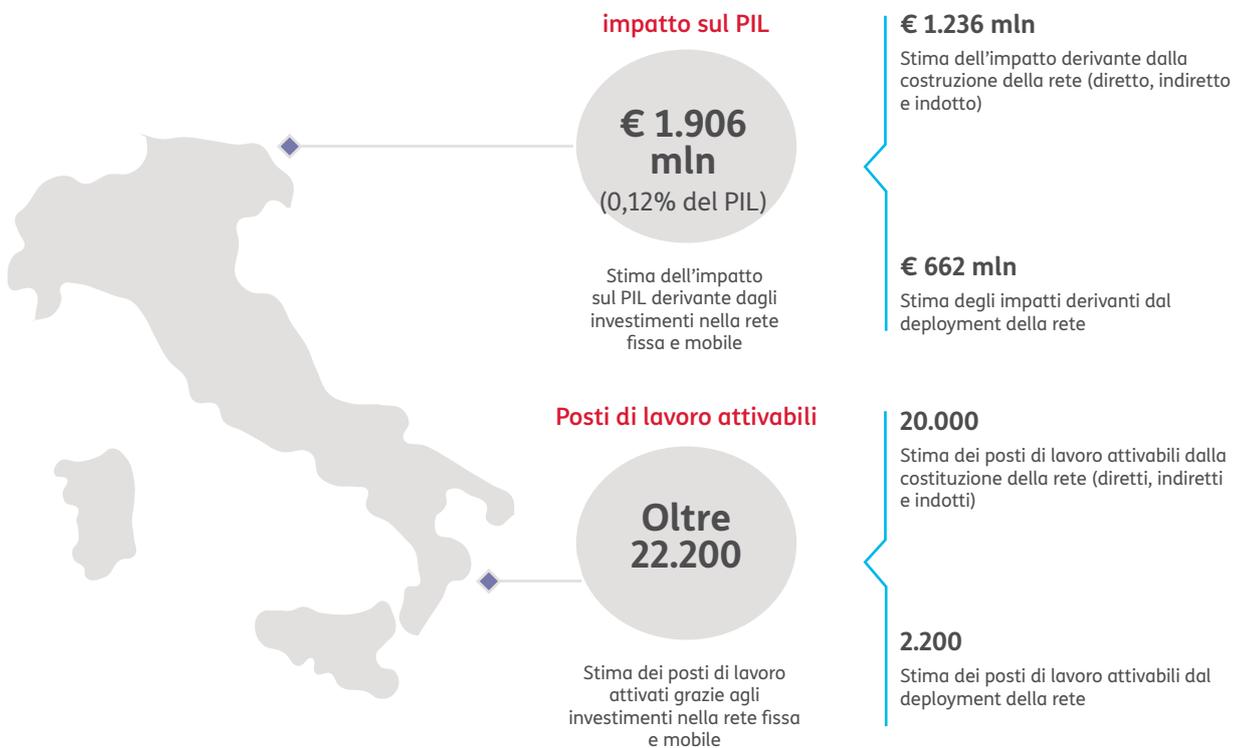


La metodologia

Il Social Value è così composto:

- ▶ 1.236 milioni di euro: investimenti del 2015 effettuati in Italia per la realizzazione della rete fissa (broadband e ultrabroadband) e della rete mobile (LTE e 3G) moltiplicati per 0,93¹.
- ▶ 670 milioni di euro: ottenuti dal PIL 2015 (stima ISTAT dicembre 2015) moltiplicato per l'aumento della penetrazione broadband e ultrabroadband del 2015 rispetto al 2014 moltiplicato per 0,0256%².

Il Business Value è dato dai ricavi broadband e ultrabroadband (fisso e mobile) di Telecom Italia S.p.A. per l'anno 2015.

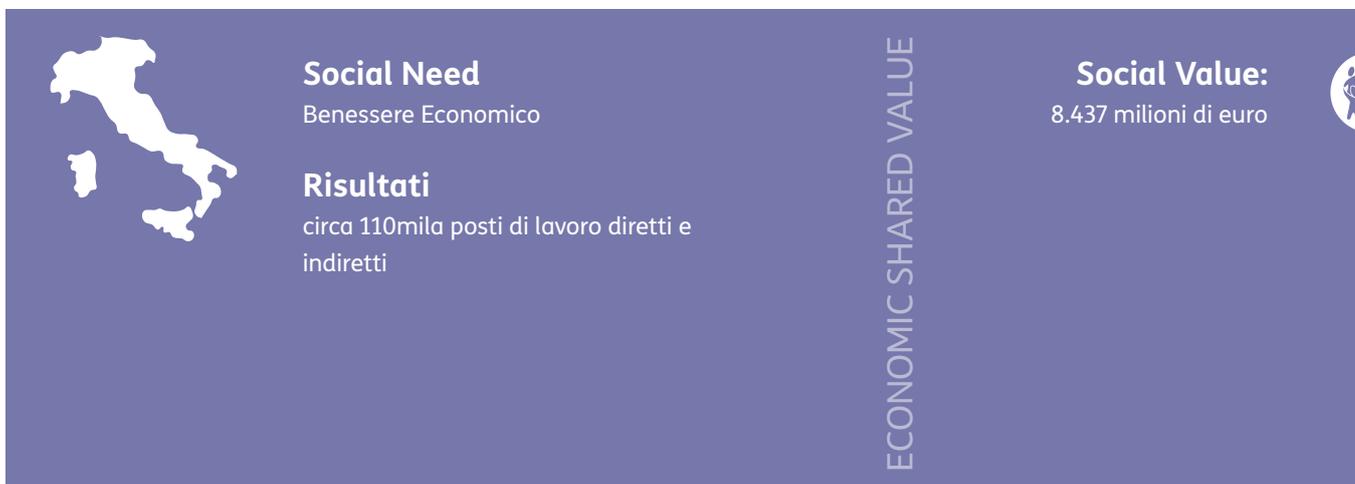


¹ *Impact of broadband on the economy*, ITU, 2012 – National Broadband Plan in Germany. Il valore esprime gli euro di PIL generati per ogni euro investito per la realizzazione delle reti UBB e comprende gli impatti diretti (generati dalle imprese che costruiscono reti), indiretti (generati dalle imprese fornitrici) e indotti (generati dai maggiori consumi derivanti dagli impatti diretti e indiretti).

² Moltiplicatore del tasso di penetrazione dallo studio *Impact of broadband on the economy*, ITU, 2012. Il moltiplicatore utilizzato proviene dallo studio di R. Katz et al. (2010) ed è riferito ai Paesi con alta penetrazione (più del 31% della popolazione servita da connessioni broadband). Questo moltiplicatore stima le esternalità generate dall'implementazione della rete (ad es. per l'aumento di produttività) e indica la crescita potenziale del PIL per ogni punto percentuale di incremento della penetrazione.



IMPATTO OCCUPAZIONALE



Lo scenario

Le attività del Gruppo generano lavoro diretto a oltre 52mila persone in Italia. Questo significa che ogni 225 dipendenti del settore privato uno appartiene a Telecom Italia. Il fenomeno assume dimensioni certamente maggiori se si considerano i dipendenti indiretti, ossia quelli che operano su progetti connessi alle attività del Gruppo. Complessivamente si stima che circa 110 mila unità, corrispondenti all'incirca all'1% dei dipendenti dell'intero settore privato, rappresentano il lavoro diretto ed indiretto attribuibile al Gruppo in Italia.

Occupazione diretta: l'impatto diretto sull'occupazione è misurabile in base al numero dei suoi dipendenti. L'Azienda in Italia può contare su una forza lavoro di 52.554 al 31/12/2015.

Occupazione indiretta: può essere stimata in quella parte della forza lavoro della catena di fornitura che possiede interdipendenze strutturali per il business di Telecom Italia. I lavoratori impiegati indirettamente dall'Azienda sono stimati in circa 57 mila unità.

La metodologia

Il Social Value è dato da:

- ▶ 2.754 milioni di euro: contributo diretto alle famiglie della Business Unit Domestic.
- ▶ 1.437 milioni di euro: contributo indiretto alle famiglie¹.
- ▶ 4.246 milioni di euro: contributo indiretto alle imprese² e alla PA.

¹ Per il calcolo puntuale sono state considerate le retribuzioni contrattuali delle categorie merceologiche dei fornitori.

² Il valore si compone delle risorse economiche distribuite alle imprese fornitrici in Italia al netto del contributo indiretto alle famiglie.



Il valore generato

Posti di lavoro diretti e indiretti circa 110.000



Posti di lavoro diretti

Circa 53.000

Questo significa che...Ogni 225 dipendenti del settore privato, 1 appartiene a Telecom Italia

- **Circa € 2.754 mln** il contributo diretto alle famiglie

Posti di lavoro indiretti

Circa 57.000*

Ossia dipendenti appartenenti a tutti i fornitori di Telecom Italia (che operano su progetti connessi alle attività di Telecom Italia)

- **Circa € 1.437 mln** di contributo indiretto alle famiglie
- **Circa € 4246 mln** il contributo indiretto alle imprese e PA

Valore generato: 8.437 mln €

* Fonte dati BS (dati di indotto aggiornati al 2014)



BREVETTI



Lo scenario

Dal punto di vista di una singola impresa, i brevetti sono uno strumento commerciale per proteggere i propri investimenti in ricerca e innovazione e acquisire risorse economiche supplementari attraverso la gestione economica dei diritti di uso. In pratica, un brevetto determina un concreto arricchimento di un'azienda, oltre che accrescerne la posizione di forza sul mercato. Tuttavia i brevetti rappresentano un patrimonio importante per un intero sistema Paese. Questo essenzialmente per due motivi:

- la brevettazione promuove una più ampia diffusione del sapere attraverso la pubblicazione;
- la brevettazione aiuta le imprese a monetizzare le loro innovazioni e a crescere.

La standardizzazione tecnica nel settore ICT è una sintesi chiara dei due fenomeni appena esposti.

Il progetto Brevetti rappresenta per Telecom Italia un'attività continuativa che si articola in numerosi processi, che coinvolgono diverse funzioni aziendali.

Le aree di innovazione delle funzioni TILAB e Strategy & Innovation contribuiscono in gran parte alla produzione brevettuale aziendale, spesso avvalendosi di collaborazioni con i maggiori poli universitari italiani, offrendo quindi stimolo alla produzione brevettuale anche in ambito nazionale. La funzione Affari Legali fornisce supporto alla stesura dei brevetti, grazie ad un team di esperti in grado di approfondire con gli inventori l'originalità e brevettabilità dell'idea, seguirne l'intero ciclo di vita e di esplorarne le opportunità di monetizzazione.

La strategia

A fine 2015 il portafoglio brevetti del Gruppo si è arricchito di 33 nuovi depositi e parecchie decine di ulteriori proposte in sede di valutazione, rafforzando un trend in crescita negli ultimi 3 anni. Le aree di brevettazione riguardano l'intero comparto ICT con punte di eccellenza nel comparto mobile.

Dal 2014 è stato inoltre avviato un nuovo processo di valorizzazione del portafoglio brevetti negli standard, partendo dalla consapevolezza che l'attività di brevettazione e quella normativa possano interagire in sinergia generando valore sia alla collettività, grazie all'incremento del patrimonio di conoscenza, sia alle società detentrici dei brevetti. Grazie a tale processo ad oggi 14 brevetti risultano essere componenti essenziali di tecnologie standard.

Più in dettaglio:

- 3.143 brevetti posseduti da Telecom Italia a dicembre 2015 (667 depositati e 476 riconosciuti)
- 33 brevetti concessi nel 2015
- 174 brevetti nati dalla collaborazione con università e istituti di ricerca dall'avvio della collaborazione (1997) ad oggi.



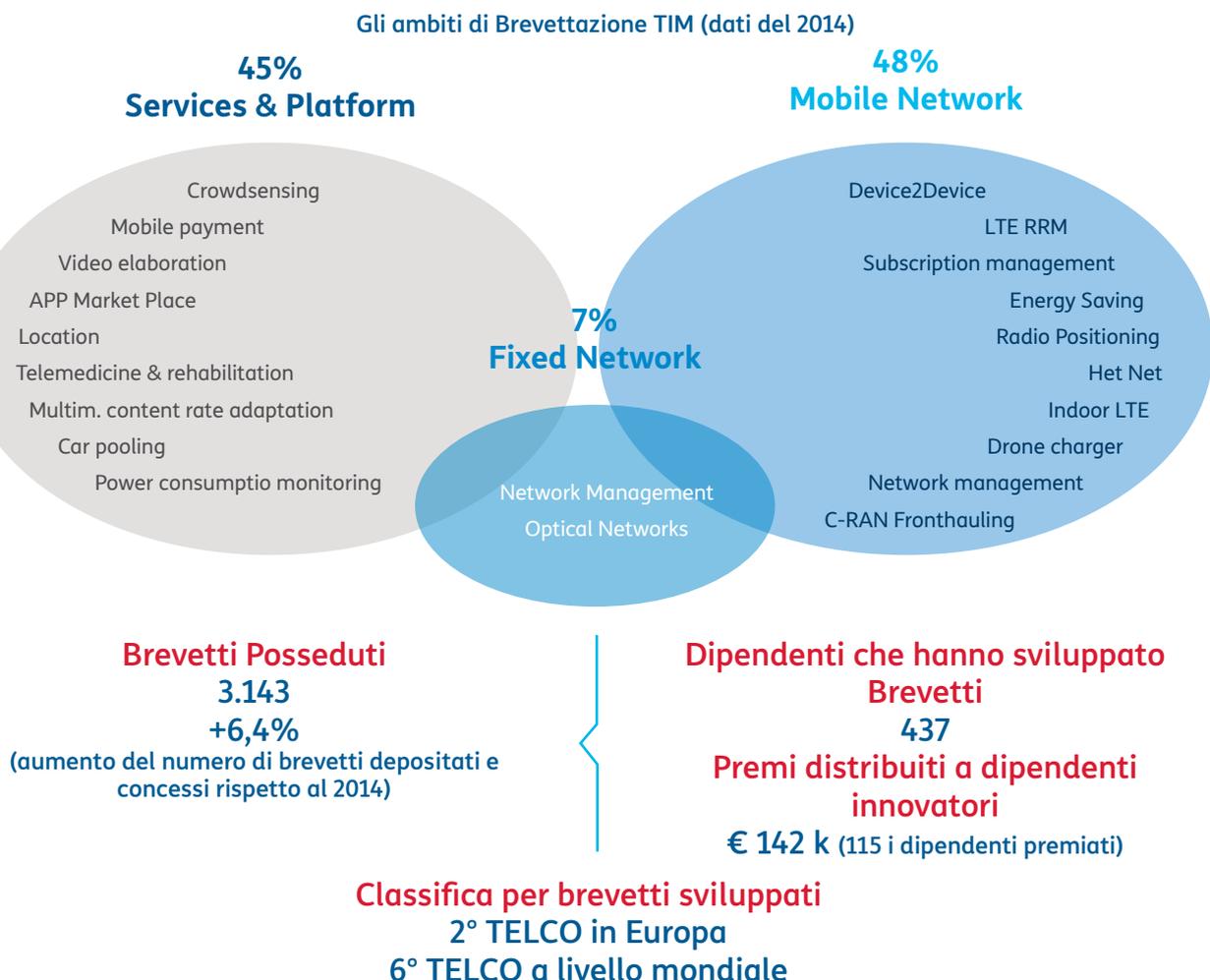
Un simile processo di stimolo alla brevettazione e alla sua valorizzazione è previsto anche in Brasile, attraverso il supporto alla nascita di un nuovo centro di eccellenza sull'innovazione all'interno della realtà di TIM Brasil. Per valorizzare gli sforzi compiuti in questi anni, inoltre, la fusione People Value ha avviato una politica volta a premiare annualmente gli autori dei brevetti concessi e di quelli depositati nell'anno precedente. L'impegno del Gruppo nell'innovazione tecnologica che si manifesta tramite i brevetti rappresenta un patrimonio comune di una società in continua evoluzione.

La metodologia

Il Social Value, pari a 142.000 euro, si riferisce ai premi distribuiti ai dipendenti innovatori.

Il Business Value, pari a 450.000, euro è così composto:

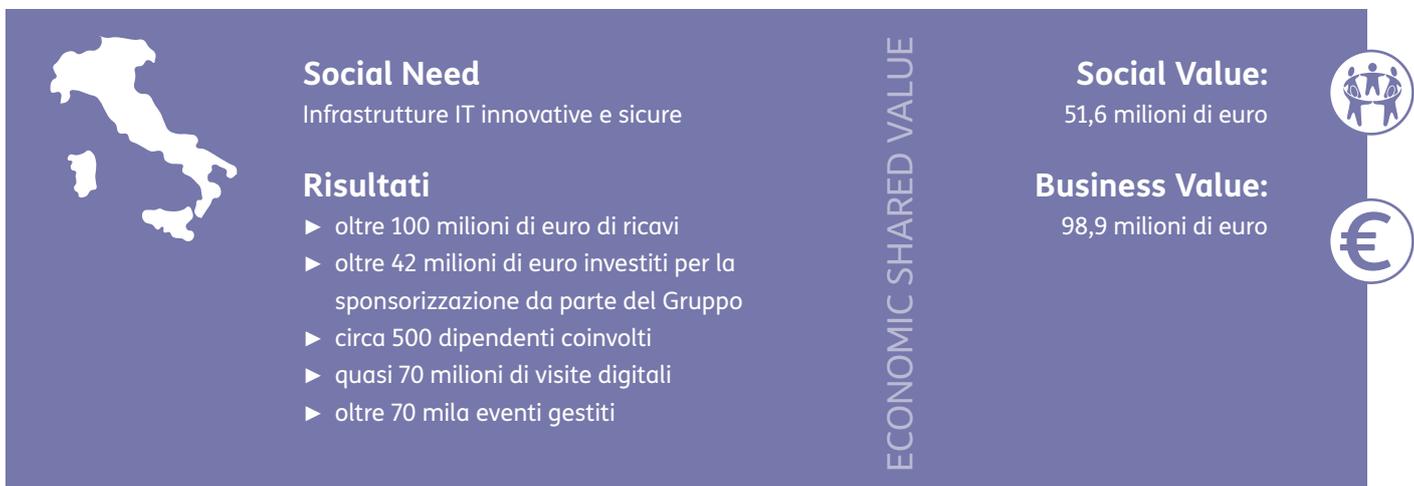
- ▶ 250.000 euro: ricavi di licensing di un contratto globale di 2,2 milioni di euro in 4 anni (2015-2018).
- ▶ 200.000 euro: ricavi per risarcimenti per violazione dei diritti di brevetto.



- La “politica” di Telecom Italia utilizzata per i brevetti prevede di farne una misura della capacità innovativa e uno strumento di “difesa” e “competizione”. Ove possibile il Gruppo procede ad una valorizzazione economica prediligendo il licensing e la partecipazione a planet pool e ricorrendo alla vendita solo in casi particolari.
- Il numero di dipendenti si riferisce a coloro che hanno sviluppato almeno un brevetto.



EXPO 2015



Lo scenario

L'Azienda, investendo oltre 42 milioni di euro, è diventata Integrated Connectivity & Services Partner, con un ruolo centrale nell'implementazione e nella gestione di tutte le infrastrutture di Information & Communication Technology della manifestazione.

Telecom Italia è stato il primo Official Global Partner scelto da Expo 2015, fornendo le infrastrutture e soluzioni tecnologiche all'avanguardia mettendo a disposizione la propria esperienza di operatore internazionale per accogliere ospiti e partecipanti dei diversi Paesi.

La partnership ha riguardato il supporto da parte di Telecom Italia allo sviluppo di una città sostenibile e intelligente – la prima Smart City del futuro – di cui il sito espositivo è stato un esempio.

Nell'ambito del progetto, il Gruppo ha provveduto alla dotazione di infrastrutture di rete fissa, mobile e IT, alla fornitura di soluzioni tecnologiche di ultima generazione, comprendenti i servizi di mobile-payment, mobile-ticketing e soluzioni smart per i visitatori e le PA.

L'infrastruttura di rete mobile

- Copertura dell'intero sito espositivo tramite LTE broadcasting.
- 137 Terabyte di dati scaricati nel sito Expo e oltre 16 milioni di chiamate TIM, più del 70% di traffico su LTE.

L'infrastruttura di rete fissa

- Generato quasi 1 Petabyte di dati (972 Terabyte) sull'intera rete internet realizzata ad hoc.
- Quasi 285 Terabyte a supporto della rete Wi-Fi, con picchi di quasi 25.000 utenti contemporanei.

Il Cloud

- Oltre 90 servizi applicativi «mission critical» gestiti nel cloud.
- Oltre 21 milioni di biglietti emessi nel cloud.

I sistemi digitali

Expo Milano 2015 è stata anche la prima Esposizione Universale Digitale. Soluzioni tecnologiche avanzate, in gran parte fornite dal Gruppo, hanno aiutato a promuoverne e diffonderne i contenuti sulle piattaforme web. L'Expo Digitale offerto ha registrato 70 milioni di visite.



Anche all'interno del sito espositivo la visita è stata arricchita da strumenti digitali: tramite la piattaforma di gestione offerta sono stati gestiti più di 10 milioni di sessioni e oltre 1,7 milioni di foto selfie inviate dai visitatori.

La Centrale di Comando e Controllo (EC3)

Il Gruppo ha realizzato l'innovativa e complessa EC3, una sorta di cabina di regia esterna al sito espositivo, che ha assicurato, integrata con le Forze dell'ordine, la gestione operativa dell'evento.

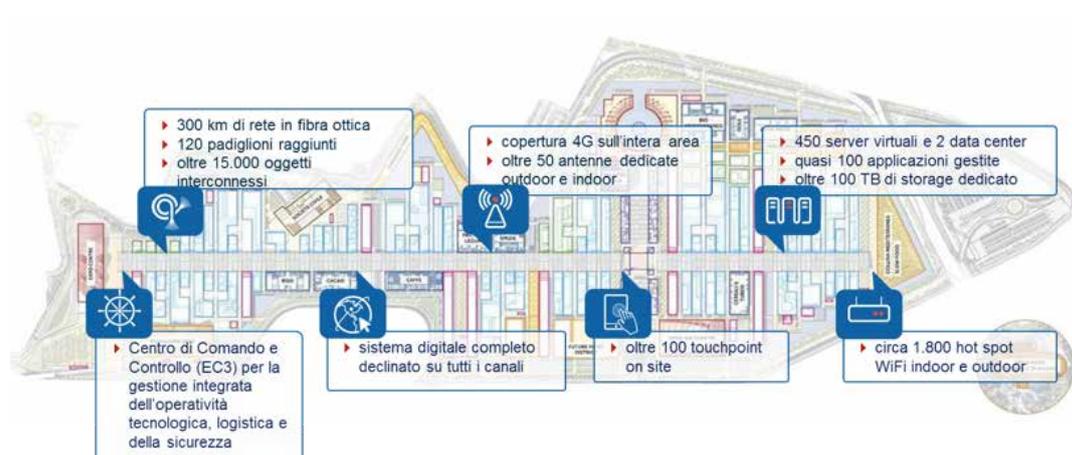
Su richiesta di Expo 2015, Telecom Italia ha svolto anche il ruolo di Security Operations Center per la gestione operativa della sicurezza informatica dell'evento. Grazie alla piattaforma tecnologica di security, all'efficienza del processo di gestione incidenti concordato alla collaborazione tra i vari attori coinvolti e all'efficacia delle contromisure, il volume degli incidenti informatici è stato ridotto di oltre l'80% tra l'inaugurazione e la conclusione e non sono occorsi incidenti classificabili come critici.

La metodologia

Il Business Value rappresenta l'ammontare dei ricavi di Telecom Italia derivanti da Expo 2015.

Il Social Value, pari a 51,6 milioni di euro, è così composto:

- ▶ 32,1 milioni: valorizzazione della sponsorizzazione in kind per Expo 2015.
- ▶ 10 milioni: sponsorizzazione Expo 2015.
- ▶ 6,5 milioni: contributo indiretto¹ a imprese e famiglie.
- ▶ 2,5 milioni: PIL generato dall'ammontare degli investimenti per la costruzione della rete in Expo 2015 moltiplicato per 0,93².
- ▶ 0,5 milioni: valorizzazione della sponsorizzazione in kind del Padiglione Italia.

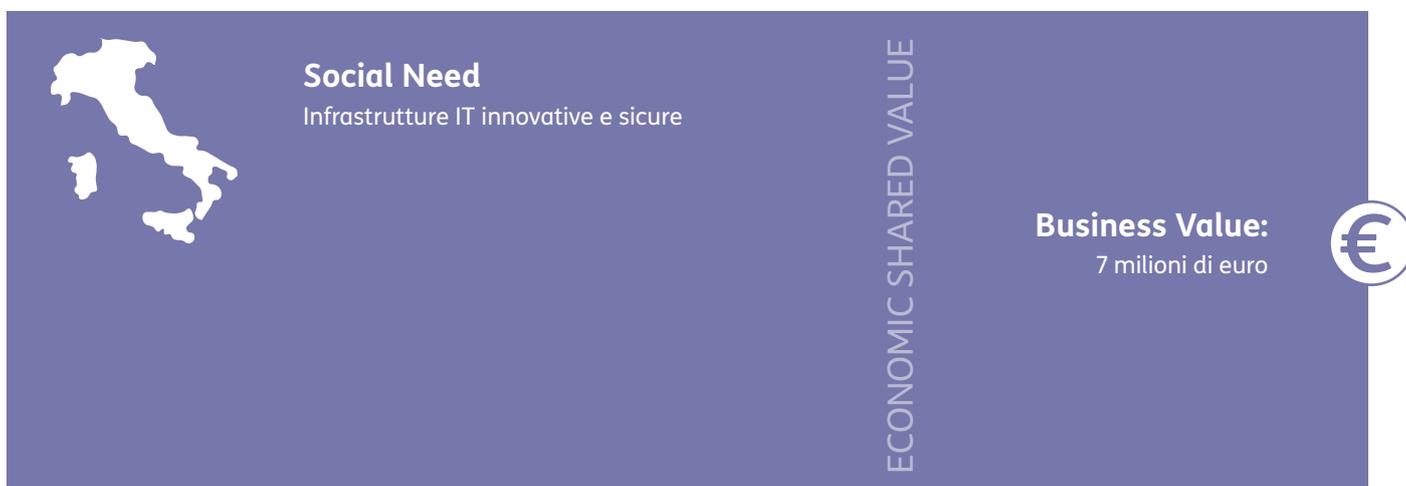


¹ Per il calcolo puntuale sono state considerate le retribuzioni contrattuali delle categorie merceologiche dei fornitori oltre alle risorse economiche distribuite alle imprese fornitrici in Italia, al netto del contributo indiretto alle famiglie.

² Impact of broadband on the economy, ITU, 2012 – National Broadband Plan in Germany. Il valore esprime gli euro di PIL generati per ogni euro investito per la realizzazione delle reti UBB e comprende gli impatti diretti (generati dalle imprese che costruiscono reti), indiretti (generati dalle imprese fornitrici) e indotti (generati dai maggiori consumi derivanti dagli impatti diretti e indiretti).



EXTENDED EXPO 2015



Lo scenario

Con il progetto Extended Expo, nato dalla volontà di estendere a tutto il territorio nazionale le best practices, in termini di soluzioni IT innovative realizzate per Expo Milano 2015 e per i Paesi partecipanti all'Esposizione Universale, sono stati realizzati oltre 500 contratti con aziende pubbliche e private per un valore di quasi 7 milioni di euro di ricavi.

Le oltre 500 aziende che hanno aderito al progetto Extended Expo hanno avuto a disposizione uno strumento innovativo (app mobile, portale web o soluzione di firma digitale) per affacciarsi nel mondo della Smart City e dare maggiore visibilità ai propri servizi e prodotti al cliente finale.

La metodologia

Il Business Value è dato dagli oltre 500 contratti stipulati a valle dell'evento.



PARTNERSHIP CON DIGITAL CHAMPIONS



Lo scenario

Il Digital Champion è una carica istituita dall'UE nel 2012. È un ambasciatore dell'innovazione, nominato da ciascuno Stato Membro e dalla Commissione Europea, allo scopo di promuovere i benefici di una società digitale inclusiva. I Digital Champions lavorano con i cittadini, le comunità, le imprese, i governi e il mondo accademico, promuovendo la diffusione del digitale nelle comunità, attraverso la promozione di competenze digitali in materia di istruzione e la promozione di servizi di e-government. Il Digital Champion italiano in carica, Riccardo Luna, ha deciso di nominare un digital champion in ogni comune italiano e ha lanciato il sito digitalchampions.it, punto di riferimento per la rete di attivisti, volontari, appassionati di digitale, con il compito di mobilitare il Paese.

La tecnologia digitale è il mezzo che abilita il cambiamento della società e l'iniziativa Digital Champions affronta il tema del digitale, sia come agente abilitante, che in termini di educazione e formazione, contribuendo a creare valore sociale (alfabetizzazione, educazione al digitale) ed allo stesso tempo valore economico (apertura di nuovi mercati/clienti).

Il Gruppo è socio fondatore dell'Associazione e in occasione della cerimonia di fondazione avvenuta il 20 novembre 2014 è stato riconosciuto come primo partner industriale. La vicinanza a questo progetto è mirata a stabilire una collaborazione fattiva con la rete di innovatori italiani presenti su tutto il territorio nazionale.

Digital Championship è il digital talent show ideato e realizzato assieme all'Associazione Digital Champions. Un tour di 6 tappe in occasione delle quali vengono ogni volta selezionati 5 Talenti Digitali del territorio che illustrano 5 best practice, in 6 minuti a testa, al fine di condividerle sui social e renderle replicabili.

Attraverso open call territoriali sono stati raccolti 100 progetti; per ognuna delle 6 tappe ne sono stati selezionati 5 che, durante l'evento live, hanno ricevuto le votazioni e i commenti di 4 giudici, 2 top manager del Gruppo e 2 personalità di spicco del territorio di riferimento.

Tutti gli appuntamenti sono stati trasmessi in streaming live e on demand su telecomitalia.com/digitalchampionship.

Alcuni numeri del progetto

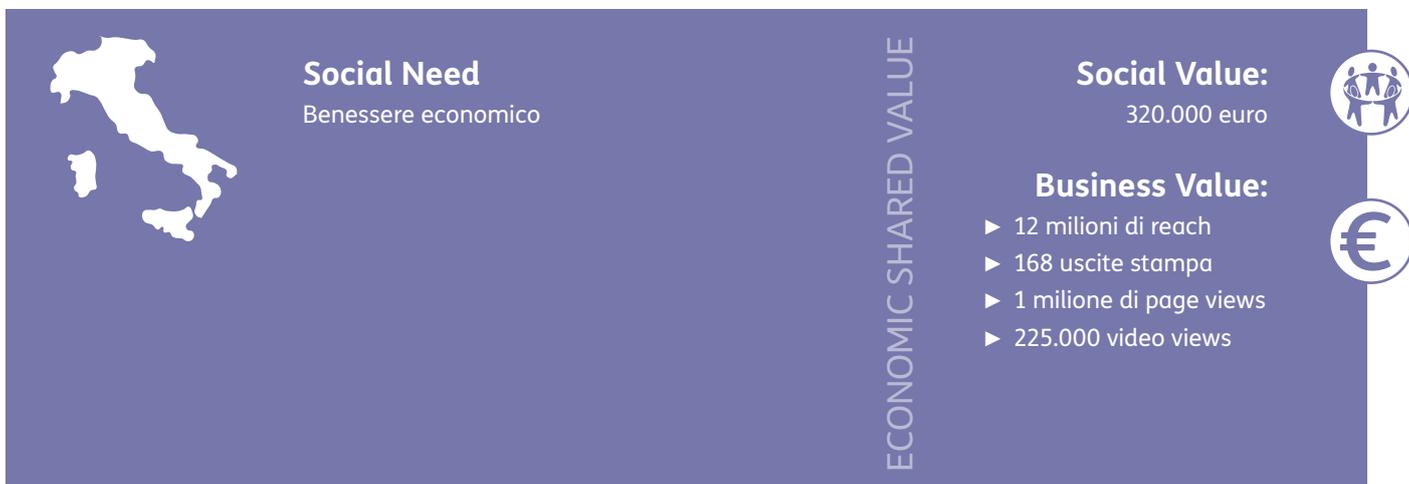
- 5.205 utenti streaming (live + on demand) anno 2015;
- 1.450 partecipanti fisici agli eventi anno 2015;
- 104.655 conversazioni generate su Twitter anno 2015;
- 300 dipendenti coinvolti.

La metodologia

Il Social Value è dato dagli investimenti effettuati da Telecom Italia per sostenere il progetto.



WithYouWeDo



Lo scenario

WithYouWeDo mette a disposizione di cittadini ed enti del terzo settore o del non-profit, uno strumento digitale e innovativo di raccolta fondi, con alcuni vantaggi tangibili rispetto alle altre piattaforme di crowdfunding già presenti sul mercato, coadiuvando progetti nei campi del sociale, della cultura e dell'ambiente. Non sono previste commissioni sull'importo donato e sono a disposizione dei partecipanti le condizioni aziendali previste per il Gruppo, che abbattano i costi per le transazioni sui sistemi di pagamento.

Per partecipare basta effettuare la registrazione al sito WithYouWeDo.telecomitalia.com e proporre il proprio progetto sul portale. Il team di WithYouWeDo, composto di esperti dell'Azienda e specialisti di piattaforme di crowdfunding, verifica e seleziona quelli ritenuti più idonei per ciascuna delle aree proposte (Innovazione Sociale, Ambiente, Cultura Digitale). I progetti selezionati vengono pubblicati online per almeno tre mesi, durante i quali si possono reperire i finanziamenti offerti dai donatori interessati.

L'Azienda garantisce un forte supporto di comunicazione e visibilità alle iniziative, attraverso le numerose community di riferimento ed attività speciali dedicate.

Per donare è sufficiente registrarsi sulla piattaforma fornendo la propria mail e una password, o utilizzando il proprio account Facebook, Google o LinkedIn. Le donazioni possono partire da 2 euro e raggiungere la soglia massima di 5.000 euro.

Alcuni numeri del progetto

- 900 donazioni
- donazione media superiore a 260 euro per persona
- media del goal dei progetti: 21.000 euro
- 2.400 utenti registrati
- 240 progetti presentati
- circa 1.000.000 pagine visitate
- circa 500.000 utenti unici
- oltre 400 proposte progettuali pervenute da enti e associazioni dal lancio a oggi
- nelle prime due call sono stati selezionati 27 dei primi 240 progetti pervenuti, a cui è stato garantito un contributo economico pari al 25% dell'obiettivo, con un massimo di 10.000 euro a progetto
- nella prima call ben 8 progetti su 15 hanno conseguito l'obiettivo previsto, raccogliendo oltre 270.000 euro (il 125% dell'obiettivo), comprensivi del contributo Telecom Italia di circa 55.000 euro.

La metodologia

Il Social Value è dato dagli investimenti effettuati da Telecom Italia per sostenere il progetto.



JOINT OPEN LAB (JOL)



Lo scenario

Il ruolo dell'innovazione diventa sempre più cruciale nelle dinamiche di crescita, performance e rinnovamento sostenibile di un'azienda, in termini di trasferimento di tecnologie avanzate verso il mercato, miglioramento sistematico del prodotto e del servizio, cambiamento radicale di un business e delle sue regole del gioco. I fattori distintivi della competitività, soprattutto in periodi di crisi finanziaria e industriale, sono sempre più legati a quanto un'azienda sia capace di innovare ed investire in innovazione.

In questo nuovo contesto i JOL ricoprono un ruolo chiave. Con il modello di "company on campus" incoraggiano una naturale osmosi tra mondo accademico ed industriale, in cui la co-progettazione ed il co-sviluppo delle soluzioni innovative diventano non il semplice risultato di un processo ma la sua fondamentale ragione di esistere.

La strategia

Telecom Italia ha avviato, all'interno della funzione di Innovation & Industry Relations, l'innovativo modello di cooperazione, promuovendo la realizzazione di diversi JOL distribuiti sul territorio nazionale e localizzati all'interno delle università italiane. In questo contesto le università svolgono un ruolo di terza missione, per favorire l'applicazione diretta, la valorizzazione e l'impiego della conoscenza e per contribuire allo sviluppo sociale, culturale ed economico della società.

Con i JOL, Telecom Italia è stata anticipatrice del paradigma della Open Innovation, in cui le nuove idee possano provenire da molteplici fonti, non sempre interne ai perimetri organizzativi classici. Una contaminazione diretta e continuativa, con un ecosistema allargato di attori, incoraggia una apertura del processo di creazione del valore che diventa veicolo indispensabile per sviluppare una intra-prenditorialità, che genera nuove opportunità per l'Azienda.

L'impronta multidisciplinare nelle partnership ha favorito, inoltre, un travaso di conoscenze e approcci al lavoro capaci di caratterizzare le nuove idee di business.

Grazie ai risultati ottenuti, alla partecipazione e coinvolgimento dell'ecosistema creato, il progetto JOL è stato rinnovato anche per il triennio 2016-2018, con la previsione di ampliamento a tre nuovi atenei italiani.

Nel triennio appena concluso (2013-2015), Telecom Italia grazie ai JOL ha ottenuto importanti risultati su sei direttrici di valore:

- market proposition: più di 10 idee innovative che nei JOL si sono trasformate in mature proposizioni di business e opportunità commerciali;
- financials: oltre 5 milioni di euro di finanziamenti a Telecom Italia, 1,6 milioni di euro di finanziamenti da parte dell'Azienda all'ecosistema universitario con cui collaborano i JOL;



- knowledge: 27 brevetti depositati, 4 brevetti depositati in ente di standardizzazione MPEG, 1 brevetto oggetto di SpinUp,
- international footprint: collaborazione con oltre 30 centri di eccellenza ed università estere, oltre 15 nazionalità nei team che compongono i JOL;
- way of working: travaso di nuove metodologie di lavoro applicate all'innovazione per l'accrescimento delle competenze interne all'Azienda;
- brand reputation: oltre 250 pubblicazioni, più di 20 eventi, 40 seminari di formazione presso i JOL, oltre 30 articoli al mese sui blog dei JOL, 2 Big Data Challenge che hanno visto coinvolti oltre 1.100 persone, 650 team internazionali e più di 40 team universitari.

La metodologia

Il Social Value è dato da:

- ▶ 450.000 euro investiti in materiali per il progetto JOL.
- ▶ 960.000 euro investiti in progetti di ricerca con le università del progetto JOL.
- ▶ 200.000 euro investiti in strutture per il programma JOL.



BANDA LARGA MOBILE



*I dati sopra riportati sono una prima stima soggetta ad approfondimenti successivi.

Lo scenario

In Brasile a fine 2014 si sono registrate 24 milioni di connessioni broadband fisse e 158 milioni di connessioni broadband mobili¹, che contribuiscono per circa l'87% alla diffusione della banda larga.

In questo contesto, TIM Brasil offre ai propri clienti soluzioni che permettono di rendere più efficienti i processi, migliorare l'innovazione tecnologica e aumentare la competitività ampliando contestualmente il numero dei posti di lavoro disponibili. TIM Brasil influenza quindi positivamente lo sviluppo della società brasiliana.

Tutti questi fattori generano un impatto positivo sul benessere e sulla crescita del prodotto interno lordo (PIL).

Un autorevole studio "The Mobile Economy - Latin America 2014" condotto dalla GSM Association ha evidenziato che in tutto il Sud-America l'incidenza del settore della telefonia mobile sull'andamento del PIL complessivo è rilevante e in costante crescita; più precisamente:

- nel 2013 il mobile valeva il 4,1% del PIL complessivo.
- nel 2020 la percentuale salirà al 4,5%.
- il valore relativo al 2013 è composto per l'1,35% dall'impatto diretto e per il 2,75% dall'impatto indiretto; in altre parole, l'impatto indiretto è circa il doppio di quello diretto.
- l'impatto sulla società che ne deriva è notevole. In particolare, il settore mobile impiega circa 2,2 milioni di persone, di cui circa 1 milione di posti di lavoro diretti e circa 1,2 milioni indiretti (rapporto 1:1,27).

TIM Brasil in particolare contribuisce a produrre circa lo 0,4% del PIL brasiliano (calcolando solo l'impatto diretto; considerando anche l'indiretto, si arriva ad un valore complessivo di 1,1%). Le attività dell'Azienda generano lavoro diretto per circa 13.000 persone in Brasile, mentre si stima che l'impatto indiretto in termini di posti di lavoro generati sia di circa 17.000 unità (superiore alla media Sud-America).

Nel 2015 gli sforzi di TIM Brasil si sono concentrati su quattro capisaldi:

- espansione: incremento della capacità delle antenne esistenti, installazione di nuove antenne e ampliamento della rete in fibra ottica;
- ottimizzazione della rete: adeguamento delle attrezzature e dei processi per minimizzare i rumori e le interferenze;
- flessibilità: misure preventive per evitare interruzioni del servizio;
- servizio al cliente: espansione e potenziamento dei canali di servizio.

¹ Totale connessioni 3G e 4G



I progetti relativi alla rete includono l'espansione della fibra ottica e una serie di misure integrate per rispondere alla crescente richiesta nazionale di trasmissione dati.

Nei prossimi anni il focus sarà sulla rete dati ad alta velocità (mobile broadband), con l'utilizzo di tecnologie 3G+ e 4G. A fine 2015 sono state raggiunte 411 città.

Solo nel biennio 2014-2015 gli investimenti in infrastrutture innovative sono stati oltre 2 miliardi di euro ed il piano previsto nel triennio 2016-2018 prevede circa 4 miliardi di euro in investimenti quasi interamente rivolti a una maggiore copertura 4G del Paese

La metodologia

Il Social Value è dato da:

- oltre 5 miliardi di euro: stima dell'impatto delle attività di TIM sul PIL del Brasile; più in dettaglio l'impatto diretto delle telecomunicazioni mobili è pari all'1,35%¹ del PIL locale. A tale valore è stata applicata la market share di TIM a fine 2015 (26,2%). Volendo considerare anche l'impatto indiretto il valore sarebbe di oltre 14 miliardi di euro (1,1% del PIL).
- Oltre 13.000 posti di lavoro diretti che aumentano a circa 30.000 considerando l'impatto indiretto.

Il Business Value è dato dal fatturato dei servizi innovativi.

¹ The Mobile Economy – Latin America 2014. GSMA.