

Vodafone Italia
2012-2013



Bilancio di

Sostenibilità



Indice

Vodafone Italia, il progetto 2012-2013	4
Testimonianza dell'Amministratore Delegato e del Presidente	6
Highlights	8
Vodafone Italia: profilo	10
Chi siamo e dove operiamo	12
Adattarsi alle dinamiche del mercato	13
Sostenibilità, Governance e dialogo con gli stakeholder	18
La sostenibilità in Vodafone Italia	22
La Governance di Vodafone Italia	27
Il contesto regolamentare	30
Le relazioni con Enti, Istituzioni e Associazioni	33
Il contesto legale	34
Il contributo di Vodafone Italia al Paese	36
Il contributo economico	38
Il contributo sociale	41
Il contributo ambientale	42
Innovazione e tecnologia	43
Smart Solution	46

Mercato	50
I mercati di Vodafone Italia	52
La relazione con il Cliente	58
I fornitori	66
Persone	68
Le persone di Vodafone Italia	70
La Collettività	84
Ambiente	92
Sviluppo della rete, territorio e ambiente	94
Efficienza energetica e carbon footprint	98
Vodafone Village	100
Utilizzo e gestione delle risorse	103
Risultati economici	106
Performance economiche e finanziarie	108
Indicatori di performance	114
Nota metodologica	131
Dichiarazione del Global Reporting Initiative sul livello di applicazione delle linee guide GRI-G3	132
Nota metodologica al capitolo “Il contributo di Vodafone Italia al Sistema Paese”	133
Obiettivi e risultati	134



Vodafone Italia, il progetto 2012-2013: dalla produzione partecipata ai laboratori sul territorio

Negli ultimi anni l'apparato iconografico del Bilancio di Sostenibilità di Vodafone Italia e del Fond of Life (il Bilancio di Missione della Fondazione Vodafone Italia) è stato realizzato in collaborazione con associazioni non profit.

Queste associazioni, grazie alle loro specifiche competenze e all'attivazione di laboratori su particolari tematiche, hanno contribuito a dare alle pubblicazioni un approfondimento di lettura e una visione omnicomprensiva delle attività e dei progetti rendicontati.

Sentivamo che era il momento di fare di più. Valorizzare le competenze di questi professionisti provenienti sia da realtà non profit che da realtà profit, da sempre attente ai segnali che giungono dal sociale, per lasciare una traccia più tangibile dell'impegno e dell'ascolto che caratterizza le scelte dell'azienda.

Così è nata la collaborazione con l'Istituto Penale per i Minorenni di Nisida. Con il direttore, gli insegnanti, gli educatori e tutto il personale ma soprattutto con i ragazzi di Nisida siamo andati alla ricerca di un dialogo e di esperienze professionali che potessero fornire uno spunto, un'apertura, una strada verso quel "dopo" tanto desiderato ma quasi altrettanto temuto.

Vodafone è rimasta a Nisida due settimane attivando due laboratori, distinti temporalmente ma strettamente interconnessi per modalità e contenuti. Nel corso della prima settimana è stato creato un laboratorio di fotografia e video curato da Image Factory, realtà non profit specializzata nell'attivazione di laboratori multimediali. Ogni giorno i ragazzi di Nisida hanno appreso le tecniche base di fotografia e di riprese video, hanno sperimentato i rudimenti del montaggio

video, sono diventati protagonisti e registi di immagini fotografiche e riprese video che sono confluite in queste pagine e nella versione digitale del progetto.

Nel corso della seconda settimana è stato attivato un laboratorio di scrittura in collaborazione con Scuola Holden, la scuola di scrittura creativa fondata a Torino da Alessandro Baricco. In quella settimana si è riflettuto con i ragazzi di Nisida sulla gravidanza e il significato di alcune parole – incontro e diversità, futuro e responsabilità, territorio e lavoro, tecnologia e dialogo, fiducia – concetti base legati alla realtà contemporanea, snodi forti di crescita per il singolo e per il Paese.

Insieme a Scuola Holden hanno facilitato questo percorso anche alcuni personaggi del mondo della letteratura e dell'arte: registi, scrittori, sceneggiatori, musicisti. Ognuno di loro è stato invitato a ragionare insieme ai ragazzi sui temi proposti e a portare la propria esperienza di artista e di persona alle prese con un mondo sempre più complesso.

Il risultato dei laboratori di Nisida lo si vede e lo si legge dentro le pagine di questi bilanci. Molto più di un progetto di produzione partecipata, i laboratori si sono rivelati un'esperienza umana fortissima di collaborazione e di crescita reciproca.

Un progetto che per Vodafone comincia a Nisida e che non si ferma, diventando la tappa di un cammino di avvicinamento, di ascolto e di condivisione delle voci del territorio.



Un contributo attivo al Paese



Paolo Bertoluzzo
CEO Vodafone Italia

A stylized, handwritten signature in white ink, consisting of a large 'P' followed by a series of loops and a horizontal line.

“Serve sempre uno sguardo di lungo periodo che garantisca la sostenibilità dell’impresa. Investire nello sviluppo sociale significa anche creare valore economico per gli azionisti in una prospettiva temporale più ampia. In questo modo si spiega la scelta di Vodafone di investire nel sociale, anche attraverso una Fondazione di impresa capace di fare “rete” con un ruolo sempre più attivo, attraverso l’integrazione di competenze e di contaminazioni tra diversi modi di pensare che accrescono nella società il valore della responsabilità collettiva. Le iniziative che sosteniamo non finiscono con l’esaurirsi del nostro investimento, ma devono poter avere seguito e continuare a creare valore, con l’ambizione di provocare un effetto moltiplicatore che le faccia crescere e sviluppare.”

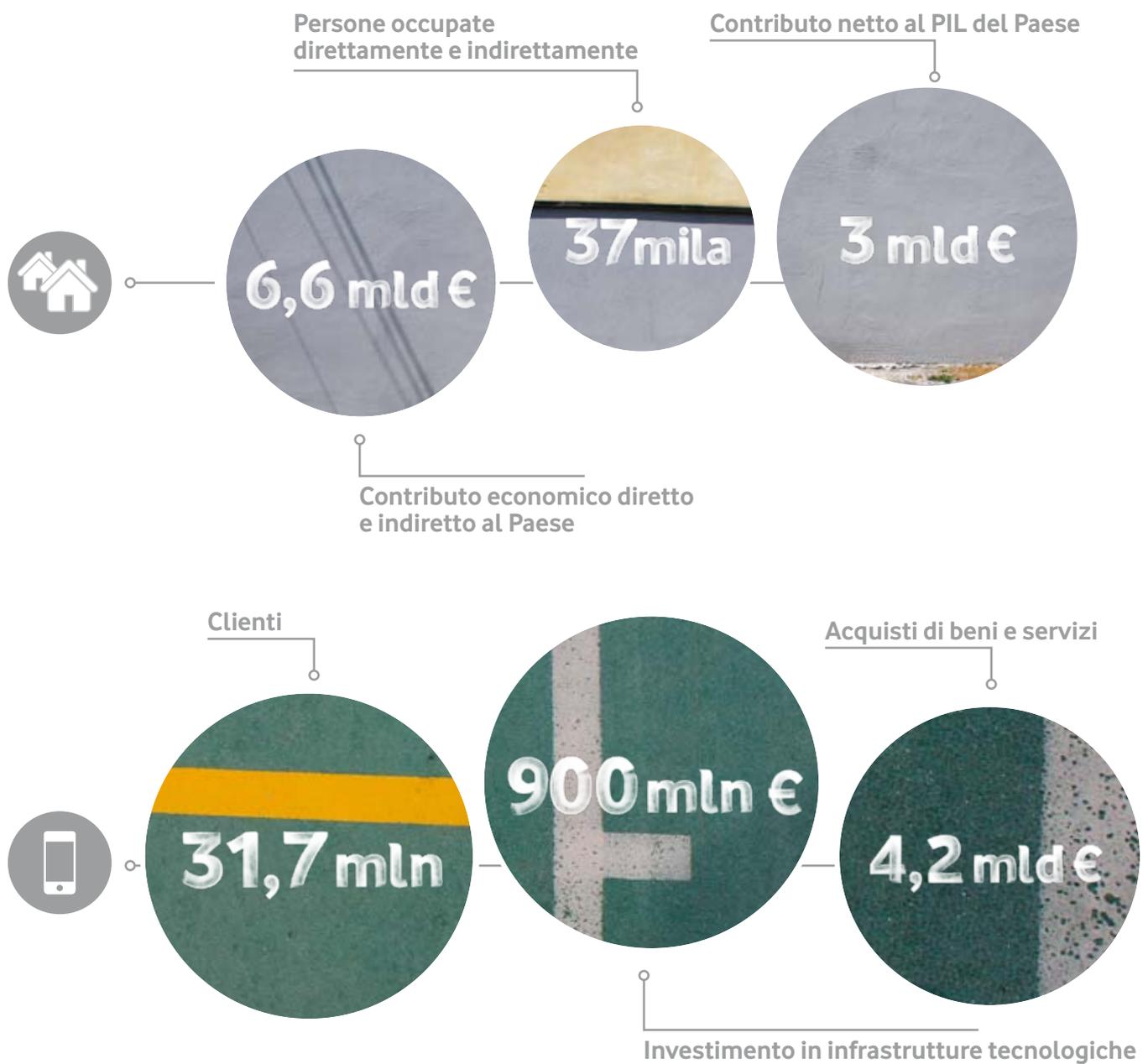


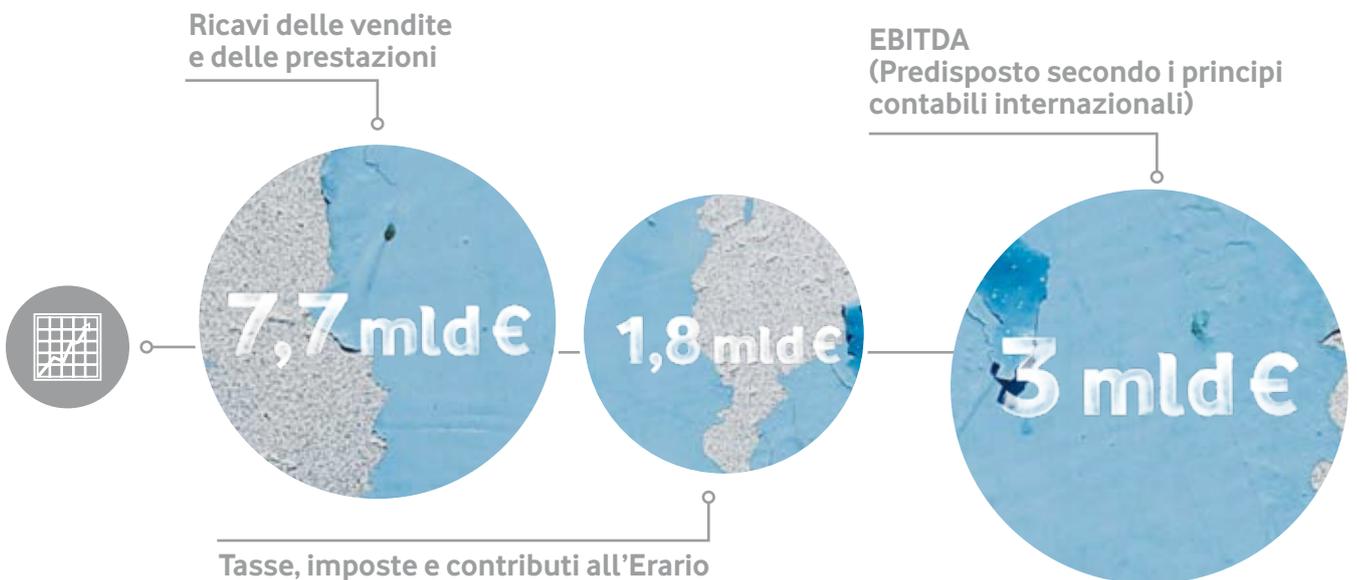
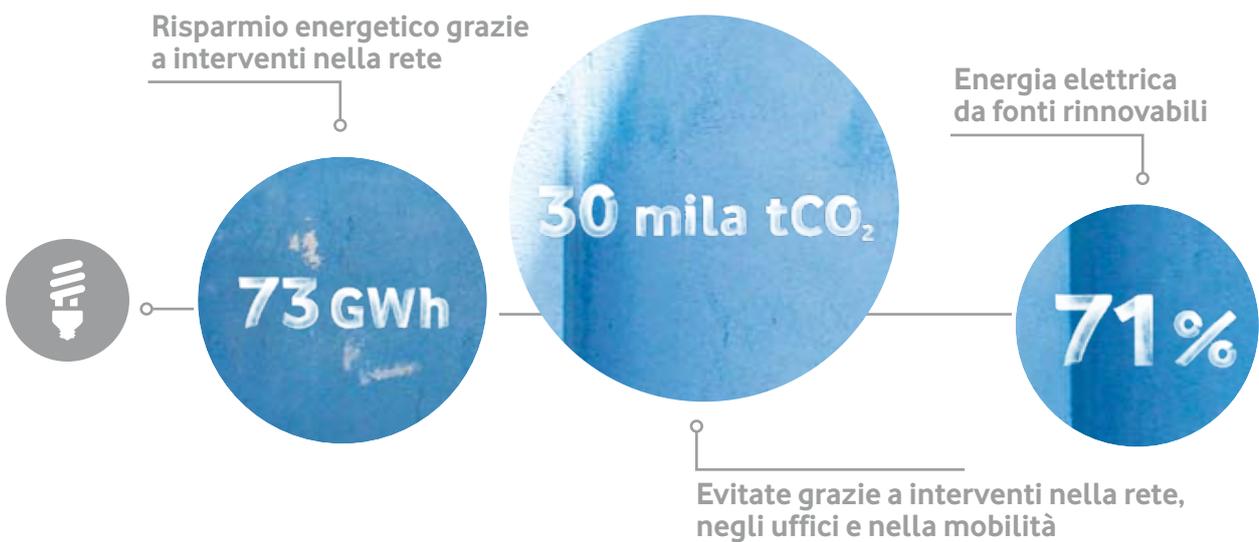
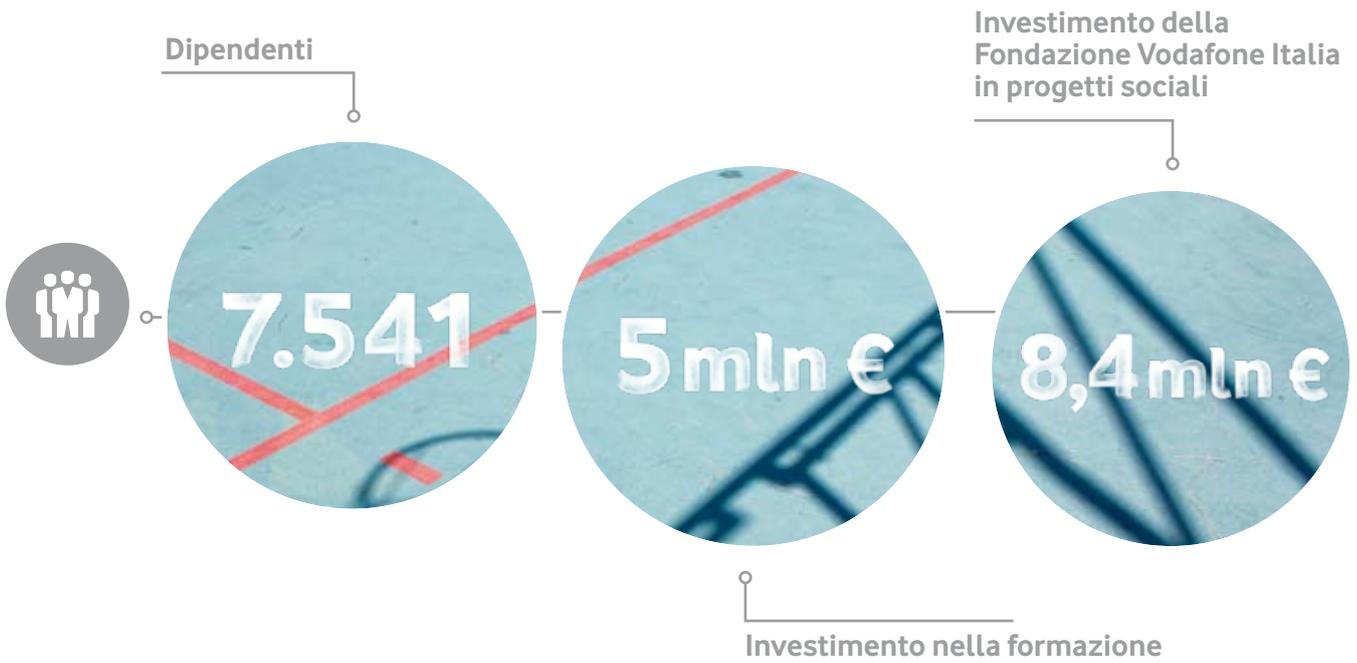
Pietro Guindani
Presidente Vodafone Italia

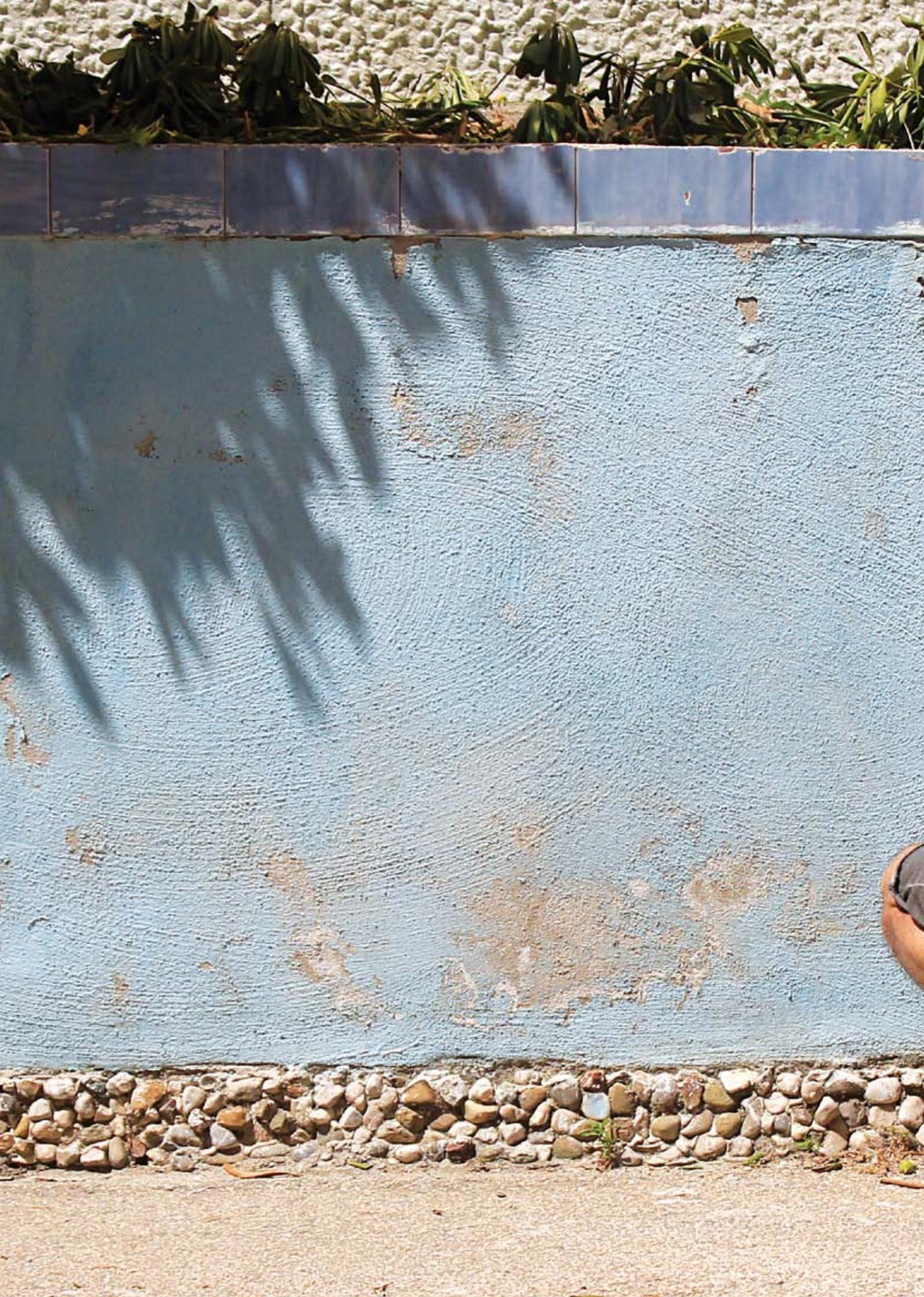
Pietro Guindani

“La cultura di Vodafone, per sua natura plasmata dal concetto di “rete”, è orientata a sviluppare valore condiviso grazie ad un modello collaborativo aperto verso tutti i propri interlocutori: il capitale umano delle persone che lavorano, il capitale sociale dei rapporti con i Clienti e la comunità del territorio, il capitale culturale della collaborazione a sostegno dell’ambiente e di una società più coesa, insieme con il capitale economico dell’attività di impresa. Questi i grandi temi che il Bilancio di Sostenibilità di Vodafone Italia e il Bilancio di Missione della Fondazione Vodafone Italia insieme vogliono affrontare, a riprova della cultura di impresa in cui crediamo e che vogliamo concretamente mettere in pratica.”

Highlights 2012-2013







Vodafone Italia:



Vodafone Italia: profilo

CHI SIAMO E DOVE OPERIAMO

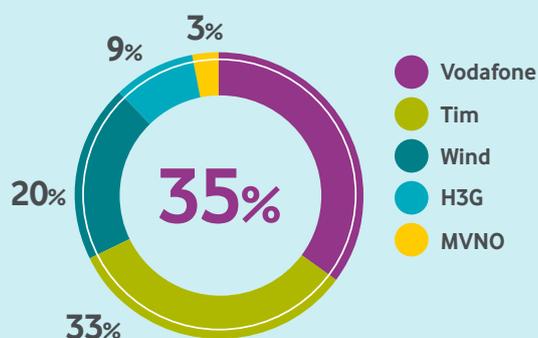
Dal 1995, anno della nascita, Vodafone Italia si è sempre distinta per l'approccio innovativo e i servizi offerti orientati al Cliente. Oggi, Vodafone Italia è un'azienda dinamica in cui si integrano il forte radicamento alla realtà italiana e la visione internazionale del Gruppo Vodafone, una delle principali società di comunicazioni mobili al mondo per ricavi, con circa 404 milioni di Clienti nei propri mercati controllati e in quelli controllati congiuntamente. Attualmente Vodafone ha partecipazioni in oltre 30 Paesi distribuiti in cinque continenti e più di 50 reti partner in tutto il mondo.

Con oltre 7.500 dipendenti, 8 Competence Center e più di 7.000 punti vendita distribuiti sull'intero territorio nazionale, al 31 marzo 2013 Vodafone Italia ha chiuso l'anno fiscale con ricavi delle vendite e delle prestazioni pari a 7,7 miliardi di euro. Complessivamente, Vodafone investe ogni anno nel Paese 900 milioni di euro in tecnologie, reti, infrastrutture e piattaforme evolute per la continua ricerca dell'eccellenza nel servizio ai Clienti, confermandosi il primo investitore estero in Italia.

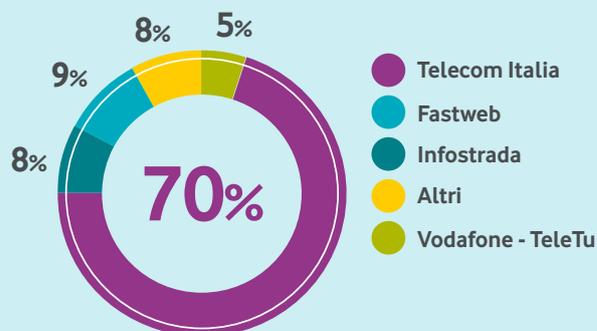
Vodafone Italia ha accordi di roaming internazionale con 545 operatori in 241 Paesi e la rete GSM-GPRS copre oltre il 98% del territorio, pari al 99,7% della popolazione.



Quote di mercato *mobile*



Quote di mercato *fisso*



Fonti: Company Internal Data, Deutsche Bank Overview of the Italian telecoms market (May 2013).
Quote di mercato calcolate sui ricavi del fiscal year 2012-13.

Adattarsi alle dinamiche del mercato

... INNOVANDO I SERVIZI

Nel corso dell'ultimo anno malgrado la riduzione dei ricavi registrata soprattutto nel segmento delle telefonia mobile, gli operatori hanno continuato ad investire (+6% rispetto al 2011). In particolare, Vodafone Italia ha investito 900 milioni di euro nello sviluppo di tecnologie (antenne BTS, Smallcells, HSPA+, ecc.), reti (reti in fibra, upgrade rete 3G e sviluppo rete 4G, ecc.) e piattaforme avanzate (software, hardware, cloud, ecc.).

Dopo l'acquisto delle frequenze 4G, Vodafone Italia ha iniziato a sviluppare la nuova tecnologia per consentire ai propri Clienti di migliorare notevolmente la fruizione di alcuni servizi in mobilità (come video streaming in HD, servizi cloud, video conferencing in mobilità, multiplayer online game). Vodafone Italia è stato il

primo operatore a lanciare i servizi dati 4G in Italia a fine ottobre 2012 a Milano e Roma e ad avere lanciato i servizi voce a gennaio 2013. A marzo 2013 erano ben 21 le città coperte dal 4G con l'obiettivo di estendere la copertura ad altre città ed alle località turistiche, estive ed invernali, entro l'anno.

La strategia di Vodafone Italia include anche gli investimenti nella rete fissa con il lancio della prima offerta commerciale in fibra ottica (100 Mbps in download e 20 Mbps in upload) in alcuni quartieri di Milano con l'obiettivo di coprire il 25% delle unità abitative entro fine anno e la copertura dell'intera città entro il 2015. Nei mesi successivi la strategia prevede di coprire anche altre città italiane.

La roadmap tecnologica di Vodafone Italia

Settembre 2011: l'azienda ha partecipato all'asta indetta dal Ministero dello Sviluppo Economico per l'assegnazione delle frequenze 4G, aggiudicandosi lotti nello spettro 800, 1800 e 2600 Mhz.

Aprile 2012: è stata completata la copertura sperimentale in 4G di Ivrea, la prima città italiana dotata della rete *mobile* di ultima generazione.

Ottobre 2012: Vodafone Italia ha lanciato la prima offerta commerciale per la rete 4G, che copre, a marzo 2013, 21 dei principali capoluoghi italiani.

Gennaio 2013: Vodafone è il primo operatore in Italia ad offrire la connettività 4G anche su smartphone.

Marzo 2013: Vodafone Italia ha registrato 2,5 milioni di Clienti sulla rete fissa.

Aprile 2013: l'azienda ha lanciato in alcuni quartieri di Milano il proprio servizio in Fibra Ottica a 100 megabit al secondo in download e 20 in upload con tecnologia FTTH (Fiber to the Home).

... DEFINENDO LE PRIORITÀ DI BUSINESS

Nell'ultimo anno, Vodafone ha continuato a consolidare la propria strategia di business con l'obiettivo di mantenere la leadership nella comunicazione e nella connettività e fornire la migliore esperienza al Cliente per incontrarne la soddisfazione e la fedeltà. Per fare questo, Vodafone ha continuato a:

- sostenere lo sviluppo dei servizi multimediali, senza tralasciare l'evoluzione del core business;
- espandersi nel settore dei dati e della rete fissa;

- garantire un presidio univoco e omogeneo della propria customer base, organizzando le aree di responsabilità in funzione dei mercati obiettivo;
- indirizzare risorse e competenze verso innovazione e attività rivolte alla clientela Business;
- rendere più fluidi i processi interfunzionali all'interno dell'azienda e con i partner commerciali e tecnologici;
- migliorare l'efficacia e l'efficienza operativa anche all'interno del Gruppo e nelle relazioni con le altre aziende del Gruppo.

Le attuali tendenze nel mercato delle telecomunicazioni

In uno scenario che, a livello mondiale, vede il settore delle telecomunicazioni continuare ad incrementare volumi e ricavi e ad espandersi nel traffico voce, SMS e dati (+80% rispetto all'anno precedente del traffico *mobile* di dati), gli operatori italiani hanno visto ridurre i propri ricavi del 5% rispetto all'anno precedente, con una diminuzione di quelli da rete *mobile* pari al 5% e da rete fissa pari al 4,3%. Nel mercato *mobile*, le principali componenti di questa forte contrazione sono riconducibili a tre elementi: la condizione macroeconomica sfavorevole che ha ridotto la capacità di spesa delle famiglie, la dinamica competitiva dei prezzi e l'impatto dell'intervento regolatorio che ha prodotto una riduzione delle tariffe di terminazione di quasi il 60% nell'ultimo anno. I prezzi del servizio *mobile* hanno registrato una forte decrescita su base annua con un trend opposto rispetto all'andamento generale dei prezzi al consumo. L'Italia è il mercato dove il ricavo per minuto *mobile* è sceso di più negli ultimi cinque anni. L'Italia offre i prezzi più bassi a livello UE5 per il servizio di banda larga *mobile*, il che ha contribuito a renderlo il mercato più penetrato

da questo servizio. In termini di volumi, il numero delle linee voce mobili in Italia ha continuato a crescere con un numero di SIM di circa 97,7 milioni, in crescita dell'1,2% rispetto al 2011. Il traffico telefonico *mobile* (più di 96 miliardi di minuti nell'anno) risulta in aumento del 2% rispetto al 2011 come anche gli SMS inviati (circa 77,5 miliardi) in crescita rispetto all'anno precedente (+3%). Nel 2012 è ulteriormente aumentato il trend del traffico dati in mobilità con un incremento di oltre il 33% dovuto anche all'elevata penetrazione di smartphone e tablet ed ai servizi Internet in mobilità. Nel mercato della rete fissa, il numero degli accessi diretti alla rete è diminuito del 4,2%, mentre gli accessi alla banda larga fissa hanno registrato una crescita dell'1% (pari a 100 mila linee) rispetto all'anno precedente. La penetrazione della banda larga fissa nelle famiglie italiane è ancora bassa (55% rispetto alla media UE5 del 70%, con ben 31 punti percentuali di differenza verso la Francia che ha il più alto tasso di penetrazione) dovuta ad un ritardo strutturale rispetto agli altri Paesi.⁽¹⁾

(1) Fonti: Rapporto sulla filiera delle telecomunicazioni in Italia 2013 – Asstel, Analysys Mason, Overview of the Italian Telecoms market, 14th conference May 2013 – Deutsche Bank, IDC EMEA database, Rapporto Annuale ISTAT 2013, ISTAT – i.STAT database 2013, GSMA *mobile* economy 2013

... INNOVANDO L'ORGANIZZAZIONE DELL'AZIENDA

Tutto ciò si è tradotto in modifiche organizzative che hanno l'obiettivo di semplificare i processi e creare nuove entità, in linea con la strategia aziendale. In primo luogo, è stata introdotta la figura del Chief Commercial Officer, responsabile delle Business Unit Commerciali (Consumer Mobile, Residential, Enterprise, Wholesale e Commercial Operations) con lo scopo di ottenere una crescente focalizzazione sulle strategie commerciali, sullo sviluppo dei prodotti innovativi e dunque sulla loro delivery.

All'interno della Business Unit Consumer Mobile, è stata modificata la struttura di Marketing, con l'obiettivo di potenziare la strategia di acquisizione di nuovi Clienti, favorire l'integrazione dell'offerta su tutti i segmenti e potenziare la gestione della Customer Base. È stata creata una struttura di Customer Value Management con lo scopo di implementare con maggiore efficacia le campagne di fidelizzazione sui Clienti. Inoltre, al fine di focalizzare ed aumentare la spinta commerciale su tutti i canali, sono state riorganizzate le strutture di vendita diretta e indiretta, accentrandone la strategia nelle strutture centrali.

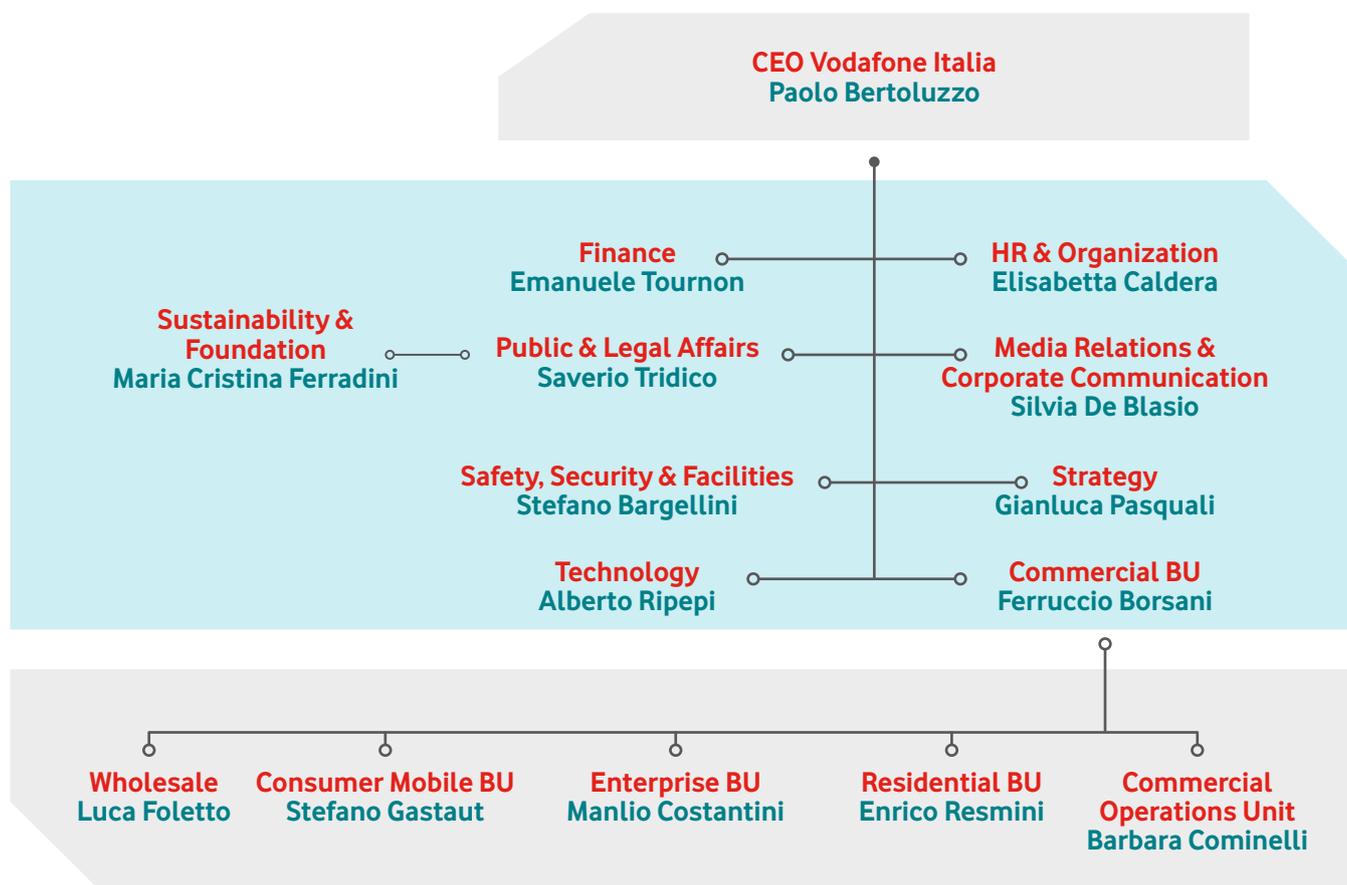
Ancora, è stato semplificato il processo di sviluppo prodotti con l'obiettivo di ridurre i tempi di rilascio dei nuovi prodotti, semplificare le relazioni tra i dipartimenti e ottimizzare le risorse economiche. Il nuovo processo ha comportato cambiamenti

organizzativi cross funzionali, in particolare per la funzione Commercial Operations e la Direzione Technology.

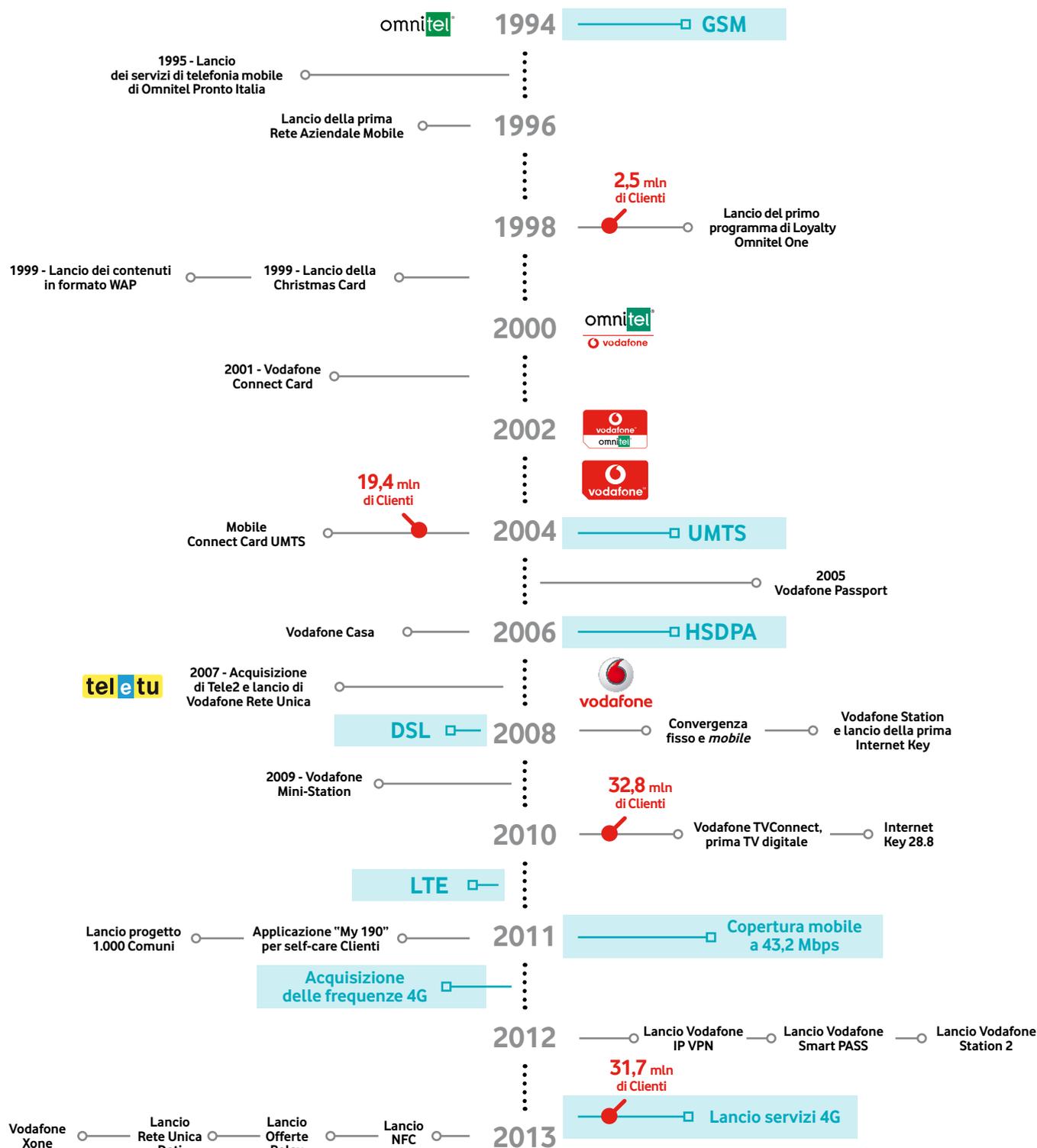
La struttura organizzativa di TeleTu è stata accorpata a quella di Vodafone per favorire la crescita del segmento Residential e, in ottica di miglioramento continuo, sono state promosse numerose modifiche organizzative nelle strutture di Staff, con l'obiettivo di ridurre i livelli gerarchici e velocizzare i processi decisionali e di comunicazione, integrando azioni locali con il piano di Gruppo.

Infine si ricorda che dall'1 ottobre 2013 Paolo Bertoluzzo, CEO di Vodafone Italia e Sud Europa, ha assunto il ruolo di Chief Commercial and Operations Officer del Gruppo Vodafone, a diretto riporto del CEO di Gruppo Vittorio Colao, con la responsabilità di guidare la strategia commerciale e operativa, nonché le iniziative di innovazione e trasformazione di Vodafone a livello mondiale per i diversi mercati e segmenti.

Paolo Bertoluzzo continua a mantenere il ruolo di Amministratore Delegato di Vodafone Italia fino al 31 dicembre 2013. Il designato Amministratore Delegato Aldo Bisio assumerà la guida della squadra di Vodafone Italia a partire da gennaio 2014.



I CONTRIBUTI ALL'INNOVAZIONE E AL MERCATO DI VODAFONE ITALIA



Innovazioni di prodotto/servizio

Evoluzione tecnologica



**Sostenibilità, Governance
e dialogo con gli**

STAKEHOLDER





Maria Cristina Ferradini
Head of Sostenibilità e Fondazione
Vodafone Italia



Serena Ceccarelli



Nancy Busellato



Chiara Bondioli

La sostenibilità in Vodafone Italia

Sostenibilità per Vodafone Italia significa investire in tecnologie innovative per migliorare la qualità di vita delle persone fornendo servizi di comunicazione in grado di contribuire allo sviluppo sociale, alla tutela dell'ambiente e sostenere gli stati più deboli della società.

Vodafone Italia ha scelto un approccio alla sostenibilità di lungo periodo, di integrazione con il business, con il territorio e il tessuto sociale nel quale l'azienda opera, con l'obiettivo di creare un progetto di impresa sostenibile, consapevole di essere parte di un sistema di imprese al cui successo vuole contribuire attraverso la creazione di valore condiviso. Le logiche di sviluppo e l'adozione di iniziative e comportamenti sostenibili sono ispirate dalla visione e dagli obiettivi strategici definiti insieme al Gruppo Vodafone.

Vodafone ha definito dei principi che indicano le modalità attraverso le quali l'azienda opera, nel rispetto delle leggi e degli standard internazionali universalmente riconosciuti: i **"Business Principles"** esprimono l'impegno dell'azienda e di tutte le sue persone nel voler condurre una corretta politica imprenditoriale nei confronti di tutti gli stakeholder.

La **"Vodafone Way"** rappresenta il motore culturale di Vodafone che ispira l'approccio al lavoro dentro e fuori l'azienda. Esprime il modo di operare, di rapportarsi con i Clienti, la quotidiana aspirazione nel voler individuare e raggiungere nuovi traguardi ponendo al centro di ogni scelta strategica il Cliente e impegnandosi ad operare con efficacia, velocità e secondo logiche di reciproca fiducia.

L'approccio di Vodafone Italia alla sostenibilità, descritto nel presente bilancio in termini di strategia, obiettivi e performance, è sviluppato in linea con i principi dello Standard AA1000 AccountAbility Principles Standard 2008, emanato da AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability):

- **Inclusività:** Vodafone Italia favorisce la partecipazione degli stakeholder allo sviluppo e al raggiungimento di una risposta responsabile e strategica sulla sostenibilità.
- **Materialità:** Vodafone Italia ha in essere un processo articolato per valutare la rilevanza dei temi per l'organizzazione e per i propri stakeholder, allineato a quello decisionale e di sviluppo della strategia.
- **Rispondenza:** Vodafone Italia risponde ai temi sollevati dagli stakeholder che hanno a che fare con la propria performance, che si realizza attraverso decisioni, azioni, risultati, nonché attività di comunicazione con gli stakeholder.

L'approccio alla sostenibilità di Vodafone Group

VISION

Unleash the power of Vodafone to transform societies and enable sustainable living for all.

Vodafone Group approach and current focus areas

Delivering transformational solutions.

Mobile technology can change the way people live. We will innovate to improve access to finance,

education and healthcare; improve efficiency in agriculture and working; deliver low carbon solutions.



Operating responsibly and ethically.

By acting with honesty and integrity, we know we will achieve more for our business and our customers,

and gain the necessary trust needed to transform society.



QUALI SONO I TEMI DI SOSTENIBILITÀ RILEVANTI PER VODAFONE ITALIA

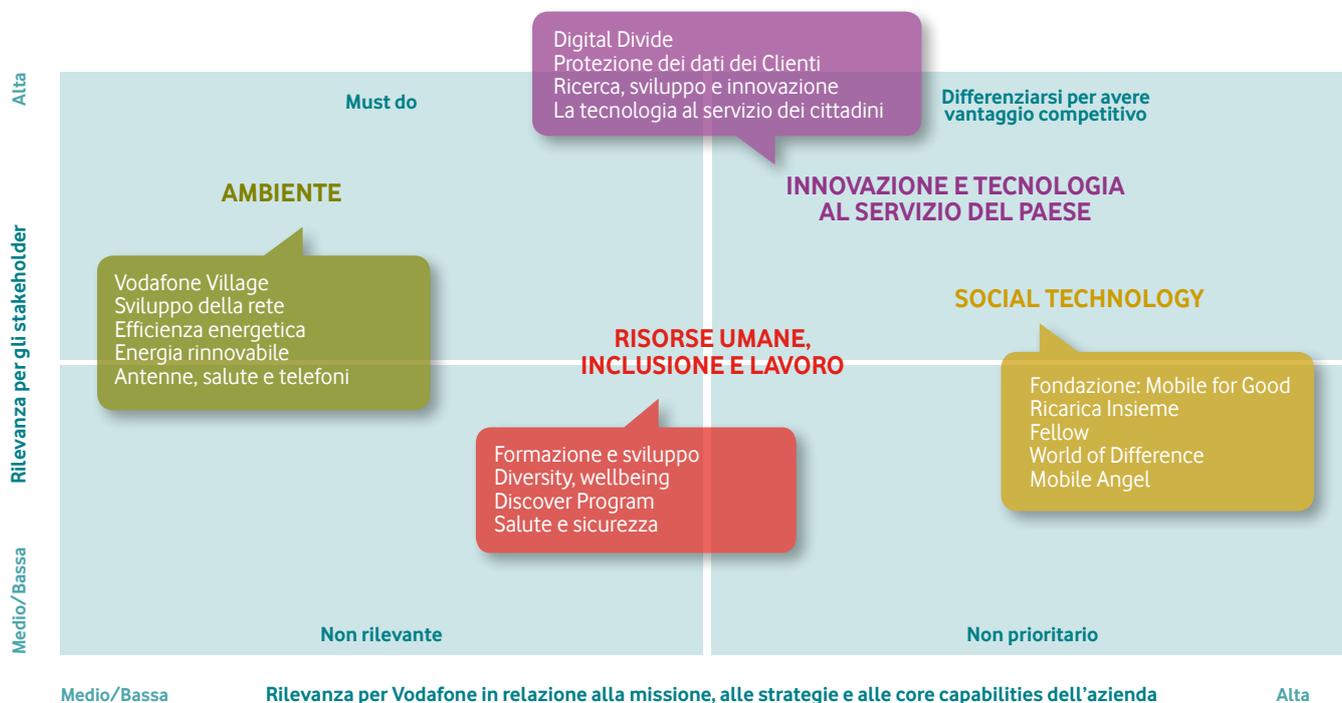
Le attività svolte da Vodafone Italia (e rendicontate nel bilancio) sui temi di sostenibilità sono quelle che risultano essere di maggiore interesse in termini di rilevanza (o "materialità") per l'azienda e per gli stakeholder. Per individuarle, la funzione **Sostenibilità e Fondazione**, guidata da **Maria Cristina Ferradini**, insieme al management aziendale, ha elaborato una "matrice di materialità" che classifica secondo questi parametri i temi di sostenibilità più rilevanti per Vodafone Italia.

L'importanza di ciascun tema è stata valutata tenendo in considerazione da un lato la Missione, le Strategie e le Core Capabilities dell'azienda, dall'altro le istanze e le aspettative

sollevate dagli stakeholder. Per ciascuna area di riferimento, sono stati avviati specifici progetti, rappresentati nella seguente mappa e rispetto ai quali è dedicato un approfondimento specifico all'interno dei capitoli seguenti.

L'analisi di materialità è stata svolta anche in sinergia con il Gruppo Vodafone. A livello di Gruppo, infatti, viene elaborata una matrice di materialità sulla base delle indicazioni fornite dal GeSI (Global e-Sustainability Initiative) del quale Vodafone è membro e degli input provenienti dalle funzioni responsabili della sostenibilità dei singoli Paesi.

MATRICE DELLA SOSTENIBILITÀ



GLI STAKEHOLDER DI VODAFONE ITALIA: ASCOLTO E COINVOLGIMENTO

Con l'obiettivo di creare relazioni mutuamente favorevoli, basate sulla trasparenza, la fiducia e il consenso nelle decisioni, Vodafone Italia opera da diversi anni ponendo particolare attenzione all'ascolto, al dialogo e alla rendicontazione trasparente verso tutti i propri stakeholder: dipendenti, Clienti,

azionisti, partner commerciali e fornitori, governi, autorità, media e opinion leader, comunità, società, rappresentanti per la tutela dell'ambiente e del territorio.

In particolare nel periodo di riferimento sono state realizzate alcune attività di ascolto e dialogo, tra le quali si segnalano:

DIPENDENTI

Come sono coinvolti...

L'azienda dialoga con i dipendenti in modo continuativo durante tutto l'anno attraverso numerosi strumenti che, oltre ad offrire informazioni sulle iniziative e l'andamento dell'azienda, lasciano spazio anche alla condivisione di idee proposte e suggerimenti. Fra i principali strumenti utilizzati dalla Comunicazione Interna ricordiamo la nuova Intranet HUB, una mailbox dedicata, il social network Noilab.

Diverse anche le iniziative pensate e sviluppate per le persone di Vodafone Italia fra le quali un programma di welfare, una serie di incontri via webcast sui principali temi di wellbeing e il progetto Make it Easy finalizzato a raccogliere dai propri dipendenti idee innovative per semplificare i processi aziendali. Anche l'accordo per l'avvio della trasformazione organizzativa avviata a marzo 2013 è stato frutto di un dialogo intenso e costruttivo che ha visto momenti di confronto.

CLIENTI

Come sono coinvolti...

L'ascolto del Cliente avviene mediante l'uso di diversi strumenti utili a rendere un servizio sempre migliore e garantire una *customer experience* sempre positiva.

Tra questi, le ricerche di mercato, la misurazione della *customer satisfaction* e il Servizio Clienti rivestono un'importanza fondamentale. In particolare, i canali di contatto con il Cliente comprendono i servizi in mobilità, il sito web, i Social Network, l'SMS e il Customer Care tradizionale.

FORNITORI

Come sono coinvolti...

Oltre ai normali canali di contatto, il coinvolgimento dei fornitori avviene anche per diffondere valori etici. Tutti i potenziali fornitori devono accettare il Code of Ethical Purchasing adottato da Vodafone Italia e definito a livello di Gruppo. Inoltre, tutti i fornitori sono sottoposti a un processo di qualifica e valutati per alzare il livello di qualità dei prodotti e dei servizi offerti.

ISTITUZIONI

Come sono coinvolte...

Vodafone mantiene un dialogo costante con le Istituzioni attraverso una specifica funzione aziendale, partecipando attivamente a consultazioni pubbliche, tavoli di lavoro e altre iniziative utili alla definizione delle politiche pubbliche di telecomunicazione.

La collaborazione con le Istituzioni avviene anche mettendo a disposizione il proprio Security Operation Center come contact center a disposizione degli organi governativi per attività di pubblica sicurezza o di gestione delle emergenze.

AMBIENTE

Come è coinvolto...

Il Gruppo Vodafone svolge una survey su come gli stakeholder percepiscono l'azienda in relazione agli aspetti che riguardano i campi elettromagnetici. Come ogni anno, Vodafone Italia partecipa a questa ricerca segnalando quali esperti o enti intervistare.

In merito allo sviluppo della propria rete, Vodafone Italia dialoga e collabora con gli enti locali preposti al fine di considerare sempre al meglio le specifiche istanze dei territori.

MERCATO

Come è coinvolto...

Vodafone Italia utilizza diversi strumenti anche per comunicare con i propri azionisti e con il mercato. Tra questi, rientrano i comunicati stampa e le periodiche comunicazioni sull'andamento della gestione aziendale.

Per maggiori dettagli sulle attività di dialogo con gli stakeholder si rimanda ai contenuti dei capitoli dedicati alle diverse tematiche.

La Governance di Vodafone Italia

GLI ORGANI SOCIALI

L'architettura di Corporate Governance di Vodafone Italia è coordinata dal Consiglio di Amministrazione, al quale competono le principali decisioni strategiche, gestionali e operative, oltre alla costante verifica del corretto andamento aziendale. Il Consiglio di Amministrazione di Vodafone Italia è eletto dall'Assemblea dei Soci ed è composto, ai sensi del patto parasociale tra gli azionisti, da 9 membri di cui 7 nominati dal Gruppo Vodafone (4 scelti

tra membri del management aziendale, 3 del management di gruppo) e 2 nominati dall'azionista di minoranza (Verizon). Tutti gli Amministratori sono legali rappresentanti della Società.

Gli altri organi sociali previsti sono l'Assemblea dei Soci e il Collegio Sindacale; la società di Revisione si affianca ad essi nelle attività di controllo contabile.

I COMITATI

In seno al Consiglio di Amministrazione sono stati creati i seguenti comitati:

- il Comitato per il Controllo Interno ("Audit Committee"): in particolare, supervisiona il corretto adempimento da parte del management dei propri doveri in materia di integrità delle informazioni contabili e finanziarie, l'efficacia del sistema di controllo interno, l'attività svolta dalla funzione Internal Auditing e della società di revisione e la conformità di Vodafone Italia ai requisiti di legge, di statuto e regolamentari;
- il Comitato per la Remunerazione ("Compensation Committee"): ha il compito di fornire al Consiglio raccomandazioni circa le politiche di remunerazione del senior management, approvare la remunerazione dell'Amministratore Delegato, del CFO, del CIO e dell'HR Director, nonché approvare i piani azionari e di incentivazione.

Il Consiglio, inoltre, si avvale del supporto di alcuni Comitati esterni con un ruolo consultivo in specifiche materie di business e performance economico-finanziaria, assicurando un efficace dialogo e un'immediata interazione tra le differenti funzioni aziendali. Tra i Comitati più importanti, ci sono:

- il Comitato Esecutivo: ha il compito di monitorare la performance di Vodafone Italia; assicura il confronto sulle maggiori tematiche aziendali strategiche e operative e la comunicazione tra le varie direzioni per il raggiungimento degli obiettivi di Vodafone Italia, in coerenza con la strategia del Gruppo Vodafone;
- il Comitato Affari Pubblici e Istituzionali: discute le maggiori questioni in materia regolamentare, legale, istituzionale e pubblica oltreché in materia di responsabilità sociale (Corporate Responsibility).

IL SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO

Il Consiglio di Amministrazione è responsabile del sistema di controllo interno, di cui stabilisce le linee di indirizzo e verifica l'adeguatezza oltre che l'effettivo e corretto funzionamento, assicurando la corretta identificazione e gestione dei rischi aziendali. A tal fine il Consiglio si avvale del supporto del Comitato per il controllo interno (Audit Committee) e della funzione Internal Audit per assicurare un costante monitoraggio del sistema di controllo interno. In tema di compliance, dal momento che la capogruppo Vodafone Group Plc è quotata alla borsa di New York (NYSE), anche nel corso del 2012/13 Vodafone Italia ha messo in atto le iniziative di valutazione dei rischi e dei controlli atti a garantire la compliance con quanto previsto dalla Sarbanes Oxley Act (SOX); i criteri individuati per la determinazione dei conti contabili e dei processi che ricadono

nell'ambito di applicazione della SOX sono stati non soltanto il loro grado di materialità, ma anche il relativo livello di rischio. Le attività di revisione si sono focalizzate su 11 processi di Business, 9 dei quali in scope per Vodafone Italia. Quest'anno, i risultati finali non hanno evidenziato criticità e questo ha consentito a Vodafone di ottenere anche per l'anno fiscale 2013 la certificazione SOX da parte della società di revisione.

Il sistema di controllo interno della società si completa con il c.d. "modello organizzativo 231", il cui ambito applicativo, basato sulle disposizioni e prescrizioni contenute nel D.Lgs. n. 231/2001 sulla responsabilità amministrativa degli enti, si configura come paradigma comportamentale di tutti coloro che agiscono in nome e per conto della Società. Di esso è parte integrante il

Codice Etico della Società, che si affianca in modo coerente ai principi comportamentali richiamati dal Code of Conduct del Gruppo Vodafone. Sul funzionamento e sull'osservanza del modello vigila l'Organismo di Vigilanza, che ha continuato a supervisionare le attività di audit volte a testare l'efficacia dei protocolli di controllo previsti dal Modello, l'emissione di norme e procedure aziendali volte a garantire il rispetto del Modello e del Codice Etico (formulando i più opportuni suggerimenti ai fini della loro revisione) e le attività di formazione e comunicazione interna sui contenuti del Modello e del Codice Etico, tra i quali figurano anche tematiche anti-corruzioni. Tra queste, si ricorda anche l'emissione, a cura del dipartimento Internal Audit, dell'ottava edizione della Newsletter 231, lo strumento nato per informare i dipartimenti aziendali su ciò che accade all'interno e all'esterno di Vodafone in tema di responsabilità amministrativa degli enti. La diffusione è avvenuta anche attraverso la pubblicazione sia sulla intranet, sia sul sito Internet www.vodafone.it.

Nel corso dell'anno, per effetto del nuovo approccio "risk-based" alla compliance adottato dal Group Policy Compliance Committee, è stata condotta dalla funzione Internal Audit una

Policy Compliance Review, che si è focalizzata sulla verifica di conformità alle policy considerate ad alto rischio ("high risk"). L'attività, che ha confermato un buon livello di compliance della Società, ha permesso di effettuare test anche su alcuni controlli che sono parte integrante del modello organizzativo 231 della Società, con particolare riferimento alle policy Anti-Bribery, Health & Safety, Electromagnetic Fields.

Infine, nel corso dell'esercizio fiscale, con riferimento al nuovo reato di corruzione tra privati, l'azienda, recependo la proposta dell'Organismo di Vigilanza, ha avviato le procedure per lo svolgimento del risk assessment al fine di integrare il Modello Organizzativo con i più elevati standard di controllo, peraltro già implementati in conformità ai requisiti dello UK Bribery Act. In tale ambito, saranno svolte interviste a senior manager durante le quali sarà erogata anche formazione per la prevenzione della corruzione. Sempre in tema di formazione del personale per la prevenzione dei reati di corruzione, è stato avviato lo sviluppo di un corso di formazione in modalità e-learning sul D.Lgs. n. 231/2001 e sul relativo modello organizzativo adottato dalla Società, che riguarderà anche la sezione Anti-Bribery.

I Codici di condotta di Vodafone Italia

Oltre al Codice Etico aziendale, altri codici e policy a livello locale e di Gruppo contribuiscono a rafforzare il sistema di Corporate Governance della Società.

I documenti mirano ad assicurare che la conduzione del

business avvenga sempre nel rispetto delle regole, che il management abbia sempre le informazioni necessarie per gestire al meglio il rischio legato al business e che tutte le scelte vengano prese secondo meccanismi appropriati di approvazione, delega e notifica.

CODICE DI CONDOTTA PER IL TELEMARKETING

Redatto alla luce dell'introduzione della nuova normativa sul Registro delle opposizioni, tale Codice ha l'obiettivo di disciplinare le attività di direct marketing, di vendita diretta e a distanza. Un apposito comitato di garanzia vigila sul rispetto delle disposizioni da parte degli operatori.

CODICE DI CONDOTTA PER LE ATTIVITÀ DI TELESELLING

Contiene i requisiti di trasparenza, completezza e correttezza nella gestione del contatto telefonico con il Cliente, dalla conclusione di un contratto a distanza, alla presentazione dell'offerta, fino alla sua attivazione.

CODICE DI CONDOTTA PER L'OFFERTA DEI SERVIZI A SOVRAPPREZZO E LA TUTELA DEI MINORI

Volto ad assicurare, nel rispetto del diritto di informazione e della libertà di espressione, la tutela del consumatore e dei minori nell'ambito della fornitura dei servizi a sovrapprezzo.

CODICE DI CONDOTTA PER SERVIZI A SOVRAPPREZZO OFFERTI SU NUMERAZIONI IN DECADE 4

Il codice ha lo scopo di uniformare il livello di protezione dei Clienti in termini di trasparenza dei servizi a sovrapprezzo di tipo SMS/MMS. Il codice è in fase di aggiornamento: in particolare, è stata rafforzata la trasparenza informativa in fase di attivazione dei servizi, inclusi quelli offerti tramite wap e web.

Il contesto regolamentare

Il quadro regolamentare del settore delle telecomunicazioni è in continua evoluzione. Nel corso del 2012 sono state adottate alcune decisioni dalle Autorità di regolamentazione volte ad

incidere su numerosi aspetti tra cui la trasparenza e la tutela del consumatore, la qualità dei servizi, la privacy e l'assetto concorrenziale.

TUTELA DEL CONSUMATORE

- È entrata in vigore il 1° luglio 2012 la definizione dei nuovi prezzi massimi retail e wholesale previsti dal meccanismo di "glide path" (tariffe di terminazione *mobile*) introdotto dal Regolamento Europeo 531/2012 per le chiamate in roaming internazionale effettuate con tariffa standard.

QUALITÀ DEL SERVIZIO

- Qualità dei servizi di accesso a Internet da postazione fissa: i meccanismi introdotti dalla delibera 244/08/CSP e s.m.i. volti a consentire ai Clienti finali di servizi ADSL la verifica della qualità della loro linea, sia nella versione completa che rapida, sono tuttora in funzione e gestiti dalla Fondazione Ugo Bordoni. Tali strumenti affiancano la rilevazione statistica della qualità del servizio offerta dai vari operatori misurata su linee di test.
- Qualità dei servizi mobili: l'AGCom, con delibera 25/11/CONS, ha avviato il procedimento di revisione della delibera 104/05/CSP relativo alla qualità dei servizi mobili per aggiornare i meccanismi di rilevazione della qualità estendendo le misure alle nuove tecnologie e ai nuovi servizi dati. Nel corso del 2012 è stata inoltre adottata la delibera 154/12/CONS che ha recepito la decisione del Tavolo tecnico sulla qualità *mobile*. La prima campagna di misura sperimentale si è conclusa nel mese di dicembre 2012 mentre, all'inizio del 2013, la FUB ha avviato il processo delle campagne di misura ufficiali.

PORTABILITÀ DEL NUMERO FISSO E MOBILE

- Portabilità del numero fisso e dell'utenza: è in corso un Tavolo tecnico, col coinvolgimento degli operatori fissi e dell'AGCOM, con l'obiettivo di aggiornare le procedure di migrazione ex delibera 274/07/CONS per tener conto dei servizi di accesso NGA di Telecom Italia (FTTC e FTTH) e dei servizi di sub-loop unbundling.
- Portabilità del numero *mobile* e dell'utenza: a seguito dell'adozione della delibera AGCOM 147/11/CIR, riguardante la nuova regolamentazione per la portabilità del numero *mobile*, gli operatori hanno redatto un nuovo accordo quadro per la prestazione di MNP, attualmente in via di definizione, volto a recepire nelle procedure operative i principi stabiliti dalla delibera.

MOBILE PAYMENTS

- Con decreto legge 18 ottobre 2012 n. 179, convertito con legge 17 dicembre 2012 n. 221, è stata realizzata una revisione del decreto del Ministero delle Comunicazioni n. 145/2006, contenente la disciplina generale dei servizi a sovrapprezzo, già auspicato dall'AGCOM con delibera 52/12/CIR, che ha superato altresì gli ostacoli all'utilizzo del *mobile* ticketing derivanti dalle altre normative di settore. La disposizione in esame è stata definita dagli operatori di settore come lo strumento volto a sostenere l'utilizzo degli strumenti elettronici per favorire il miglioramento dei servizi ai cittadini nel settore del trasporto pubblico locale ed a promuovere l'adozione di sistemi di bigliettazione elettronica interoperabili a livello nazionale.

CONSUMER RIGHTS DIRECTIVE

- È stata approvata definitivamente la nuova Consumer rights Directive che ha l'obiettivo di rafforzare e rendere omogenee le regole sulla tutela dei consumatori applicate negli Stati Membri. La direttiva dovrebbe essere recepita nel nostro ordinamento entro il 13 dicembre 2013.

RECEPIMENTO DELLA E-PRIVACY DIRECTIVE

- Il decreto legislativo 28 maggio 2012, n. 69 ha recepito la direttiva 2009/136/CE (E-privacy Directive). Le modifiche più rilevanti che sono state introdotte riguardano la disciplina dei "cookies" e la nuova disciplina sulle violazioni dei dati personali (cd data breach). Su questi temi l'Autorità ha avviato due specifiche consultazioni pubbliche volte a fornire linee guida applicative ed interpretative. I provvedimenti finali dovrebbero essere adottati entro giugno 2013.

REGOLAMENTO GENERALE SULLA PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI

- Le Istituzioni comunitarie hanno avviato il processo di adozione di un Regolamento generale sulla protezione dei dati personali che modifichi la direttiva 95/46/CE con l'obiettivo di garantire una migliore e più armonizzata protezione dei dati personali all'interno del territorio Europeo.

CALL CENTER

- Con delibera n. 588/12/CONS l'Autorità ha avviato un procedimento di consultazione pubblica ipotizzando una serie di modifiche alla delibera attualmente in vigore in tema di qualità dei servizi telefonici di contatto (Call Center – delibera 79/09/CPS) e prevedendo un nuovo piano di progressivo e graduale miglioramento degli standard minimi che gli operatori dovranno rispettare per il triennio 2012-2015.

CONTRATTI A DISTANZA

- L'AGCom ha avviato una consultazione pubblica avente ad oggetto la revisione della delibera 664/06/CONS che disciplina i contratti a distanza. Il regolamento posto in consultazione, oltre a rafforzare le misure a tutela dell'utente nel caso di conclusione di contratti a distanza, introduce anche vincoli generali per qualsiasi tipo di rapporto contrattuale concluso tra l'operatore e l'utente. In particolare, recependo una disposizione già prevista dal CCE, stabilisce che la durata contrattuale minima non può essere superiore ai 24 mesi.

CONTESTO GENERALE E COMPETENZE AGCOM/AGCM

- Anche nel corso del presente esercizio le attività dell'Autorità di regolazione e dell'Autorità Antitrust hanno continuato ad essere incisive sia con riferimento ai temi della tutela dei consumatori che dell'attività di impresa. In particolare, l'AGCOM, ha avviato alcuni procedimenti volti al monitoraggio dell'attività degli operatori che si sono conclusi con interventi sanzionatori nell'ambito del rispetto delle delibere regolatorie. L'Adunanza plenaria del Consiglio di Stato, in data 11 maggio 2012, ha ripartito le competenze tra l'AGCM e l'AGCOM in materia di Tutela del consumatore, affermando la piena competenza dell'AGCOM, intervenendo in ordine alla questione del rapporto tra la disciplina del Codice del Consumo e quella del Codice delle Comunicazioni Elettroniche nonché dei provvedimenti attuativi/integrativi dell'AGCOM. In particolare il Codice del Consumo ha valenza generale e si applica solo in caso di eventuali lacune della disciplina di settore, mentre l'azione repressiva compete alla sola AGCOM. Resta ferma, ovviamente, la competenza dell'AGCM a giudicare in materia concorrenziale, laddove vi siano casi di abuso di posizione dominante o di intese restrittive della concorrenza.

Le relazioni con Enti, Istituzioni e Associazioni

Attraverso la funzione Relazioni Istituzionali, Vodafone Italia mantiene un dialogo costante con gli stakeholder di riferimento al fine di contribuire allo sviluppo dell'infrastruttura di

telecomunicazioni del Paese e di contribuire al compimento del passaggio da una fase di mercato gestita da un monopolista a un mercato realmente libero e competitivo.

AGENDA DIGITALE ITALIANA

Nel corso del 2012, l'azienda ha seguito la focalizzazione da parte del Governo sulla Cabina di Regia per l'Agenda Digitale Italiana (ADI), istituita l'1 marzo 2012 con il compito di definire la strategia italiana per attuare gli obiettivi stabiliti nella Comunicazione europea all'interno della Strategia EU2020. Dall'aprile 2012, Vodafone ha risposto alla consultazione pubblica per raccogliere nuove idee e progetti strutturati dalle singole imprese e partecipato a 6 gruppi di lavoro di Governo e di Confindustria su materie di impatto: Infrastrutture e Sicurezza, E-Government, Competenze Digitali, E-commerce, Ricerca e Innovazione, Smart Cities & Communities.

ASTA PER LE FREQUENZE 4G

Vodafone Italia, con gli altri operatori mobili, ha partecipato all'asta per le frequenze mobili di quarta generazione. L'asta si è chiusa con un incasso per lo Stato di quasi 4 miliardi di euro, circa 1,26 miliardi per Vodafone. Gli operatori, a fronte di un impegno economico consistente, potranno continuare ad investire in Internet *mobile* e ad alta velocità e la finanza pubblica, dopo ventidue giornate d'asta, ne ha beneficiato di circa 1,5 miliardi in più rispetto alla base d'asta.

CULTURA E STRUMENTI 2.0

A novembre 2012 è partita, con la firma di un Protocollo d'intesa, la prima edizione del corso di formazione digitale realizzata interamente su piattaforma e-learning da Vodafone in collaborazione con l'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani (ANCI). L'iniziativa, nata per diffondere la cultura digitale tra gli amministratori locali, è stata seguita da una media di 400 partecipanti. Il corso è stato organizzato attraverso diversi moduli didattici che hanno riguardato gli attuali temi della cultura digitale, come Web 2.0., Smart Communities, Smart Cities e Cittadinanza Digitale.

INIZIATIVE LEGISLATIVE

Vodafone ha seguito da vicino le iniziative normative parlamentari e governative, collaborando, come sempre, alla predisposizione e alla richiesta di chiarimenti tecnici da parte del legislatore italiano. Vodafone ha continuato a collaborare alla formulazione di proposte normative presso Parlamento e Governo, sia individualmente, con l'ausilio di pareri "tecnici", sia tramite Asstel e Confindustria su tematiche di interesse comune agli operatori della industry. L'obiettivo di Vodafone di equilibrio e di sviluppo dell'industria delle telecomunicazioni si è tradotto in proposte normative a numerosi atti legislativi e, in particolare, sulle leggi principali dello Stato italiano, di cui ricordiamo il disegno di legge di conversione del Decreto Legge Crescita 2.0 che ha recato una serie di misure di semplificazione e meccanismi di incentivazione per lo sviluppo dell'economia digitale, che vanno dall'incentivo al *mobile* ticketing alla promozione dell'installazione su impianti già precedentemente implementati ed autorizzati, all'incentivo alle più recenti tecnologie disponibili.

Il contesto legale

Anche quest'anno è stato limitato il numero dei contenziosi avviati dai dipendenti, mentre si conferma il trend in crescita seppur più moderata rispetto all'anno precedente sia dei contenziosi che delle conciliazioni con i Clienti, soprattutto nell'ambito dei servizi di rete fissa.

Per quanto riguarda i contenziosi con gli agenti e distributori, anche in questo caso, il livello quantitativo può considerarsi non significativo in continuità con l'anno precedente. Resta invece elevato, nonostante la continua ricerca da parte di Vodafone

Italia di soluzioni condivise, il livello di contenzioso con le Amministrazioni locali e con i privati nell'ambito delle attività di installazione e aggiornamento tecnologico degli impianti. Si conferma in linea con l'anno precedente il ricorso a protocolli negoziali d'intesa con gli Enti locali che prevedono una regolazione convenzionale delle localizzazioni degli impianti sul territorio comunale e, talvolta, ubicazioni su proprietà comunali. In ogni caso, anche quest'anno Vodafone Italia è riuscita nella maggior parte dei casi a ottenere provvedimenti favorevoli da parte dei Tribunali Amministrativi Regionali (TAR).

DIRITTO ALLA CONCORRENZA

- Nell'ambito del diritto alla concorrenza, le cause sorte (Eutelia, Okcom, Teleunit, BT, Fastweb ed Uno Communication) a valle del procedimento avviato dall'AGCM nel 2005 (A357), concluso con l'accettazione degli impegni presentati da Vodafone Italia aventi ad oggetto un accordo con un operatore virtuale di rete *mobile*, hanno visto un dispiegarsi favorevole alle tesi difensive sostenute da Vodafone (in particolar modo le cause contro BT e Fastweb) con le consulenze tecniche d'ufficio (CTU) che accolgono la maggior parte dei rilievi di natura economica sollevati e la riduzione significativa dell'ipotetico danno lamentato dai concorrenti.

AGCOM/AGCM

- L'AGCM ha avviato alcune richieste istruttorie presso gli operatori di Telecomunicazione ed ispezioni anche presso i fornitori di contenuti, nell'ambito dei servizi premium. Non si segnala nel periodo di riferimento l'apertura di procedimenti sanzionatori nei confronti di Vodafone su tali specifiche tematiche.
- L'AGCOM ha invece avviato due procedimenti sanzionatori aventi ad oggetto offerte a brand TeleTu, per presunta violazione di norme di trasparenza e buona fede nel corso della conclusione di un contratto con un utente e per l'attivazione di una opzione non richiesta. Uno di questi procedimenti si è chiuso con l'accoglimento di impegni assunti da Vodafone nell'ambito delle offerte a brand TeleTu volti a rafforzare il processo di attivazione dei servizi, soprattutto, in termini di acquisizione della chiara volontà dell'utente a concludere il contratto. Nel corso del mese di dicembre l'AGCOM ha, inoltre, avviato un altro procedimento sanzionatorio avente ad oggetto una operazione di rimodulazione tariffaria di alcuni piani ricaricabili. Non sono state ancora prese decisioni in merito.

ANTITRUST

- Sul fronte Antitrust con riguardo alle tematiche concorrenziali, segnaliamo a settembre 2012 l'apertura del procedimento contro Vodafone, Wind e Telecom Italia per presunta intesa orizzontale volta ad ostacolare l'accesso ai canali distributivi da parte del nuovo operatore virtuale, Bip Mobile; il procedimento è ancora pendente e non si chiuderà prima di fine 2013-inizio 2014. Il procedimento A428, avviato in maggio 2010 su iniziativa degli operatori alternativi tra cui Vodafone per accertamento di abuso di posizione dominante di Telecom Italia per rifiuto costruttivo di fornire accesso alla propria rete mediante opposizione alle richieste di attivazione/migrazione degli OLO (Other Licenced Operators) e compressione margini degli Operatori Alternativi mediante applicazione sconti retail a Clienti business in aree ULL (Umbundled Local Loop), è ancora pendente. La decisione è attesa ad inizio del prossimo anno fiscale.

GARANTE PRIVACY

- In ambito Privacy, si segnala che, nel periodo di riferimento, l'Autorità Garante per la protezione dei dati personali ha comminato nei confronti di Vodafone Italia 8 sanzioni relative al marchio TeleTu, per un totale di 248 mila euro - di cui 7 per chiamate pubblicitarie indesiderate su utenze iscritte nel registro delle opposizioni e 1 sanzione per pubblicazione del numero telefonico sugli elenchi cartacei e online di Seat Pagine Gialle, nonostante l'interessato avesse negato il proprio consenso a tale trattamento; 1 sanzione nei confronti di Vodafone di 20 mila euro per chiamate pubblicitarie indesiderate su utenza iscritta al Registro delle Opposizioni.
- Si segnalano altresì alcune attività ispettive svolte dal Garante della privacy. Una ha riguardato le attività svolte dai Call Center esteri di Vodafone. L'Autorità ha voluto verificare il rispetto delle legge Italiana che trova applicazione anche in caso di delocalizzazione delle attività di Call Center. L'Autorità ha accertato la compliance dei processi di Vodafone alla regolamentazione nazionale ed ha apprezzato le attività di audit svolte direttamente da Vodafone sui propri partner esteri. Un'altra attività ispettiva ha riguardato tutto il mondo del *mobile payment* e delle nuove tecnologia NFC (Near Field Communications). Tale attività è stata inquadrata come una sorta di indagine conoscitiva in vista di un provvedimento generale che il Garante della privacy si sta apprestando ad adottare su tali tematiche. Nel corso delle attività ispettive non sono emerse particolari criticità.



6,6 mld €

Contributo economico diretto
e indiretto al Paese

37 mila

Persone occupate direttamente
e indirettamente

3 mld €

Contributo netto al PIL del Paese

Il contributo di Vodafone Italia al

PAESE



Il contributo economico



€ 6,6 mld

Contributo economico diretto e indiretto

€ 3,4 mld

Alle Imprese

€ 2,3 mld

Alla Pubblica Amministrazione

€ 846 mln

Alle Famiglie

GLI IMPATTI DIRETTI SU FAMIGLIE, IMPRESE E PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Le attività di Vodafone Italia generano in primo luogo un impatto sugli stakeholder con i quali interagisce in modo diretto. Il valore creato in Italia viene distribuito alle famiglie dei dipendenti, alle

imprese fornitrici di beni e servizi e alla Pubblica Amministrazione con cui l'azienda si confronta continuamente nello svolgimento delle proprie attività.



€ 5,9 mld

Contributo economico diretto

€ 3,4 mld

alle Imprese

Investimenti in immobilizzazioni, Acquisti di beni e servizi, Interessi e oneri finanziari, Affitto dei siti

€ 2,2 mld

alla Pubblica Amministrazione

Imposte e tasse, Investimenti in frequenze 4G, Costi delle frequenze GSM e UMTS, Contributi di settore, Contributi previdenziali, Affitto dei siti

€ 335 mln

alle Famiglie

Salari e stipendi netti ai dipendenti Vodafone, TFR liquidato e anticipato, Rimborso spese mediche, Contributi assistenziali e previdenza complementare, Affitto dei siti, Investimento della Fondazione Vodafone Italia nella società

Il contributo economico, sociale e ambientale di Vodafone Italia al Paese

Lo studio sul contributo di Vodafone Italia al Paese nasce dalla volontà di valutare gli impatti che l'azienda ha generato durante l'anno nei confronti di stakeholder con i quali può avere una relazione diretta (contributi diretti) o indiretta (contributi indiretti).

Gli impatti, in particolare, sono stati classificati per evidenziare l'effetto che il business di Vodafone Italia ha su famiglie, imprese, enti pubblici residenti sul territorio nazionale, in termini di ricchezza distribuita e di occupazione creata. Oltre agli impatti economici e sociali, sono stati valutati anche i benefici che le iniziative di efficienza energetica avviate durante l'anno e le tecnologie mobili messe a disposizione dall'azienda hanno portato all'ambiente naturale.

Inoltre, lo studio intende valutare l'entità dell'effetto che il business ha nei confronti del sistema economico generale (contributo indotto).

Le telecomunicazioni, settore in cui l'azienda opera, costituiscono oggi un fattore imprescindibile di crescita economica e sviluppo sociale, al quale Vodafone Italia desidera contribuire attivamente attraverso il proprio business e favorendo l'accessibilità a tecnologie che possono rappresentare un importante motore di sviluppo socio-economico. Con lo studio, Vodafone Italia intende offrire non una rendicontazione di tipo economico-finanziario, che è lasciata al bilancio d'esercizio, ma una riflessione ragionata sui contributi economici, sociali e ambientali dell'azienda al Paese Italia. Da sempre, Vodafone fa del dialogo con tutti i soggetti che direttamente o indirettamente contribuiscono al suo successo un elemento fondamentale della propria strategia, perché riconosce che le organizzazioni crescono in modo sostenibile solo quando operano in un tessuto economico e sociale solido.

GLI IMPATTI INDIRETTI SU FAMIGLIE, IMPRESE E PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Oltre agli impatti diretti, il business di Vodafone Italia contribuisce alla creazione di benefici economici generati dai soggetti che appartengono alla sua catena del valore. Grazie alle attività con Vodafone, infatti, dipendenti, fornitori e Clienti generano, a loro volta, flussi finanziari che confluiscono anche in questo caso

verso famiglie, imprese ed enti pubblici. Con specifico riferimento agli impatti identificati e analizzati ai fini del presente studio, il contributo indiretto di Vodafone Italia è stimabile in circa 686 milioni di euro.



IL CONTRIBUTO ECONOMICO INDOTTO

Le attività di Vodafone Italia hanno effetti nella propria value chain, ma anche sugli altri settori dell'economia del Paese. Questo impatto "indotto" scaturisce dal fatto che parte della ricchezza ricevuta dagli stakeholder grazie alle attività di Vodafone viene impiegata in altri comparti economici, che ne vengono così a beneficiare in modo indotto. Infatti, il valore aggiunto creato e distribuito dall'azienda si traduce in seguito in consumi e investimenti che confluiscono in altri settori economici, contribuendo alla loro crescita e creando quello che viene chiamato "effetto indotto". L'effetto totale dell'attività aziendale può essere, dunque, stimato in termini di generazione

di prodotto interno lordo globale utilizzando alcuni studi macroeconomici specifici del contesto europeo e del settore delle telecomunicazioni¹.

Il contributo complessivo netto alla crescita economica italiana da parte di Vodafone Italia nel 2012-2013 può, dunque, essere stimato in oltre 3 miliardi di euro, di cui 2,7 miliardi rappresentano il valore aggiunto creato direttamente e circa 300 milioni in termini di ricchezza creata grazie all'effetto indotto.

¹ (Cebr), Centre for Economics and Business Research. The changing economic impact of the telecommunication sector in the EU, 2008.



Il contributo sociale



Vodafone Italia gioca un ruolo importante anche sui livelli occupazionali del Paese. L'appartenenza ad una rete di imprese consente di valutare la creazione di occupazione sia diretta che indiretta, attraverso la stima di quei posti di lavoro che i fornitori possono mantenere grazie alle attività svolte per Vodafone Italia. In tal senso, le unità di lavoro impiegate nell'anno sono calcolabili in circa **37 mila persone**, corrispondenti a 26 mila Full Time Equivalent.

L'impatto diretto di Vodafone Italia sull'occupazione è in primo luogo misurabile in base al numero dei suoi dipendenti. L'azienda impiega in Italia una forza lavoro di 7.541 persone assunte con

contratto di lavoro subordinato, corrispondenti a 6.977 Full Time Equivalent (FTE). Tutti i dati relativi ai dipendenti sono riportati all'interno del capitolo relativo alle Persone. Per valutare in modo globale le ricadute sociali sul sistema Paese è utile, tuttavia, considerare l'occupazione mantenuta presso i fornitori che procurano beni e servizi vari o supportano alcune fasi del processo aziendale, quali la distribuzione, la vendita e il servizio al Cliente. L'occupazione indiretta, dunque, può essere stimata in quella parte della forza lavoro della catena di fornitura che svolge attività per il business di Vodafone: i Full Time Equivalent impiegati indirettamente dall'azienda sono stimati in circa 19 mila unità.

Il contributo ambientale



58 mila tCO₂ Evitate

30 mila tCO₂ Evitate grazie a interventi di risparmio energetico nella rete, negli uffici e nella mobilità

28 mila tCO₂ Evitate indirettamente grazie alle *mobile technology*

Numerose sono le iniziative avviate da Vodafone Italia finalizzate al risparmio energetico e alla riduzione delle emissioni in atmosfera. Tra queste, rivestono particolare importanza le iniziative di ammodernamento della rete e le politiche per la mobilità sostenibile. La diffusione della tecnologia Single RAN è continuata nel corso dell'anno. Tale tecnologia consente di allocare all'interno di un singolo telaio standard le diverse tecnologie di trasmissione, consentendo a Vodafone Italia di conseguire notevoli risparmi di consumi energetici e di CO₂. Parallelamente, ha contribuito alla riduzione delle emissioni anche la politica dell'azienda che favorisce la scelta da parte dei dipendenti di soluzioni che consentano l'adozione di modalità di viaggio ecocompatibili, come l'utilizzo del treno; in particolare, la scelta della modalità ferroviaria rispetto a quella aerea sulle principali tratte frequentate dalle persone di Vodafone Italia, ove sia possibile la sostituzione dell'aereo con il treno, ha consentito di diminuire in maniera significativa i voli aziendali. Ciò ha permesso di ottenere significativi benefici ambientali. Per un approfondimento sulla gestione della mobilità si rimanda al capitolo "Efficienza energetica e carbon footprint".

Le tecnologie di comunicazione *mobile* costituiscono uno degli strumenti più efficaci nella mitigazione dei cambiamenti climatici, in quanto danno la possibilità di razionalizzare e rendere efficiente lo svolgimento di attività e processi. Vodafone ha più di 20 anni di esperienza nel campo delle tecnologie "machine-to-machine" (M2M) ed è in grado di gestire tutti gli elementi dell'offerta, sia globale che nazionale, con servizi che vanno dalla consulenza al supporto finale agli utenti. Inoltre, secondo uno studio di Vodafone Group, nel 2020 il contributo delle tecnologie mobili alla riduzione delle emissioni in Europa può essere quantificato in 110 mila tonnellate di CO₂ equivalente per milione di connessioni wireless attivate (Vodafone Group Plc. Carbon Connections: quantifying *mobile's* role in tackling climate change. 2009). Applicando tale equivalenza alle connessioni mobili business attivate dall'azienda nel corso dell'anno, è possibile stimare che il solo business di Vodafone Italia potrà contribuire al raggiungimento di questo obiettivo con la riduzione di circa 28 mila tonnellate di CO₂, consentendo al Sistema Paese di sfruttare la gran parte delle opportunità offerte dalla diffusione delle comunicazioni wireless per la riduzione delle emissioni di gas serra, come la de-materializzazione e la gestione efficiente dei processi.

Innovazione e tecnologia

RICERCA, SVILUPPO E INNOVAZIONE

Durante l'anno fiscale 2013, Vodafone ha organizzato l'attività di ricerca e sviluppo, focalizzandola su cinque aree d'indagine:

SMART TECHNOLOGY

Sviluppare abilitatori tecnologici che possano permettere ad un operatore mobile di introdurre nuovi servizi per i propri Clienti e gestire e monitorare la user experience end-to-end.

MOBILE BROADBAND

Analizzare e studiare le evoluzioni delle tecnologie mobili in accordo con gli standard 3GPP (Third Generation Partnership Project) in ambito di accesso, core e trasporto.

SUSTAINABILITY

Investigare soluzioni in grado da un lato di ridurre l'impatto ambientale delle soluzioni tecnologiche e dall'altro di sviluppare attività utili al sostegno degli strati più deboli della società.

MACHINE-TO-MACHINE

Supportare e ottimizzare l'introduzione di servizi e dispositivi Machine-to-Machine nella rete, contribuendo allo sviluppo di nuove architetture di reti di comunicazione.

CLOUD & VIRTUALIZATION

L'area si focalizza principalmente su tematiche di virtualizzazione, storage e cloud computing con lo scopo di sviluppare e analizzare soluzioni che permettono di creare versioni virtuali di risorse normalmente disponibili in modalità hardware e software.

Continua l'impegno di Vodafone Italia per l'Agenda Digitale Europea

L'Agenda Digitale Europea indica una strategia a livello comunitario per il superamento delle "barriere" digitali e la creazione di opportunità per il conseguimento di benefici economici, sociali e ambientali. La creazione di un Mercato Digitale Unico, la diffusione di Internet veloce e superveloce, il miglioramento dell'interoperabilità e degli standard, la creazione della fiducia e della sicurezza informatica, la promozione della ricerca e dell'innovazione, l'alfabetizzazione informatica e lo sviluppo dell'ICT sono le aree individuate dall'Agenda su cui gli Stati Membri devono adottare specifiche soluzioni. Come Stato Membro, l'Italia si è impegnata a elaborare

una propria strategia di recepimento dell'Agenda Digitale ed ha individuato specifici obiettivi riferiti a sette ambiti d'intervento prioritari: Infrastrutture, E-Government, Competenze Digitali, Sicurezza, E-Commerce, Ricerca e Innovazione, Smart Cities and Communities. Il 4 ottobre 2012 è stato approvato dal Consiglio dei Ministri il provvedimento Crescita 2.0 in cui sono previste le misure per l'applicazione concreta dell'Agenda Digitale Italiana. I principali interventi sono previsti nei settori dell'identità digitale, PA digitale e Open data, istruzione digitale, sanità digitale, riduzione del divario digitale, pagamenti elettronici e giustizia digitale.

L'attuazione dell'Agenda Digitale Italiana vedrà anche il coinvolgimento di attori privati, chiamati a fornire il proprio contributo per lo sviluppo delle tecnologie ICT. In quest'ottica Vodafone Italia ha elaborato la propria proposta progettuale finalizzata a favorire lo sviluppo di reti sempre più performanti, una sempre maggiore

diffusione di nuovi strumenti di comunicazione (come smartphone e tablet) e nuove soluzioni integrate per abilitare servizi pubblici evoluti, aumentando l'efficienza della Pubblica Amministrazione e la qualità dei servizi per i cittadini.

"SUSTAINABILITY"

L'area "Sustainability" si è focalizzata su tematiche di soccorso in caso di situazioni di emergenza, cercando da un lato di facilitare l'avvicinamento delle persone verso la tecnologia, andando a fornire proposte concrete ai loro bisogni quotidiani, e dall'altro di investigare l'applicabilità di tecnologie e piattaforme innovative in ambito geofencing e positioning via GSM o GPS. In quest'ottica, con particolare attenzione alla sicurezza, è stata realizzata l'evoluzione della piattaforma HELP su TecSOS, applicata a nuovi scenari (bambini, persone giovani, persone soggette a sindrome di down ed alzheimer). Inoltre è stata sviluppata una soluzione di GSM positioning, utilizzando una cosiddetta "GSM Network in a box", attraverso la quale è stato possibile verificare l'applicabilità di tecniche sperimentali per il ritrovamento di persone disperse attraverso la localizzazione in campo aperto dei loro terminali.

"M2M"

L'area "M2M" ha come tematica principale d'investigazione quella dello Smart Metering / Smart City ovvero di un sistema di controllo basato su reti di sensori, meter ed attuatori per il monitoraggio in tempo reale di diversi eventi quali ad esempio i dati di traffico, i dati di consumo di luce, di gas e d'acqua. Grazie allo sviluppo di interfacce tecnologiche di comunicazione, è possibile intervenire regolando lo scambio sia di energia sia di informazioni sul funzionamento, offrendo anche la possibilità di intervenire in caso di problematiche o guasti in modalità immediata, senza dover ricorrere ad un intervento fisico sul posto. Partendo dall'analisi dei modelli di propagazione radio e dallo sviluppo di sistemi centralizzati di acquisizione dati è stato possibile analizzare delle catene complete end-2-end contatore-concentratore-sistema d'acquisizione dati.

"MOBILE BROADBAND"

L'area "Mobile Broadband" si è focalizzata sull'analisi, lo studio, la verifica e la validazione delle nuove tecnologie di trasmissione wireless a banda larga LTE (Long Term Evolution). Sono stati realizzati studi e test sulla parte di infrastruttura di rete core e sulla parte di accesso radio. Sono state analizzate le funzionalità classiche previste da una rete *mobile* di ultima generazione (4G) e valutati i nuovi modelli di pianificazione e di ottimizzazione radio.

"SMART TECHNOLOGY"

Sull'area "Smart Technology" si è proseguito con lo studio degli scenari futuri abilitati ed indotti dall'introduzione di nuove soluzioni tecnologiche con particolare attenzione alla personalizzazione delle applicazioni per gli smartphone e servizi web-based. Sono state sviluppate anche alcune soluzioni che permettono ai Clienti di poter monitorare da remoto le condizioni di affollamento e di coda alle mense o alle aree caffè e conseguentemente decidere in piena autonomia e senza sorprese come organizzare le proprie pause break o pranzo. Nell'ambito di piattaforme di webcasting solution, sono state analizzate e testate applicazioni per la registrazione e la trasmissione webcast e per la riproduzione asincrona di qualsiasi conferenza. Gli utenti possono registrare e trasmettere in webcast ad esempio avvisi di assistenza dei Clienti, notifiche relative ai prodotti, procedure mediche, lezioni, sessioni di formazione.

"CLOUD & VIRTUALIZATION"

L'area "Cloud & Virtualization" si focalizza principalmente su tematiche di virtualizzazione, storage e cloud computing. L'idea è quella di creare una versione virtuale di una risorsa che normalmente è disponibile fisicamente: tutte le risorse hardware e software come sistemi operativi, applicativi, server, desktop, memoria, spazio disco ecc. In tale ambito, oltre ai classici paradigmi di virtualizzazione e cloud computing, si è analizzato e testato, attraverso l'attività denominata Telco network Over Cloud, uno scenario in cui ad essere oggetto della virtualizzazione sono stati apparati di rete di un operatore *mobile*, in termini di risorse network, computing, software e storage.

Vodafone xone: trasformare "l'idea" in "azienda"

Vodafone xone (neologismo che vuole indicare il luogo dove si investiga l'ignoto unendo il concetto di "x", ovvero l'incognita matematica, con quello di "zona") rappresenta la declinazione italiana del centro Vodafone xone fondato a settembre 2011 nella Silicon Valley in California. L'obiettivo dell'iniziativa è portare sul mercato idee e progetti di startup proposti dai partner o provenienti dall'interno al fine di costruire insieme, provare e far provare nuovi servizi ai Clienti. Mettendo a disposizione degli innovatori italiani le competenze e risorse dell'azienda, Vodafone xone si propone sia come acceleratore di nuove aziende, sia come luogo dove i Clienti possono seguire e partecipare alla nascita dei nuovi servizi nel mondo *mobile* e Internet. Come affermato nel Manifesto, Vodafone xone intende identificare concept innovativi, raccolti dall'interno o ideati da startup selezionate con nostri partner (angel investor, incubatori e venture capitalist) e, coinvolgendo dipendenti Vodafone, dare vita a una stretta collaborazione per concretizzarli in prodotti Beta Version distribuiti tramite canali selezionati di Vodafone Italia. L'obiettivo è far crescere le startup affinché diventino le grandi aziende di domani, così come Vodafone è stata una startup ieri: partendo dal talento, conquistando le vetrine dei negozi ed espandendosi in oltre 30 Paesi.

Smart Solution

PER LO SVILUPPO DELLE CITTÀ INTELLIGENTI

In aggiunta ai consolidati servizi di comunicazione mobile e agli innovativi servizi di rete fissa, Vodafone ha messo a punto

una serie di Smart Solutions che abilitano lo sviluppo delle Città Intelligenti in diversi ambiti.



Smart Public Services

Per una gestione più efficiente della Pubblica Amministrazione e per rispondere alle esigenze connesse all'adozione della firma digitale e dell'archiviazione sostitutiva, favorendo così la dematerializzazione dei processi.



Smart Working & Living

Per ottimizzare il lavoro delle pubbliche amministrazioni, favorire l'erogazione e semplificare la fruizione dei servizi al cittadino.



Smart Health

Per supportare il sistema sanitario e contribuire al benessere dei cittadini grazie ad innovative soluzioni per l'assistenza domiciliare, il monitoraggio da remoto e la gestione efficiente delle risorse per le emergenze.



Smart Mobility

Per favorire lo sviluppo della mobilità sostenibile, attraverso soluzioni per la gestione più efficiente dei mezzi pubblici e del traffico cittadino, servizi di infomobilità avanzati e tecnologie per le "connected car".



Smart Education

Per semplificare l'erogazione dei servizi scolastici per scuole, insegnanti e famiglie e per favorire l'apprendimento interattivo e la diffusione dei contenuti digitali.



Smart Grid

Per ottimizzare i consumi tramite il monitoraggio e il controllo delle reti di distribuzione (elettricità, acqua, gas), la gestione dinamica ed efficiente della domanda e dell'offerta e la riduzione dei costi di manutenzione.

Le Smart Solutions combinano gli asset distintivi di Vodafone (connettività fissa e *mobile*, piattaforme Machine to Machine, soluzioni di Device Management, ecc.) con le migliori tecnologie offerte da partner specializzati, per erogare servizi evoluti ai cittadini e permettere alle Pubbliche Amministrazioni di raggiungere più rapidamente i propri obiettivi di efficienza ed efficacia.

Anche nell'anno fiscale 2012-2013 l'azione di Vodafone Italia si è concentrata nello studio di soluzioni che possano favorire lo sviluppo di "Città Intelligenti", confermando il ruolo chiave dei servizi ICT nella formazione di un nuovo modello di città.

Partecipazione a bandi ed eventi sul tema Smart Cities

Vodafone Italia è impegnata nella valutazione e partecipazione a bandi di ricerca e sviluppo, sia Europei (FrameWork Program 7, Horizon 2020...) che locali (MIUR Smart Cities and Communities, POR FESR 2007-2013...), volti a supportare l'evoluzione delle Smart Cities.

Il ruolo di Vodafone Italia nel settore Smart Cities è stato rafforzato inoltre dalla presenza ad eventi di settore in ambito nazionale (Forum PA, Roadshow Smau Smart Cities, iniziative ANCI...) e a tavoli di lavoro associativi d'impresa dedicati alle Città Intelligenti.

Monitoraggio della qualità del trasporto pubblico locale

Lazio Service SpA, società operante esclusivamente per la Regione Lazio, eroga servizi di varia natura, tra cui la verifica ispettiva dei livelli qualitativi delle aziende di trasporto pubblico. Dall'esigenza di rendere più efficiente il servizio per il monitoraggio della qualità erogata dalle aziende di trasporto pubblico è nata un'applicazione mobile, strumento flessibile ed efficace, in grado di consentire agli ispettori di Lazio Service, via smartphone, il monitoraggio in tempo reale dello stato dei mezzi ferroviari sulle tratte di trasporto pubblico regionali.

Tra i benefici ottenuti: riduzione dei costi e dei tempi di esecuzione, automazione delle attività di analisi con minimizzazione degli errori possibili, dinamicità e flessibilità maggiore nel servizio.

> **Semplificare la raccolta delle informazioni dal territorio**

> **Migliorare la qualità del servizio al cittadino**

Soluzioni integrate per la scuola digitale

Gli strumenti per la comunicazione digitale e le nuove tecnologie consentono alla scuola di ottenere benefici tangibili in termini di efficienza dei processi, efficacia dell'apprendimento, riduzione dei costi. In particolare, nell'ambito dei servizi di Smart Education, sono state sviluppate due soluzioni Sussidi@rio Interattivo e Registro Digitale, studiate per rispondere alle esigenze del Piano Nazionale per la Scuola Digitale.

Sussidi@rio Interattivo è una soluzione di e-learning pensata per la Scuola Digitale, dedicata a insegnanti e studenti: i docenti possono creare contenuti didattici multimediali ed esercitazioni tramite la piattaforma web e condividere i materiali con gli alunni, che li visualizzeranno grazie ad una applicazione mobile installata sul proprio tablet. L'app consente inoltre sia ai docenti che agli studenti di prendere appunti direttamente su tablet e di accedere ad una biblioteca virtuale dove l'istituto potrà caricare i testi digitali.

Registro Digitale è una soluzione che permette di gestire via mobile in tempo reale il registro di classe, il giornale del professore e tutte le comunicazioni tra la scuola e la famiglia. Non solo quindi una modalità per supportare la digitalizzazione delle scuole ma anche uno strumento per semplificare ed incentivare le comunicazioni tra docenti, alunni e genitori.

> Supportare la digitalizzazione della scuola

> Migliorare l'efficacia degli strumenti didattici

Prenotazione taxi via *mobile app*

La collaborazione tra Taxiblu 02-4040, il radiotaxi più grande di Milano, e Vodafone Italia nasce dall'esigenza di favorire e semplificare la chiamata dei taxi da parte degli utenti.

L'applicazione TaxiMilano, disponibile su piattaforme Android e iOS e scaricabile gratuitamente dagli store, è una soluzione sviluppata ad hoc che permette di rintracciare e prenotare rapidamente il taxi più vicino senza effettuare chiamate telefoniche o inviare SMS.

L'applicazione attraverso i sistemi di localizzazione presenti sugli smartphone individua automaticamente il punto di chiamata e consente di richiedere un taxi, scegliendo la modalità di pagamento e il tipo di vettura desiderata (monovolume, station wagon, etc.). L'applicazione rappresenta un esempio di soluzione per le Smart Cities, poiché attraverso la tecnologia semplifica l'accesso e la fruizione dei servizi in città.

> Semplificare e velocizzare il servizio taxi per gli utenti

... E PER IL CONTENIMENTO DEI CAMBIAMENTI CLIMATICI

Soprattutto con la recente diffusione di tablet e il maggiore uso di reti a banda larga per il cloud computing e smartphone, il settore dell'ICT è diventato sempre più una parte importante dell'economia globale. Il settore ha costantemente contribuito alla crescita economica, migliorando la qualità della vita per le persone in tutto il mondo, e ha la possibilità di affrontare

molti dei problemi attuali. Tra questi, il cambiamento climatico costituisce una delle principali sfide da affrontare. Secondo il rapporto GeSI SMARTer 2020, pubblicato alla fine del 2012 da Global e-Sustainability Initiative, le soluzioni ICT offrono da sole il potenziale per ridurre le emissioni annue di circa 9,1 GtCO₂e entro il 2020, pari al 16,5% del totale previsto in quell'anno.

Servizi ICT

Impieghi dell'ICT	Digitalization & dematerialization	Data collection & communication	System integration	Process, activity & functional optimization	contributo al carbon saving
Power		Demand management Time-of-day pricing	Integration of renewables Virtual power plant Integration of off-grid renewables & storage	Power-load balancing Power grid optimization	22%
Transportation	Videoconferencing Telecommuting	Eco-driving Real-time traffic alerts Apps for intermodal transportation Asset sharing/crowd sourcing	Integration of electric vehicles Intelligent traffic management Fleet management & telematics	Optimization of truck route planning Optimization of logistics network	21%
Manufacturing				Optimization of variable-speed motor systems Automation of industrial processes	14%
Service & consumer	E-commerce E-paper Online media	Public safety Disaster management Smart water		Minimization of packaging Reduction in inventory	8%
Agriculture & land use		Soil monitoring Weather forecasting Smart water Livestock management		Smart farming	18%
Buildings			Integration of renewables Building management system	Building design Voltage optimization	18%
contributo al carbon saving	5%	25%	25%	45%	9,1 GtCO₂e

Fonte: Global e-Sustainability Initiative, GeSI SMARTer 2020: The Role of ICT in Driving a Sustainable Future

Tuttavia, il settore ICT, per funzionare, contribuisce anche alla generazione delle emissioni. La adozione diffusa di dispositivi ICT ha portato ad un aumento delle loro emissioni di gas serra associate; tra il 2002 e il 2011 le emissioni sono passate da 0,53 a 0,91 GtCO₂e e si prevede che saliranno a 1,27 GtCO₂e entro il 2020. Anche se queste emissioni non possono essere ignorate,

il settore fornisce comunque un contributo "netto" alla lotta al cambiamento climatico positivo. Non solo. Queste soluzioni rappresentano anche un'opportunità di ripresa per una crescita economica sostenibile: lo stesso rapporto GeSI stima che il loro pieno utilizzo potrebbe produrre 1,9 trilioni di dollari in risparmi per i consumatori e le imprese e 29,5 milioni di posti di lavoro.



31,7 mln

Clienti

900 mln €

Investimento in infrastrutture
tecnologiche

4,2 mld €

Acquisti di beni e servizi

mercato



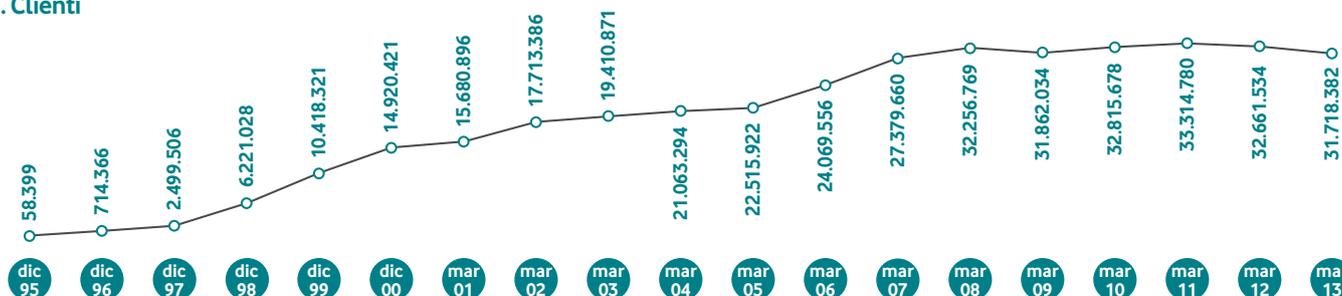
I mercati di Vodafone Italia

Le attività di Vodafone Italia sono orientate verso tre principali mercati: **Consumer** focalizzato sull'offerta *mobile* dei Clienti consumer; **Enterprise** focalizzato sull'offerta dedicata ai Clienti corporate e business che comprende aziende di piccole,

medie e grandi dimensioni e Clienti con Partita IVA; **Residential** focalizzato sull'offerta fissa dedicata ai Clienti consumer di Vodafone e di TeleTu.

ANDAMENTO CLIENTI DI VODAFONE ITALIA

N. Clienti



Nota: a partire dal 2008 i dati sono comprensivi dei Clienti TeleTu (Opitel S.p.A.)

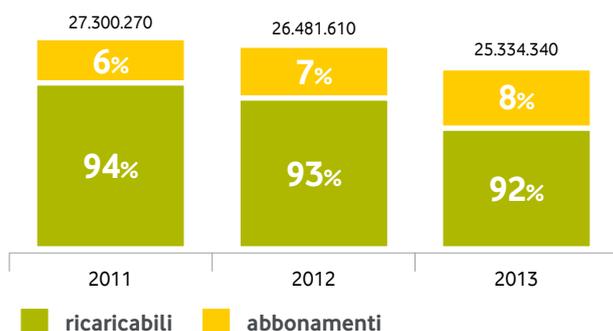
IL MERCATO CONSUMER

Con il protrarsi della crisi macroeconomica, nel settore della telefonia *mobile* si assiste, da un lato, ad un aumento del traffico sui servizi offerti, dall'altro alla costante ricerca dei Clienti dell'offerta più vantaggiosa. Dunque, l'intensa competizione ha comportato una riduzione dei costi per i consumatori (e dei ricavi degli operatori).

Per rispondere alla sfida posta dal mercato e alle esigenze

dei Clienti, Vodafone ha quindi sviluppato una strategia di segmentazione dell'offerta in base ai diversi target di consumatori (basici, avanzati, giovani ed etnici) e ha arricchito il proprio portafoglio con nuovi pacchetti integrati, con SMS e Internet inclusi, di diverse taglie, le cui caratteristiche sono trasparenza e semplicità.

Suddivisione dei Clienti Consumer (n. SIM*)



*Mercato *mobile* (include SIM sul piano Internet e telefono Free)

L'offerta al mercato Consumer

Per rispondere alle esigenze dei giovani Vodafone Italia ha lanciato l'offerta prepagata "Vodafone Square" (con messaggi illimitati verso Vodafone) e "Vodafone Square Smart" (che, oltre ai messaggi, include 1 GB di traffico Internet). A febbraio, Square si è ulteriormente evoluta con il lancio di Unlimited: i Clienti possono mandare messaggi illimitati verso tutti, oltre che navigare in Internet. Anche quest'anno Vodafone ha confermato la sua presenza a fianco dei principali artisti musicali amati dai giovani, proponendo ai suoi Clienti Vodafone Square la possibilità di vincere biglietti per assistere in prima fila ai concerti dei loro cantanti preferiti e incontrare gli artisti.

Per la clientela etnica Vodafone ha proposto l'offerta prepagata "My Country" che permette di chiamare il proprio paese d'origine e i Clienti Vodafone a tariffe molto convenienti.

Per i Clienti più evoluti postpagati Vodafone ha proposto la linea di pacchetti SMART: chiamate, SMS e traffico Internet incluso con tutta la qualità della rete Vodafone. Inoltre, ha lanciato la rivoluzionaria linea di abbonamenti Relax, prima offerta che include chiamate ed SMS completamente illimitati verso tutti, con Internet incluso.

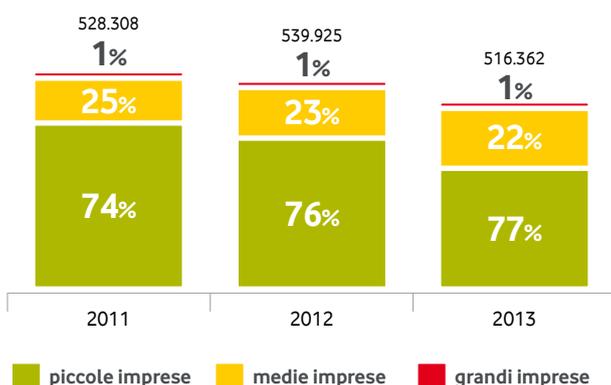
Per premiare la fedeltà dei Clienti, Vodafone si è confermata l'unico operatore *mobile* sul mercato a offrire ai propri Clienti un programma di loyalty. Mediante le innovative regole di accumulo e le attività di 'engagement', il programma Vodafone YOU permette a tutti i Clienti di ricevere più punti, aumentando per tutti i Clienti, anche quelli che hanno pochi punti, le possibilità di essere premiati con le migliori tariffe, promozioni e Smartphone Vodafone.

IL MERCATO ENTERPRISE

Nel corso dell'ultimo anno, anche il mercato Enterprise ha risentito in maniera importante dell'acuirsi della crisi economica che, a causa della riduzione del numero di imprese e dell'aumentata attenzione alla spesa da parte delle aziende, ha favorito un ulteriore inasprimento della competizione, concentrata su una forte riduzione dei prezzi, sia per i servizi mobili che per i servizi convergenti. In tale contesto, Vodafone si è posta lo sfidante obiettivo di sfruttare il proprio posizionamento

di leader per guidare un'evoluzione più sana del mercato business e non alimentare pericolose guerre di prezzo, uscendo da una pura competizione sulle tariffe. Fondamentali per questo obiettivo, lo sviluppo di offerte innovative, il focus su proposizioni convergenti e la spinta commerciale su servizi avanzati, facendo leva sull'ancora crescente penetrazione *mobile* Internet e device di nuova generazione.

Suddivisione dei Clienti Business (n. imprese)



Nuove offerte per supportare il business dei Clienti

L'offerta Vodafone si è arricchita di soluzioni dedicate alla Pubblica Amministrazione per favorire lo sviluppo delle "Smart Cities" con l'obiettivo di erogare servizi evoluti ai cittadini e migliorare l'efficienza dei processi interni della PA. Tra le novità si inserisce anche Rete Unica Collaboration, un'offerta sviluppata in partnership con Microsoft che sfrutta tutte le potenzialità cloud di Office 365. Il servizio permette di accedere e collaborare tramite tablet, e smartphone su documenti in Word, Excel, Power Point, archiviati in cloud, in completa sicurezza e in mobilità.

L'offerta al mercato Enterprise

Per rispondere al bisogno crescente di "certezza della spesa" delle Piccole e Medie imprese e delle Partite IVA, visto il contesto macroeconomico, Vodafone ha lanciato l'offerta RELAX, proponendosi come primo operatore telefonico a lanciare anche sul mercato business un'offerta davvero senza limiti di minuti ed SMS, così da differenziarsi dalla logica di pricing dei concorrenti. RELAX è stata arricchita con elementi ad alto valore aggiunto per il target business: un servizio dedicato 24 ore su 24, 7 giorni su 7 con accesso diretto al Call Center e la possibilità di sostituire ogni due anni il telefono incluso nell'offerta, per utilizzare sempre gli ultimi device lanciati sul mercato.

Per garantire massima protezione, controllo e confidenza delle comunicazioni aziendali delle Grandi Aziende, Vodafone ha introdotto Rete Unica Dati, che arricchisce e completa la proposizione per la rete fissa con servizi di connettività dati ad elevata performance e affidabilità: grazie a questi è possibile

realizzare reti private virtuali (VPN) sicure e sottoscrivere servizi di sicurezza gestiti in cloud.

Per consentire alle Grandi Aziende di semplificare i propri processi di business attraverso la fruizione di tutti i contenuti necessari in mobilità, è stato ampliato il portafoglio di offerta di Mobile Applications per smartphone e tablet dedicate alle Grandi Aziende. Le soluzioni permettono di supportare i processi di vendita, le attività svolte dagli operatori in campo, le esigenze del management e abilitano nuove modalità di interazione delle aziende con i propri Clienti attraverso smartphone e tablet.

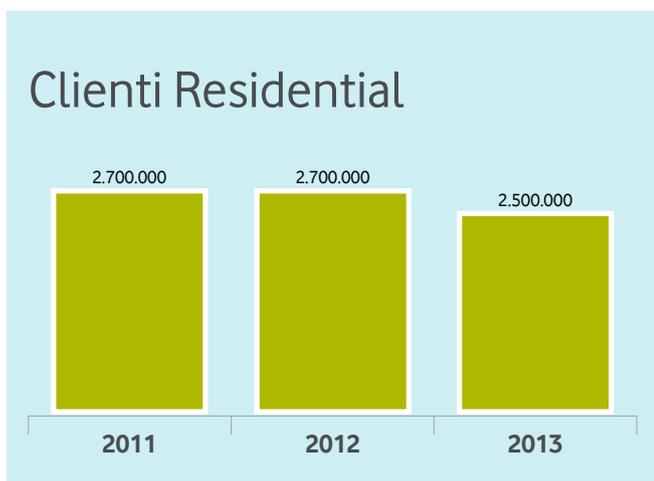
Per sfruttare al meglio tutte le potenzialità della tecnologia 4G Vodafone ha lanciato le proprie offerte dedicate alla clientela Enterprise arricchendole con servizi avanzati in grado di migliorare la produttività e l'efficienza lavorativa dei propri Clienti, come Vodafone Cloud e Office 365 (in collaborazione con Microsoft).

IL MERCATO RESIDENTIAL

Nel mercato dei servizi di rete fissa, Vodafone ha continuato ad operare con i due marchi Vodafone e TeleTu, in un mercato in cui il numero di accessi a banda larga è rimasto sostanzialmente invariato e in cui la spinta commerciale degli operatori non si è tradotta in un allargamento del mercato a nuovi utilizzatori, ma ha prodotto in primo luogo una movimentazione di Clienti tra operatori. In questo contesto, Vodafone ha confermato la propria importanza: entrata nel settore della telefonia fissa nel 2007

con l'acquisizione TeleTu, Vodafone è oggi con i due marchi il secondo operatore di rete fissa in Italia, con circa 2,5 milioni di Clienti Consumer.

Nel corso dell'anno Vodafone ha rafforzato la propria strategia dual brand, rilanciando le offerte a marchio Vodafone TeleTu in modo da polarizzare in modo più marcato il proprio posizionamento nei diversi segmenti di mercato.



Un nuovo concept dei negozi Vodafone

Il concept dei negozi è stato completamente rivisitato per adeguarsi al nuovo tipo di Cliente: libera prova dei telefoni, vendita fuori banco, esperienze coinvolgenti di prova dei device e delle applicazioni, aree interamente dedicate al servizio, sono solo alcune delle novità del nuovo concept, già applicato a 281 monomarca e che l'anno prossimo vedrà un'ulteriore accelerazione ed un ulteriore investimento per completare il roll-out. I primi feedback di rivenditori e Clienti confermano grande soddisfazione ed efficacia della strategia intrapresa.

L'offerta al mercato Residential

Vodafone ha lanciato a Milano **la prima offerta commerciale in fibra ottica a 100 megabit al secondo** in download e 20 in upload, prestazioni superiori a quelle offerte dai competitor.

Un elemento caratterizzante delle offerte 2012-2013 Vodafone e TeleTu è stato il **lancio delle offerte "per sempre"** al fine di premiare il Cliente fedele con un'offerta chiara, trasparente e conveniente senza scadenza.

Per quanto riguarda l'offerta di servizi a banda larga a marchio Vodafone, è stato confermato lo sfruttamento della Vodafone Station 2 come elemento chiave del posizionamento innovativo e differenziante rispetto ai competitor. I servizi a disposizione dei Clienti sono stati ulteriormente arricchiti con il **lancio dell'innovativa applicazione "Vodafone Station 2"**, disponibile per smartphone Android e iPhone, che permette ai Clienti di

trasformare il proprio smartphone in un cordless di casa, per effettuare e ricevere chiamate con il numero di rete fissa, alle tariffe del proprio abbonamento di casa.

Per quanto riguarda l'offerta di telefonia fissa a marchio Vodafone, è stato **introdotto il nuovo telefono Vodafone Cordless**, che si affianca al Vodafone Classic lanciato solo un anno prima e che permette di ampliare il target di clientela di riferimento e di soddisfare i bisogni dei Clienti più sofisticati.

Per quanto riguarda l'offerta di telefonia fissa a marchio TeleTu, è stata lanciata una nuova offerta per il mercato Voce: per la prima volta è stato **introdotto sul mercato un telefono con brand TeleTu ('Dillo')**. Anche questa nuova offerta si caratterizza per essere quella con il prezzo più basso sul mercato.

La relazione con il Cliente

ASCOLTARE IL CLIENTE PER MIGLIORARE IL SERVIZIO

Per far fronte alla crescente complessità dell'attuale scenario competitivo e alle mutate esigenze dei diversi target di clientela, Vodafone ha investito in ricerche di mercato con l'obiettivo di continuare ad essere sempre più vicina ai propri Clienti e migliorare costantemente l'offerta e la qualità del proprio servizio.

Un focus particolare è stato dedicato alla misurazione della Customer Satisfaction e della capacità dell'azienda di generare Customer Advocacy attraverso gli indicatori Net Promoter Score e Customer Delight Index. Il monitoraggio continuo nel corso dell'anno di questi indicatori consente di valutare la propensione dei Clienti a raccomandare il proprio operatore e di registrare in maniera oggettiva il livello di soddisfazione e le aspettative dei Clienti sul servizio offerto, sia di telefonia *mobile* che fissa. Le

attività di ascolto del Cliente svolte durante l'anno, oltre a portare al lancio della nuova offerta "Relax" per i Clienti abbonati, sono state utili ad acquisire maggiore conoscenza sul mondo degli smartphone e dei tablet e sulle potenzialità delle nuove reti 4G.

Grazie a queste indagini esplorative, è stato possibile, tra l'altro, conoscere i differenti profili di attitudine dei Clienti alla navigazione Internet da smartphone, comprendere le resistenze alla navigazione da parte dei Clienti potenziali per individuare possibili soluzioni, conoscere le attese del Cliente sulle funzionalità dei tablet, le modalità e i luoghi di fruizione per definire quale deve essere il ruolo dell'operatore e, infine, rilevare l'interesse che il consumatore attribuisce al servizio 4G e agli utilizzi resi disponibili da questa tecnologia (come cloud, streaming in HD, videoconferenze, ecc.).

Ascoltare il Cliente per...

- ... acquisire maggiore conoscenza sul mondo degli smartphone e dei tablet e sulle potenzialità delle nuove reti 4G
- ... individuare possibili soluzioni per i Clienti in digital divide
- ... definire un ruolo efficace dell'operatore nell'esperienza di utilizzo dei tablet
- ... sviluppare il servizio 4G per consentire gli utilizzi resi disponibili da questa tecnologia (cloud, streaming in HD, videoconferenze, ecc.)

Un nuovo modello di servizio al Cliente

Grazie al nuovo Servizio Smart e tramite il sito web e l'utilizzo dell'App My 190, il Cliente ha la possibilità di accedere a FAQ, forum dedicato e a tutte le proprie informazioni e di gestire la sua SIM completamente online e in autonomia.

È disponibile anche sull'App My 190 una "instant chat"

attraverso la quale il Cliente può essere assistito in tempo reale da un esperto Vodafone.

Vodafone ha introdotto un Servizio Clienti personalizzato e innovativo, con il supporto diretto di un operatore dedicato 24 ore su 24 e la disponibilità online e su App di chat e mail.

GARANTIRE LA CONTINUA CUSTOMER EXPERIENCE AL CLIENTE

Il Servizio Clienti si conferma un elemento fondamentale e prioritario per Vodafone attraverso il quale perseguire obiettivi di differenziazione e di creazione di valore per il Cliente. L'azienda sta investendo sempre con maggiore determinazione sulla semplicità e fruibilità del servizio di assistenza, con l'obiettivo di offrire la miglior customer experience possibile, semplice e omogenea su tutti i canali di contatto: i servizi in mobilità, il sito web, i social network, gli SMS e il Customer Care tradizionale.

All'interno del sito Internet sono previste specifiche aree di Self Care Online che hanno l'obiettivo di semplificare e migliorare la relazione con il Cliente. Questi strumenti si sono evoluti e arricchiti prevedendo, ad esempio, anche video che supportano il Cliente passo dopo passo in attività di self care come la disattivazione delle promo, la configurazione degli APN, la lettura del conto telefonico. L'Area Assistenza Online offre oggi contenuti relativi a tutti i prodotti e servizi dell'offerta di Vodafone Italia. Nell'Area Personale "190 Fai da te" i Clienti hanno inoltre la possibilità di accedere a servizi dedicati 24 ore su 24, come ad esempio il controllo costi e la gestione del proprio piano tariffario.

Vodafone ha inoltre esteso la propria presenza anche ai social network **Twitter** e **Facebook**, utilizzati da molti Clienti per richiedere assistenza.

Il **190 SMS** rappresenta un ulteriore e innovativo servizio gratuito ed accessibile via SMS. Tale progetto, sviluppato in collaborazione

con vari partner tecnologici, sfrutta le potenzialità di un motore semantico che interpreta e categorizza il contenuto delle richieste effettuate via SMS al fine di fornire tramite lo stesso canale risposte immediate e coerenti con le esigenze dei Clienti. Nel corso dell'anno Vodafone ha esteso un servizio analogo alle aziende con contenuti e informazioni studiati per questo tipo di clientela (42323 SMS).

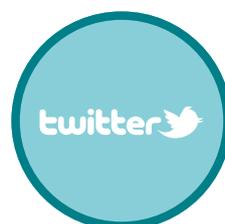
Per cogliere a pieno le opportunità offerte dalla crescente diffusione di smartphone e tablet, Vodafone ha lanciato nel corso dell'anno il nuovo modello di **Servizio SMART**, dedicato ai Clienti in possesso di piani integrati voce e dati. Grazie al Servizio Smart e tramite il sito web e l'utilizzo dell'App My 190, da settembre 2013 rinnovata in My Vodafone, il Cliente ha la possibilità di accedere a domande di particolare interesse, a un forum dedicato e a tutte le proprie informazioni e di gestire la sua SIM completamente online e in autonomia. Inoltre è disponibile anche su App My190 una "instant chat" attraverso la quale il Cliente può essere assistito in tempo reale da un esperto Vodafone o in alternativa prenotare un ricontatto telefonico da parte di un operatore. Inoltre, per accogliere, sorprendere ed informare i Clienti con attivo un piano abbonamento Relax, Vodafone ha introdotto un **Servizio Clienti personalizzato** e innovativo, con il supporto diretto di un operatore dedicato 24 ore su 24 e la disponibilità online e su App di chat e mail. Tutto per garantire una customer experience eccezionale e soluzioni in tempo reale.



939 mila iscritti



270 mln di visite



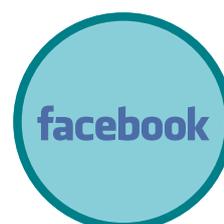
216 mila followers



3,2 mln di contatti



21,9 mln di visualizzazioni



1,2 mln di "like"

L'ASSISTENZA AI CLIENTI DEL CUSTOMER CARE

L'assistenza Clienti è garantita da un servizio di Customer Care che si avvale sia di personale diretto, sia di partnership di servizio con aziende specializzate alle quali si richiede di condividere gli stessi valori, la visione e le strategie di Vodafone.

I Competence Center dedicati al Servizio Clienti sono strutturati secondo una specializzazione che tiene conto delle tipologie di clienti, delle esigenze e dei bisogni di assistenza suddivisi tra: mondo consumer (distinto in ricaricabile, abbonamento e rete fissa) e mondo business (distinto in micro business, Piccole e Medie imprese e Grandi aziende).

Nel corso dell'anno è stato inoltre introdotto il servizio di assistenza "**Chiamami**", dedicato sia ai Clienti Consumer sia Business: in seguito a una chiamata al Competence Center il

Cliente ha la possibilità di prenotare, tramite l'invio di SMS, un ricontatto con un operatore per un eventuale approfondimento dei temi trattati nella precedente conversazione telefonica.

Infine, tra gli altri elementi che compongono il Servizio Clienti di Vodafone, ci sono l'**International Customer Service** (dedicato ai Clienti che necessitano di assistenza in roaming), le funzioni **Reclami e Supporto Tecnico** (per la risoluzione delle problematiche più complesse che possono emergere nell'utilizzo dei servizi), **gruppi specializzati** nell'azione di caring della customer base (ad esempio attraverso la definizione di un'offerta più vicina alle esigenze di spesa del Cliente), gruppi di supporto alla forza di vendita consumer e gruppi specializzati nel social caring e nel miglioramento dell'esperienza di self care.

>9 mila

sono gli addetti al Customer Care,
di cui circa 3.500 impiegati presso gli 8 Competence Center gestiti direttamente da Vodafone Italia (Ivrea, Milano, Padova, Bologna, Pisa, Roma, Napoli e Catania).

7 giorni su 7

sono disponibili i Competence Center,
che gestiscono ogni giorno circa 110 mila chiamate di richieste commerciali, amministrative e tecniche e per furto e smarrimento e per tutti i Clienti Relax.

La qualità riconosciuta del Servizio Clienti

Premiata con il **Digital Awards 2012** "Progetto cross-canale", Vodafone è stata scelta da una giuria di esperti internazionali grazie alla sua capacità di innovare un servizio tradizionalmente basato sul supporto telefonico, attraverso una serie di strumenti di nuova generazione, che hanno portato a un'esperienza migliore per il Cliente e al consolidamento della

relazione con l'azienda.

Promosso e organizzato da Forum UCC e da Il Club CMMC, il **Premio 2013 Relazione con Clienti e Cittadini** focalizza l'attenzione sul tema della cooperazione e condivisione di informazioni attraverso strumenti 2.0, al fine di garantire un Servizio Clienti sempre più efficiente ed innovativo.

I DATI DEI CLIENTI, PATRIMONIO STRATEGICO DA TUTELARE

I dati dei Clienti rappresentano un patrimonio di grande valore strategico per Vodafone: la loro tutela è quindi una responsabilità distribuita, che interessa tutta l'azienda, ciascun dipendente o soggetto terzo coinvolto nei processi aziendali. A livello istituzionale, il compito di proteggere la riservatezza dei dati e delle informazioni dei Clienti è affidato a Corporate Security,

unità organizzativa che comprende la funzione Privacy; questa funzione definisce le linee guida e di processo per tutti coloro che sono coinvolti nel trattamento di dati personali, con la finalità di prevenire i comportamenti in grado di danneggiare questa parte di patrimonio aziendale e garantire il rispetto degli adempimenti in materia di privacy e protezione dei dati.

GLI INVESTIMENTI PER LA SICUREZZA DEI DATI

Vodafone Italia e il Gruppo Vodafone hanno realizzato importanti investimenti per una nuova generazione di sistemi anti-malware in grado di proteggere dagli attacchi informatici, rafforzando sia la sicurezza perimetrale che la sicurezza interna. È stato,

inoltre, potenziato il sistema anti-frodi con nuove componenti che permettono di scoprire prima e con maggiore precisione sia le frodi online relative all'utilizzo di carte di credito rubate sia le frodi su numeri premium internazionali.

Il security assessment su fornitori e partner

Nell'ambito della tutela dei dati dei Clienti di cui vengono in possesso anche parti terze di Vodafone, è stato sviluppato un piano di security assessment per verificare l'effettiva implementazione di soluzioni di processo e di sistema in grado di assicurare il trattamento dei dati della clientela secondo gli standard previsti da Vodafone e dalla normativa vigente. Le verifiche sono state condotte dal personale della funzione Corporate Security, "Lead Auditor" certificato ai sensi della norma ISO 27001, presso fornitori tecnologici e partner di Call Center in outsourcing, anche all'estero. Il livello di compliance riscontrato è stato elevato.

Un investimento significativo è stato fatto per realizzare il servizio Rete Sicura, in grado di garantire la protezione ai dati aziendali e ai pagamenti online direttamente in Rete e di garantire la navigazione sicura sul web per i bambini. Sempre in questo ambito, è stata sviluppata una funzionalità per consentire

l'inibizione automatica dei siti segnalati dalla Polizia delle Comunicazioni e dall'azienda Autonoma Monopoli di Stato (AAMS) per il contrasto dei giochi illegali, come già fatto per l'inibizione dei siti a carattere pedopornografico.

Vodafone Rete Sicura

Vodafone Rete Sicura è il primo servizio che protegge la navigazione Internet direttamente sulla rete, fissa e *mobile*, dei Clienti Vodafone. Per venire incontro alla crescente esigenza di navigare in sicurezza, e a conferma dell'impegno ad offrire la miglior esperienza di utilizzo della rete fissa e mobile, Vodafone ha ideato Rete Sicura. L'investimento per realizzare la piattaforma, di oltre 10 milioni di euro, si integra nel piano da 900 milioni di euro sostenuto ogni anno da Vodafone per lo sviluppo di tecnologie, reti, infrastrutture e piattaforme avanzate. Rete Sicura è una piattaforma "intelligente", che agisce in completa autonomia, senza la necessità di installare software né eseguire configurazioni, per la massima semplicità di utilizzo da parte del Cliente. Inoltre, non influisce sulla durata delle batterie e sull'utilizzo di smartphone, tablet e PC. La piattaforma è compatibile con tutti i principali sistemi operativi in commercio. Rete Sicura analizza il traffico dati generato dal Cliente, confrontandolo in tempo reale con i database delle minacce informatiche forniti da leader internazionali nel campo della sicurezza, quali Kaspersky Lab e Symantec. In caso di segnalazioni, il sistema blocca i contenuti e il traffico a rischio, notificando immediatamente al Cliente il tentativo di attacco informatico e la relativa risoluzione tramite SMS, email o messaggio su web browser.

In collaborazione con il Gruppo Vodafone, si è ulteriormente sviluppato il Global Security Operation Center dedicato alla cyber-security che è in grado di scoprire e gestire in tempo reale attacchi da Internet indirizzati alla infrastruttura di rete. Sempre in stretta sinergia con il Gruppo, stiamo anche collaborando per realizzare un CERT ("Computer Emergency Response Team") in grado di garantire lo studio preventivo delle minacce informatiche e la definizione di contromisure in grado di proteggere meglio la rete e garantire la sicurezza e confidenzialità delle comunicazioni dati dei Clienti. Per rafforzare la capacità di reazione agli attacchi, continua anche la collaborazione con le forze dell'ordine e, in particolare, con il

Centro nazionale anticrimine informatico per la protezione delle infrastrutture critiche (CNAIPIC), l'unità specializzata interna al Servizio di Polizia Postale dedicata alla prevenzione e repressione dei crimini informatici diretti ai danni delle infrastrutture critiche nazionali.

L'attenzione alla tutela dei dati personali dei Clienti è garantita, inoltre, da un Comitato di Governance (Data Breach Committee) che Vodafone ha istituito per recepire la recente normativa europea in materia a presidio dei processi aziendali al fine di assicurare una corretta ed efficace protezione dei dati e delle informazioni che i Clienti affidano quotidianamente.

Privacy, un valore per Vodafone

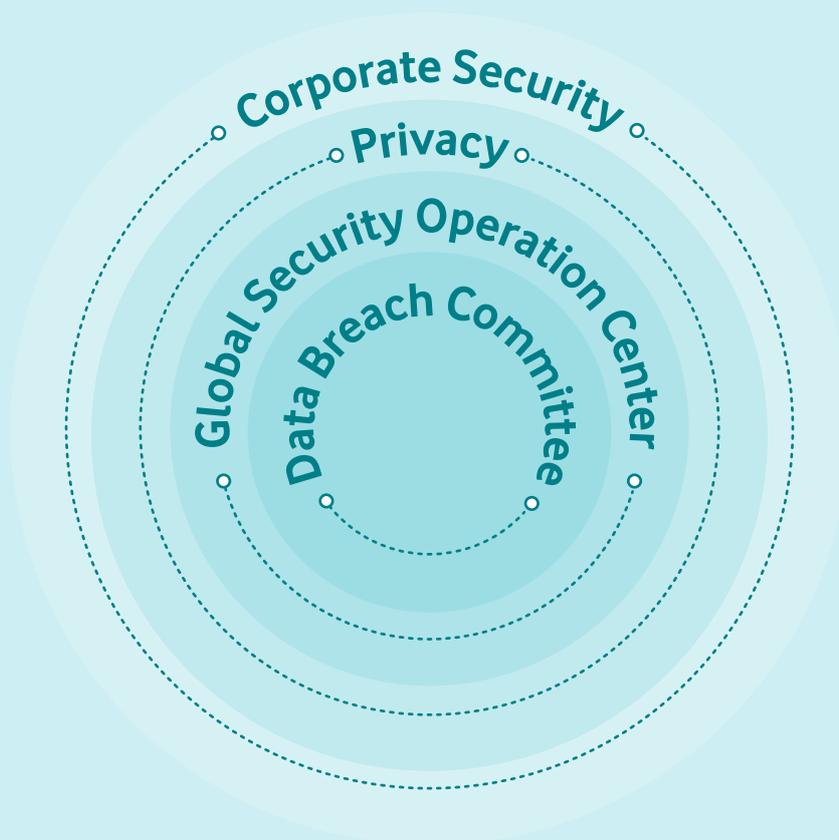
La Privacy è elemento fondamentale e prioritario per Vodafone: la tutela dei dati, oltre ad essere un obbligo di legge, contribuisce alla qualità del servizio offerto e crea valore per il Cliente.

Oltre ad una serie di interventi per il potenziamento dei sistemi di sicurezza, nel corso dell'anno fiscale 2013, è continuata l'attività di progettazione e realizzazione di attività di Training e di campagne di Awareness sui temi di privacy, riservatezza e sicurezza dei dati e delle

informazioni, attraverso l'utilizzo di diversi canali e piattaforme di erogazione e distribuzione, in modo da raggiungere specifici target di popolazione aziendale: 1.735 i dipendenti formati e 770 i lavoratori in forza ai fornitori terze parti.

Sono state realizzate anche campagne di sensibilizzazione su dealer esterni, Flagship e forza vendita sulle fondamentali regole di privacy, gestione documentale e protezione dei dati personali dei Clienti.

Le strutture a presidio della privacy



UTILIZZARE I PRODOTTI VODAFONE IN SICUREZZA

Tutti i prodotti Vodafone (telefoni e smartphone, Internet key, tablet, device di rete fissa) rispettano gli standard di salute e sicurezza previsti dall'Unione Europea sulle apparecchiature terminali per radio e telecomunicazioni, il Regolamento "REACH" (concernente la registrazione, la valutazione, l'autorizzazione e la restrizione delle sostanze chimiche), la Direttiva "RoHS" (concernente le sostanze pericolose) e la Direttiva "WEEE" (sul corretto smaltimento del prodotto al termine del suo ciclo di vita).

I suddetti standard includono anche il rispetto dei limiti fissati dall'ICNIRP (Commissione Internazionale per la Protezione dalle Radiazioni Non Ionizzanti) per l'esposizione ai campi elettromagnetici, recepiti dalle norme di prodotto dell'Unione Europea. Per i telefoni cellulari, tali norme prevedono la misura del massimo livello di tasso di assorbimento specifico (SAR - Specific Absorption Rate) quando il telefono viene utilizzato vicino all'orecchio, in diverse posizioni e sempre nelle condizioni di massima potenza trasmessa.

Dal 2013, la normativa tecnica europea prevede anche la verifica del rispetto dei limiti quando il telefono mobile si trova vicino al

corpo, ad esempio quando viene portato in tasca mentre viene utilizzato con l'auricolare: anche prima del recepimento della normativa tecnica da parte dell'Unione Europea, pur in assenza di un obbligo di legge, Vodafone richiedeva già da diversi anni questa verifica alle aziende produttrici.

I prodotti Vodafone rispettano gli standard europei che prevedono la presenza nel manuale di istruzioni delle informazioni e dei simboli previsti dalle Direttive Europee R&TTE e WEEE, relativi alla salute e alla sicurezza e al corretto smaltimento del prodotto. In particolare, i manuali di istruzioni contengono i valori massimi di SAR associati ad ogni telefono (sempre inferiori al limite fissato dall'ICNIRP) e le indicazioni dell'Organizzazione Mondiale della Sanità su come le persone possono ridurre la propria esposizione alle onde elettromagnetiche. Secondo l'OMS, infatti: "Oltre che con l'uso di auricolari e viva-voce, che mantengono il telefono lontano dalla testa e dal corpo durante l'uso, l'esposizione si riduce anche limitando il numero e la durata delle chiamate. Anche l'utilizzo in aree con buona ricezione riduce l'esposizione, perché permette al telefono di trasmettere a minore potenza".

Attenzione e trasparenza sugli impatti dei campi elettromagnetici

Vodafone considera fondamentali i temi legati alla salute e all'ambiente e si impegna a monitorare con attenzione i risultati della ricerca scientifica, informando i Clienti e il pubblico in merito a qualsiasi sviluppo significativo.

L'Organizzazione Mondiale della Sanità ha ribadito che non ci sono evidenze di danni alla salute causati da esposizioni ai campi elettromagnetici a radio frequenza di debole intensità, come quelli emessi dai telefoni cellulari o dalle loro stazioni radio base.

Nonostante questo, esiste una diffusa preoccupazione legata agli effetti dei campi elettromagnetici: per rispondere a questa preoccupazione e alle esigenze di trasparenza espresse dagli stakeholder, è stata

dedicata a questo importante argomento una specifica sezione del sito Internet, che riporta i risultati delle ultime ricerche scientifiche disponibili, il punto di vista dei principali enti internazionali, nonché alcune informazioni sul funzionamento delle reti di telefonia mobile, e sulle procedure di Vodafone Italia per garantire che i telefoni e stazioni radio base rispettino tutte le normative nazionali ed internazionali. <http://corporate.vodafone.it/sostenibilita/la-sostenibilita-ambientale-e-sociale/telefono-antenne-e-salute/>

Nei primi mesi del 2013, inoltre, Vodafone ha contribuito assieme agli altri operatori mobili italiani allo sviluppo di un'iniziativa analoga da parte di ASSTEL, l'associazione che rappresenta le imprese della filiera delle telecomunicazioni.

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE NELLA GESTIONE DEI FORNITORI

Una grande azienda di telecomunicazioni come Vodafone può avere un ruolo importante nel diffondere la cultura della sostenibilità nella propria catena del valore, a partire dai propri fornitori. Per questo motivo, ha adottato una serie di valori e procedure che governano le attività e i rapporti con tutti gli stakeholder, inclusi quelli appartenenti alla catena di fornitura. In tal senso e in linea con quanto previsto a livello di Gruppo, è stato definito il Code of Ethical Purchasing, che deve essere accettato integralmente da tutti i potenziali nuovi fornitori. Il Codice, sviluppato in collaborazione con dipendenti, fornitori, investitori e ONG, tratta i temi del Lavoro minorile, Lavoro forzato, Salute, Sicurezza e Benessere, Libertà di associazione, Discriminazione, Pratiche disciplinari, Orario di lavoro, Retribuzione, Condotta Individuale e Ambiente. Dunque, con la sottoscrizione del Codice, tutti i contratti di fornitura includono anche clausole sui diritti umani.

Tutti i fornitori sono sottoposti a un processo di qualifica e valutati

con l'obiettivo di innalzare la qualità dei prodotti e dei servizi offerti attraverso un processo di analisi e di sviluppo di specifiche azioni di miglioramento. In particolare:

- attraverso l'attività di qualifica, Vodafone Italia verifica che i fornitori rispettino una serie di specifici requisiti di tipo Etica, Sostenibilità, Gestione della Qualità, Gestione Ambientale, Sicurezza del prodotto, Salute e Sicurezza per entrare a far parte della lista di "fornitori qualificati";
- l'attività di valutazione delle performance dei fornitori è svolta su base semestrale e prevede il coinvolgimento di tutti i dipartimenti aziendali attraverso la compilazione di questionari, in cui sono state incluse domande legate alla sostenibilità (Climate Change Management, Environmental Certification, Labour Standards and Risks, Health & Safety Certification, Ethical Supply Chain Management, Anti Corruption); infine, a valle delle valutazioni effettuate o nel caso in cui siano emerse criticità, sono identificate le cause e definite azioni di miglioramento.

Il controllo della catena di fornitura

Il Remedy System è un metodo che contempla sia un sistema sanzionatorio che di miglioramento permanente, cui sono soggetti i fornitori che disattendono i requisiti di salute e sicurezza di Vodafone Italia.

Tali requisiti sono definiti per legge e per policy Vodafone e noi verificati nel corso degli oltre 1.000 audit eseguiti in ciascun anno fiscale su tutto il parco fornitori che eseguono attività ad alto rischio.

In funzione della gravità delle non conformità contestate al fornitore, vengono trattenute somme, via via più ingenti, che vengono reinvestite nell'esecuzione di audit o corsi di formazione sullo stesso fornitore inadempiente. Tali attività (audit e training) sono affidate ad organismi indipendenti che verificano le attività dei fornitori presso i nostri cantieri per valutare se gli stessi applicano le necessarie azioni correttive segnalate a fronte delle non conformità contestate oppure verificano, direttamente dal fornitore ed in ambito esteso, se il suo sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro è adeguato alle attese, ai requisiti ed alle necessità.

Le non conformità, con il relativo livello di gravità, sono stabilite da una specifica check list che, allegata al contratto, viene condivisa col fornitore. Tale check list riporta, puntualmente, tutti i requisiti di salute e sicurezza così come riportati nella policy Vodafone e nei dispositivi di legge.

Le principali novità dell'anno fiscale 2012-2013 per una gestione responsabile della catena di fornitura sono le seguenti:

- introduzione del processo di riqualifica dei fornitori presenti

nell'albo da più di 20 mesi;

- è in corso un progetto di ridisegno della qualifica e riqualifica dei fornitori di Vodafone Italia.

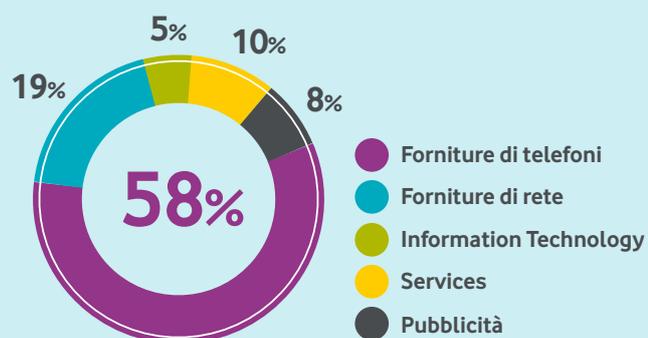
LA DIMENSIONE DELLA SUPPLY CHAIN DI VODAFONE ITALIA

Nel 2012-2013, il valore complessivo delle forniture è stato pari a 4,2 miliardi di euro, di cui l'82% relativo a servizi e la restante quota relativa a materie prime, sussidiarie, di consumo e merci.

Provenienza dei fornitori per valore ordinato



Tipologie di fornitura per valore ordinato



Nota: la distribuzione del valore ordinato per tipologia di fornitura è calcolata relativamente ai principali 20 fornitori.



7.541

Dipendenti

5 mln €

Investimento nella formazione

8,4 mln €

Investimento della Fondazione
Vodafone Italia in progetti sociali

per some

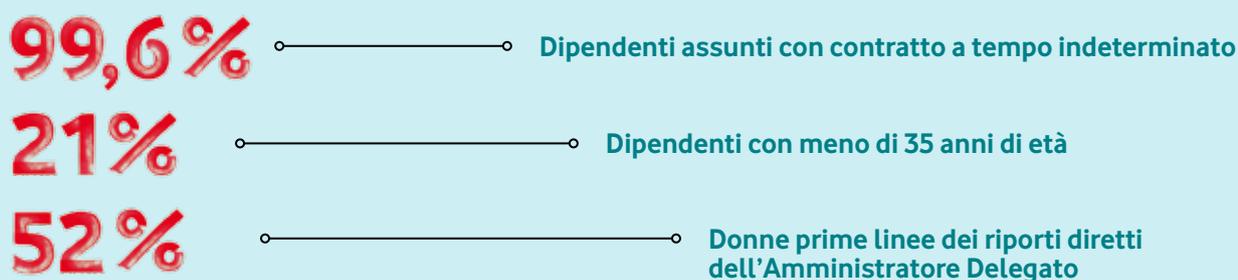
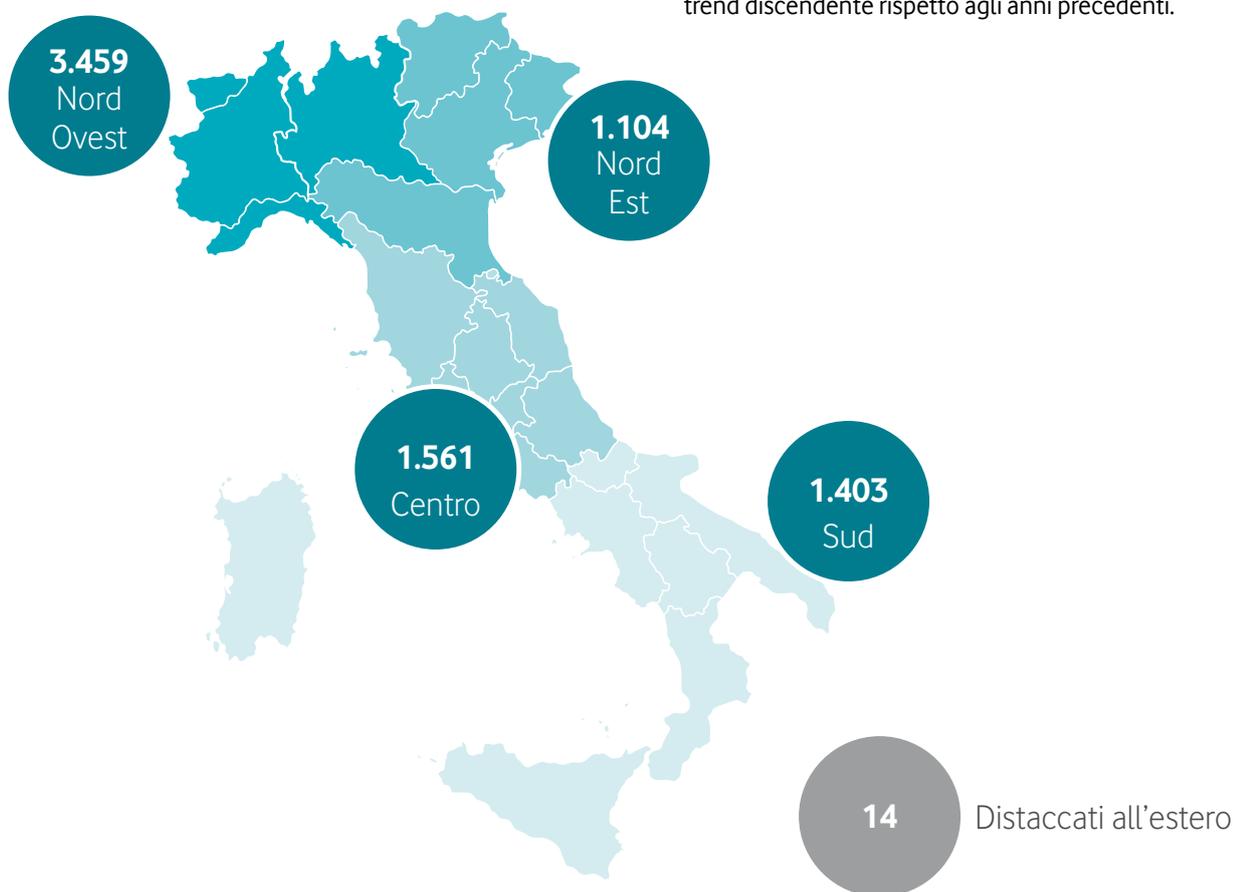


Le persone di Vodafone Italia

Le persone di Vodafone Italia costituiscono un fattore chiave per il successo dell'azienda nel tempo. Adottare uno sguardo di lungo periodo, guardare alla sostenibilità complessiva dell'impresa, significa anche investire nello sviluppo

delle persone e creare le condizioni per un ambiente di lavoro collaborativo e motivante, capace di cogliere le esigenze di ciascun individuo e di valorizzare i differenti profili professionali.

Le assunzioni a tempo determinato sono limitate alle esigenze di gestione dei picchi di lavoro e di sostituzione maternità, con un trend discendente rispetto agli anni precedenti.



La quasi totalità dei dipendenti è di nazionalità italiana, a conferma del forte radicamento territoriale che caratterizza da sempre Vodafone Italia. Contestualmente, però, l'azienda ha scelto di dotarsi di personale eterogeneo dal punto di vista delle esperienze formative e dei background culturali. Inoltre, negli ultimi anni si evidenzia una presenza importante di giovani con età inferiore ai 25 anni, dovuta principalmente alle politiche di assunzione di Vodafone, sempre finalizzate alla ricerca di giovani talenti.

In coerenza con un trend che ha visto decrescere il dinamismo del mercato del lavoro, Vodafone Italia ha comunque continuato ad investire inserendo nuove risorse dal mercato esterno inserendo giovani laureati e cercando competenze specialistiche chiave per lo sviluppo del business. L'investimento in nuove assunzioni si è concentrato soprattutto nelle aree chiave per lo sviluppo del business (in particolare divisioni Commerciali e Tecnologie), oltre ad alcuni inserimenti nelle direzioni di Staff e Customer Care finalizzate all'allineamento delle competenze con l'evoluzione del business.

GARANTIRE LA PARITÀ

La parità di trattamento delle persone di Vodafone Italia si concretizza nel garantire, a partire dalla fase di selezione e in tutte le attività svolte, la non discriminazione per motivi di razza, sesso, nazionalità, orientamento sessuale, status sociale, apparenza fisica, religione e orientamento politico. Vodafone ha introdotto regole di comportamento e strumenti per la comunicazione e la gestione di episodi che possano compromettere in qualsiasi modo le persone di Vodafone o la reputazione ed il patrimonio dell'azienda. Nel caso si venisse a conoscenza di casi significativi, i dipendenti di Vodafone Italia hanno obbligo di segnalare il fatto rilevato, alternativamente, al

proprio manager, alla direzione HR Organization, ad un ente terzo (incaricato di raccogliere segnalazioni anche da fonti esterne) o direttamente all'Organismo di Vigilanza.

Le persone o gli enti coinvolti hanno il compito di valutare le informazioni ricevute e di identificare le appropriate modalità di gestione: la direzione HR and Organization ha la responsabilità di garantire che non ci siano ripercussioni di alcun tipo nei confronti di chi effettua una segnalazione in buona fede, a prescindere dal fatto che la segnalazione non trovi riscontro a valle del processo di investigazione.

LE INIZIATIVE AL FEMMINILE E ATTIVITÀ DI WELLBEING

Durante il periodo di maternità l'azienda integra lo stipendio fino al 100% nei quattro mesi e mezzo di assenza facoltativa successivi al periodo obbligatorio. Inoltre, è prevista la possibilità di richiedere il passaggio ad un part-time fino a trenta mesi di vita del bambino o di usufruire di "turni agevolati".

L'azienda valuta le richieste di aspettativa, da uno a sei mesi consecutivi non frazionabili, per la cura dei figli di età inferiore a otto anni avanzate da dipendenti con anzianità superiore a 4 anni che abbiano già fruito dell'intero periodo di congedo parentale.

Workshop Diversity & Inclusion

Nel corso dell'anno, circa 600 manager sono stati invitati a partecipare ad una giornata di riflessione sul tema delle diversità in senso ampio (di genere, nazionalità, età, ecc.), ma anche di forme di diversità non apparenti, come lo stile di leadership. L'obiettivo è stato condividere il valore della Diversity per la strategia di Vodafone, di consapevolezza riguardo alle dinamiche e ai comportamenti che possono creare discriminazioni e di sensibilizzare i manager riguardo sulla responsabilità di creare una cultura di inclusione nei propri team.

Valore D

Vodafone è socio fondatore e contribuisce ogni anno al progetto "Valore D" per supportare le aziende nello sviluppo di percorsi di crescita per i loro talenti femminili, sostenere le donne nel loro percorso verso il vertice aziendale e creare consenso intorno a un comune obiettivo, al fine di elevare la discussione pubblica sul tema e promuovere il cambiamento. Nel 2012-2013, la partnership con Valore D si è intensificata attraverso la partecipazione attiva delle persone del network agli incontri dedicati alla Leadership al femminile.

Sempre in caso di necessità di cura dei figli con età inferiore a otto anni, Vodafone Italia si impegna a valutare le richieste di passaggio a part-time delle mamme.

L'attenzione alle risorse umane si concretizza anche nell'offerta di percorsi formativi mirati a favorire il reinserimento in azienda

del personale che rientra dopo una lunga assenza. Il "Come back training" è un programma di aggiornamento al rientro dalla maternità da svolgere in autonomia e in affiancamento a un tutor con una durata di 10 giorni.

Management al femminile

Il **21% dei dirigenti** e il **25% dei quadri** sono donne.

Il 2012-2013 si è chiuso con il **29% di donne a diretto riporto dell'Amministratore Delegato**.

I primi riporti dell'Amministratore Delegato hanno il **52% di donne fra le loro prime linee** (assistenti escluse).

Il **50% delle nuove posizioni manageriali e di middle management** sono state ricoperte tramite assunzione o promozione di candidate donne. Per garantire questo risultato, Vodafone garantisce la presenza di almeno una donna nelle short list di candidati sia per ricerche esterne che per crescite interne

Il **41% delle donne** usufruisce di contratti **part-time**.

Vodafone Italia ha inoltre sviluppato programmi dedicati all'assistenza sanitaria della persona e dei familiari a carico, tra i quali il rimborso per l'assistenza medica dei figli, del

latte artificiale, gli asili nido, la flessibilità dei turni, il part-time reversibile, il servizio lavanderia e l'ambulatorio medico permanente.

DIVERSITY E INCLUSION NELLE POLITICHE DI ASSUNZIONE

L'inserimento di personale durante l'anno (sono stati assunti circa 100 profili a tempo indeterminato) è stato guidato dai criteri di *diversity e inclusion*: gli ingressi, infatti, sono sostanzialmente ripartiti equamente tra donne e uomini e la componente di profili internazionali sia UE sia extra-UE si è mantenuta costante.

La strategia di assunzione è stata caratterizzata dalla ricerca dal mercato esterno di competenze specifiche e specialistiche che possono sostenere l'innovazione e le priorità di business, in un'ottica dinamica e proattiva rispetto alle sfide del settore e alle future evoluzioni della tecnologia.

Diversity & Inclusion

44% degli assunti sono donne

68% degli assunti ha età inferiore a 30 anni

80 giovani neolaureati partecipanti al programma Vodafone Discover Program assunti a tempo indeterminato

Anche quest'anno, grande attenzione è stata posta al **Vodafone Discover Program**, che ha portato all'inserimento di 80 giovani neolaureati assunti a tempo indeterminato, giovani talenti in grado di portare idee innovative e visione verso il futuro. Per il raggiungimento di questi obiettivi sono state di importanza fondamentale le relazioni con le più importanti università italiane ed internazionali. Il programma dura complessivamente 24 mesi: nei primi 12 mesi sono previsti un periodo di Customer Experience a stretto contatto con i Clienti, nei negozi e nei Competence Center, e due distinti progetti in aree aziendali diverse. Al termine dell'anno di job rotations, i ragazzi vanno a ricoprire il loro primo ruolo in azienda e vengono monitorati per i successivi 12 mesi.

Anche la *diversity* in termini di internazionalità delle persone continua ad essere un fattore molto importante per l'azienda, perché capace di portare innovazione e capacità di adattamento alle nuove sfide del mercato.

Nel promuovere Vodafone come Best Employer of Choice, l'obiettivo di Vodafone è sempre quello di entrare in contatto con studenti e neolaureati con un brillante percorso accademico svolto nel rispetto delle tempistiche previste dal corso di studi, che abbiano maturato esperienze di studio o di lavoro all'estero e che dimostrino grande passione verso l'innovazione tecnologica e nuovi modi di comunicare. Per questo, vengono continuamente progettate attività innovative finalizzate ad accrescere e rafforzare le relazioni con le più importanti università italiane ed estere. Oltre a

progetti di studio per tesi di laurea, nel 2012-2013 sono stati svolti:

- **Vodafone Youniversity Contest**, un business case progettato e sviluppato da docenti di alcune prestigiose università insieme ai manager di Vodafone Italia, integrato nei percorsi di studio dei ragazzi, con l'obiettivo di mettere gli studenti a diretto contatto con casi reali di business, confrontarsi con le modalità operative dei manager e proporre soluzioni innovative;
- **In Company Visit**, visite organizzate all'interno degli spazi di lavoro di Vodafone Italia per mostrare da vicino a ragazzi ancora in corso di studi com'è fatta l'azienda, quali sono le modalità di lavoro, gli spazi, i ritmi e le persone che ogni giorno contribuiscono al successo;
- **Skill Seminars**, incontri gestiti direttamente dai manager che si confrontano direttamente con i ragazzi, per attività formative e testimonianze reali.

Grazie a **YOUiversity**, community riservata a tutti i neolaureati e studenti interessati a tenersi aggiornati e in contatto con Vodafone, gli studenti possono in ogni momento conoscere le proposte dell'azienda, chiedere incontri e chiedere ai giovani neoassunti come si vive e si lavora in Vodafone, condividere le loro esperienze e scambiare consigli. L'iniziativa è svolta a livello locale, per ora, ma in futuro sarà avviata anche YOUiversity Global, per dare la possibilità di scambiare e condividere esperienze con altri studenti e neolaureati di Operating Company di Vodafone Group situate in tutto il mondo.

“Women Make Companies Better!” riceve il Desmo Award

Al fine di promuovere e sostenere la diversità di genere, quest’anno Vodafone Italia ha sviluppato un progetto specifico che ha ricevuto dalla Borsa Internazionale del Placement il Desmo Award per il Best Campus Recruiting Program: si tratta dell’iniziativa “Women Make Companies Better!” finalizzata all’inserimento di giovani donne in azienda. Una serie di progetti e attività finalizzate a incentivare il dialogo con gli atenei per aiutare le giovani studentesse a prendere meglio coscienza delle proprie potenzialità, orientando in modo coerente il proprio percorso di inserimento nel mondo del lavoro.

FORMAZIONE E SVILUPPO

Uno degli obiettivi strategici di Vodafone Italia è costruire professionalità. Investire in formazione sia sul personale interno che sui partner, significa garantire un’attenzione costante alla crescita degli individui e allo sviluppo delle competenze chiave per generare valore. Per questo, l’offerta formativa di Vodafone è in continua evoluzione per adattarsi alle sfide che arrivano dal business, rinnovandosi sia nei contenuti che nelle modalità di erogazione.

Nell’esercizio 2012/2013 Vodafone Italia conferma un importante investimento nella formazione, che rappresenta una leva strategica per lo sviluppo delle strategie di business in un contesto di mercato altamente competitivo e dinamico. La Training Community ha sviluppato oltre 107.500 giornate di formazione, di cui quasi 60 mila rivolte al personale

dipendente e oltre 47.500 rivolte al personale dei partner (sia Commerciali che di Customer Operations).

Nel fiscal year 2012-2013 sono state due le novità che si sono aggiunte all’impianto formativo presente: l’investimento sull’e-learning e sulla formazione funzionale. Grazie all’e-learning, tutti i dipendenti possono accedere a una piattaforma online dove i contenuti formativi sono trasmessi tramite video, webinar, “gaming” e giochi di ruolo, a cui si aggiungono sistemi “social” di supporto e di condivisione. Questo tipo di formazione ha il vantaggio di essere aperto a tutti, di poter raggiungere un numero importante di colleghi in maniera capillare e, soprattutto, di essere accessibile in diverse modalità, in ufficio o in mobilità. Per la formazione funzionale, sono invece state istituite le “Academy”, ossia percorsi di sviluppo strutturati e ben definiti, dedicati alla crescita professionale all’interno delle diverse funzioni. I percorsi prevedono diverse tipologie di strumenti di sviluppo (corsi in aula, corsi on line, video, articoli di approfondimento, business case) mirati a creare comunità professionali altamente specializzate nelle aree di impiego. Questi percorsi sono disegnati spesso insieme a colleghi del Gruppo Vodafone, così da integrare le migliori esperienze degli altri Paesi e arricchire l’esperienza formativa stessa con una prospettiva anche internazionale.

L’offerta formativa è stata sviluppata per rispondere alle necessità del business e per supportare il cambiamento di scenario con lo sviluppo di una nuova mentalità orientata sempre più all’innovazione e alla semplificazione dei processi aziendali. Le aree di maggior rilievo dell’offerta formativa dell’anno 2012-2013 sono state:

- **Supermobile:** presentazione dei nuovi scenari competitivi in cui l’azienda sviluppa il business nel mercato delle comunicazioni convergenti;



- **Neo Assunti e Neo manager:** focus sul valore del brand, la centralità del Cliente e l'innovazione;
- **Collaboration for Results:** corsi per sviluppare comportamenti che promuovano la fiducia e la collaborazione come tratti essenziali per guidare il raggiungimento dei risultati;
- **Language training:** sviluppo di un percorso online di formazione linguistica, per operare in un contesto sempre più internazionale.



I contenuti della formazione funzionale

Le giornate di formazione funzionale rivolte al personale dipendente sono aumentate del 16% rispetto all'anno precedente. I percorsi formativi per il personale dei Competence Center sono stati sviluppati al fine di rafforzare l'importanza della trasparenza e del caring nella relazione con i Clienti in maniera coerente su tutti i punti di contatto, andando a sviluppare le competenze necessarie per dialogare opportunamente sui nuovi canali digitali.

La formazione Commerciale si è sviluppata su due percorsi sinergici: competenze di ruolo, per sviluppare il business con i partner commerciali che ricoprono una sempre maggiore rilevanza nella determinazione dei risultati, ed educazione al Cliente, per guidare la trasformazione del processo di vendita all'interno dei negozi Vodafone e permettere una maggiore comprensione delle esigenze dei Clienti nell'interazione quotidiana.

L'architettura formativa Technology è stata sviluppata con particolare riferimento all'evoluzione tecnologica della rete *mobile* (con percorsi di formazione sull'LTE), alle tematiche di sicurezza delle reti IP e alla certificazione di figure professionali orientate al Project Management. Attraverso corsi comportamentali specificamente progettati, si è lavorato sulla valorizzazione della collaborazione tra i dipartimenti e la condivisione e sull'utilizzo delle best practice. Inoltre, nell'anno fiscale appena concluso, sono state erogate 290 giornate di formazione sui temi di privacy e di riservatezza dei dati, coinvolgendo anche figure manageriali, in particolar modo di Customer Operations. Per quanto riguarda, infine, la formazione su Salute e Sicurezza sul Lavoro, sono state erogate 1.399 giornate di formazione dedicate sia alle figure che hanno ruoli e responsabilità nell'ambito del sistema di gestione salute e sicurezza sul lavoro (dirigenti, preposti e addetti all'emergenza) sia sulla prevenzione del rischio correlato all'attività svolta, anche in relazione agli aggiornamenti normativi introdotti dall'Accordo Stato Regioni sulla formazione a gennaio 2012.

RICONOSCERE AI DIPENDENTI IL CONTRIBUTO AL SUCCESSO DELL'AZIENDA

Vodafone ha sviluppato un set di trattamenti, integrativi rispetto alle disposizioni di legge o contrattuali, con lo scopo di tutelare le persone e mettere a loro disposizione servizi che ne migliorino la qualità della vita. L'offerta di Vodafone è rivolta alla totalità dei dipendenti indipendentemente dalla forma contrattuale e comprende coperture assicurative, un fondo di rimborso delle spese mediche, piani pensioni, integrazione della maternità, un asilo aziendale e tutte le altre forme più comuni di benefit aziendali.

La retribuzione mensile costituisce la parte fissa del sistema retributivo ed è erogata sulla base delle previsioni contrattuali e di riconoscimenti meritocratici. Il livello retributivo è differenziato in funzione del ruolo ricoperto, delle responsabilità assegnate, delle competenze acquisite, delle performance e degli obiettivi individuali raggiunti. Il confronto con il mercato esterno, analizzato attraverso i dati raccolti dalle società specializzate, rappresenta infine un riferimento molto importante. Ad integrazione della retribuzione mensile, sono previsti alcuni elementi variabili:

Bonus una tantum

il bonus è erogato nell'ambito della review annuale come riconoscimento di buone performance.

Piano di incentivazione a breve termine

Il Piano di incentivazione a breve termine è assegnato in funzione del ruolo organizzativo. Può essere annuale, se destinato alla popolazione manageriale e incentrato principalmente su indicatori economico-finanziari aziendali, o semestrale, destinato alla forza vendita e ai coordinatori del Customer Care e focalizzato su obiettivi personali o di team. Entrambi gli schemi prevedono obiettivi di qualità del servizio. Il livello di riconoscimento dipende dal grado di raggiungimento degli obiettivi di business con una correlazione, nel caso del piano manageriale, alla valutazione della performance individuale.

Premio di Risultato

Il Premio di Risultato consiste in un ammontare variabile legato a obiettivi annuali di performance economico-finanziarie e di qualità del servizio. Questo istituto è regolato in accordo con le Organizzazioni Sindacali.

Grand Prix

Il Grand Prix è un programma di incentivazione che premia le performance degli operatori telefonici del Competence Center in termini di contributo al business ed alla qualità del servizio al Cliente, sia a livello di team che di performance individuale.

Piani azionari

I Piani azionari sono lo strumento dedicato prevalentemente ai ruoli manageriali; ha l'obiettivo di trattenere le persone "chiave", che ricevono un'assegnazione differenziata di azioni gratuite in base a criteri legati al potenziale ed alla performance individuale.

Vodafone Way People

Vodafone Way People è un piano di rewarding non monetario, destinato a riconoscere e promuovere i comportamenti aziendali ispirati ai principi della velocità, semplicità e fiducia. I candidati sono individuati attraverso la segnalazione spontanea di colleghi e selezionati da parte di un gruppo di senior manager.

Il piano individuale di welfare

Al pacchetto di benefit tradizionali si è aggiunto nel 2012 il piano individuale di welfare, che può essere costruito in modo flessibile da ciascun dipendente in base alle proprie necessità. Vodafone integra l'offerta ai dipendenti prevedendo la possibilità di corrispondere loro anche alcuni beni e servizi di valenza sociale e assistenziale, nell'ambito di un piano di remunerazione che si affianca a quello che era già in essere in azienda. Si tratta di un programma molto interessante perché permette di sperimentare forme di personalizzazione del proprio pacchetto retributivo, ottimizzare l'offerta di benefit e rispondere anche a specifiche esigenze di carattere non economico manifestate dai dipendenti. Nel 2013 il piano è stato ulteriormente rilanciato e ora coinvolge tutti i dipendenti e riguarda un ancora più ampio ventaglio di servizi.

PERFORMANCE DIALOGUE

Vodafone Italia ha adottato il Performance Dialogue come strumento di valutazione dei dipendenti, volto a favorire lo sviluppo delle proprie risorse e a garantire un chiaro e costante dialogo tra responsabile e collaboratore per tutto l'arco dell'anno. Il Performance Dialogue è un processo integrato che racchiude in sé 4 momenti salienti:

1. condivisione sui risultati dell'anno e definizione dei nuovi obiettivi annuali individuali e del piano di sviluppo;

2. confronto di metà anno con il proprio manager;
3. autovalutazione e richiesta del Customer Feedback (per la popolazione manageriale);
4. valutazione finale delle performance (Manager preparation e Calibration).

Tutti i dipendenti con contratto a tempo indeterminato o d'inserimento sono stati coinvolti nel processo di valutazione delle performance: circa 6.800 persone.

RELAZIONI INDUSTRIALI E SINDACALI

Vodafone Italia favorisce la costante collaborazione con le organizzazioni sindacali per il raggiungimento di accordi nell'ambito delle principali tematiche inerenti la gestione delle risorse umane e le attività di business.

Durante l'anno è stato sottoscritto il rinnovo del CCNL per il triennio 2012-2014. In questo accordo, sono state definite nuove regole per gli appalti, volte a rafforzare i principi di legalità ed eticità nella gestione dei relativi contratti, e sono state introdotte nuove previsioni per l'applicabilità, in particolare nei Customer Care, di forme di flessibilità a tutela dell'occupazione (fra le quali l'applicazione di un sistema di flessibilità orario e la ricezione degli accordi su produttività e su controllo a distanza). Sono state inserite anche modifiche dirette all'adeguamento e alla semplificazione degli strumenti normativi, fra i quali il codice disciplinare, la malattia e l'apprendistato. Infine, dal punto di vista economico, è stata concordata la corresponsione di un aumento dei minimi contrattuali e di un "una tantum".

A sostegno della formazione professionale delle persone di Vodafone Italia, la Commissione Paritetica per la Formazione Continua ha continuato a sottoscrivere importanti accordi sulla formazione professionale delle persone, confermando un sano ed efficace utilizzo dei fondi interprofessionali ed una positiva tendenza nella relazione azienda-sindacati sulle tematiche della professionalità.

È importante ricordare che agli inizi di marzo 2013, è stata avviata un'azione di trasformazione organizzativa e di efficienza verso un modello operativo di maggiore focalizzazione organizzativa e di business. Questo processo si pone l'obiettivo di assicurare il rilancio dell'azienda, la sua competitività sul mercato e la sostenibilità futura, anche attraverso una ridefinizione complessiva del costo del lavoro ed una riduzione del perimetro organizzativo pari a 700 persone appartenenti a funzioni di staff e supporto. L'accordo con le Organizzazioni Sindacali Nazionali del settore delle Telecomunicazioni e il Coordinamento Nazionale

delle Rappresentanze Sindacali Unitarie è stato ratificato presso il Ministero del Lavoro. Frutto di un percorso di dialogo intenso e costruttivo con il sindacato, che ha visto momenti di confronto con i dipendenti, l'accordo è stato guidato dalla reciproca volontà di trovare soluzioni non traumatiche, attraverso il ricorso a strumenti socialmente sostenibili per le persone e per l'azienda per la gestione degli esuberanti ed il contenimento del costo del lavoro. In merito alla gestione degli esuberanti, sono stati individuati diversi strumenti volti a ridurre l'impatto sociale derivante dalla necessità di adeguare l'organizzazione al nuovo contesto, fra i quali: la mobilità volontaria e incentivata; l'eventuale ricollocazione presso partner; passaggi a part time fino a un tetto massimo; la possibile ricollocazione interna.

Parallelamente, sul contenimento del costo del lavoro è stata raggiunta un'intesa per riequilibrare il profilo economico e normativo di alcuni istituti con l'obiettivo di contribuire alla sostenibilità e competitività di Vodafone fra i quali la revisione del premio di risultato; la fruizione ferie e permessi. Nell'ambito dell'accordo, l'azienda ha dato disponibilità anche ad un'ulteriore apertura all'utilizzo del part time e ha introdotto per la prima volta nel settore delle telecomunicazioni la possibilità di valorizzare il premio di risultato con la scelta di innovativi strumenti di welfare aziendale.

La validità del sistema relazionale di Vodafone Italia è stata dimostrata dal fatto che è stato possibile gestire situazioni complesse come eccedenze di personale senza conflitto e che già a luglio 2013 erano state completate le uscite volontarie previste dal piano. Le soluzioni previste per il contenimento del costo del lavoro, invece, avranno bisogno ancora di tempo per la loro realizzazione.

LA PROMOZIONE DELLA SALUTE E SICUREZZA

La salute e la sicurezza sul lavoro sono temi fondamentali che l'azienda porta avanti da sempre quale parte integrante del business e della strategia. La strategia di prevenzione riveste per Vodafone un'importanza determinante partendo dall'analisi delle

continue trasformazioni dei processi che hanno anche risolto sulle attività lavorative, verificando l'insorgenza di nuovi rischi e mirando a migliorare la qualità del lavoro.

Tutelare la salute degli operatori di Call Center

È stato concluso, in collaborazione con il Policlinico di Milano, lo studio scientifico su 93 operatori di Call Center relativo al monitoraggio del comportamento vocale. Lo studio ha permesso di: analizzare le caratteristiche del comportamento vocale in un numero significativo di operatori del Call Center; ricercare correlazioni tra il comportamento vocale e l'eventuale grado di disagio percepito correlato all'utilizzo della voce; individuare eventuali aspetti critici dell'attività svolta che possono contribuire a determinare il rischio affaticamento vocale; individuare e proporre interventi preventivi e aggiornare la valutazione del rischio di affaticamento vocale.

Nel corso dell'anno, è continuato il trend di riduzione degli infortuni in orario di lavoro: i risultati sono stati decisamente positivi grazie ad un'ottimale gestione degli spazi di lavoro (sedi, Competence Center e siti tecnici), alle attività di comunicazione e sensibilizzazione per la prevenzione degli infortuni svolte anche da parte del vertice aziendale, nonché al monitoraggio sulla corretta applicazione dei processi di gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro. Un'estrema attenzione è stata rivolta anche alla sicurezza dei lavoratori dei fornitori, che devono garantire il rispetto delle Absolute Rules che riguardano le aree a maggiore rischio (quali sicurezza alla guida, lavori in quota ed elettrici) e sono soggetti ad attività di controllo mediante controlli (audit) svolti dai dipartimenti di Safety, Supply Chain Management, Technology, Property & Facilities, in particolare, a scopo preventivo, al fine di promuovere le congruenti iniziative correttive e preventive.

Sono state svolte attività di formazione per sensibilizzare e coinvolgere tutti i dipendenti, perché ciascuno si faccia promotore della tutela della Salute e Sicurezza sul Lavoro, è

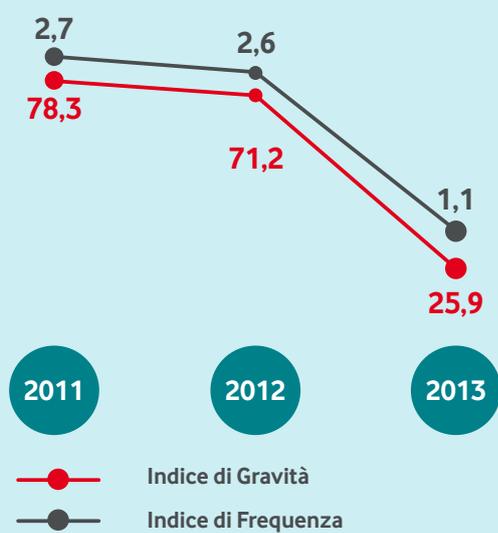
stata inoltre sviluppata un'attività di verifica del rispetto delle norme su salute e sicurezza e dell'efficacia delle iniziative avviate in tale ambito. Nel corso dell'anno sono state svolte diverse attività di controllo di conformità nei luoghi di lavoro (con particolare riferimento agli interventi di manutenzione), su alcuni processi significativi quali la progettazione, realizzazione e manutenzione delle Stazioni Radio Base di tipo "strallato" e su alcune imprese terze. Nel rispetto dei principi definiti dal Sistema di Gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro e nell'ottica del miglioramento continuo, sono state identificate e implementate le necessarie azioni correttive in riferimento alle eventuali non conformità rilevate.

Infine, sono stati messi a disposizione dei dipendenti nuovi strumenti di telemedicina e informazione virtuale sui temi della prevenzione oncologica, cardiologica, di educazione alimentare e prevenzione del diabete, continuando a offrire ai dipendenti un servizio di prevenzione e di caring al fine di promuovere una diffusa cultura della salute non solo legata ai rischi professionali.

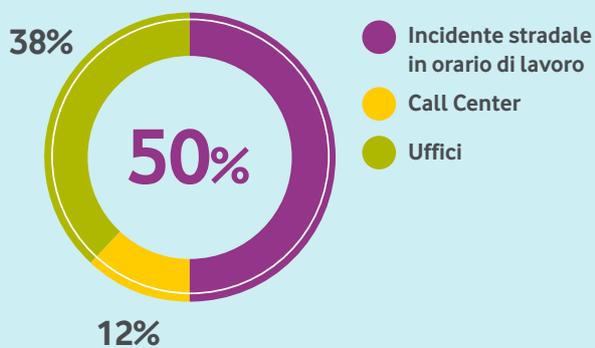
Gli indici di salute e sicurezza

Viene confermato anche quest'anno il trend in miglioramento degli indici infortunistici sia in termini di frequenza di accadimento sia in termini di gravità.

Indici di infortunistici



Luogo di accadimento degli infortuni su lavoro



Anche i risultati dell'analisi di tali eventi conferma che la maggior parte degli infortuni occorsi sono di natura accidentale e che quindi non hanno richiesto lo sviluppo di azioni correttive.

LA FORMAZIONE SUI TEMI DI SALUTE E SICUREZZA

Nel corso dell'anno sono continuate le attività di formazione finalizzate alla prevenzione del rischio correlato all'attività svolta (in particolare corsi di guida sicura e difensiva, sicurezza nei lavori elettrici, laboratorio di igiene vocale per gli operatori di Call Center) e corsi di formazione dedicati alle figure con ruoli

specifici nell'ambito del Sistema di Gestione Salute e Sicurezza sul Lavoro (Addetti Emergenza e Primo Soccorso, Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza).

Un impegno riconosciuto per la sicurezza

Anche quest'anno l'impegno di Vodafone è stato nuovamente riconosciuto all'esterno: Vodafone è stata premiata dalla Prefettura di Pisa nell'ambito del progetto "Buone Prassi per la sicurezza e la salute nei luoghi di lavoro": il riconoscimento è stato motivato dall'impegno dimostrato nel promuovere la cultura della sicurezza con campagne di sensibilizzazione rivolte alle imprese. Il progetto Contractors Control di Vodafone assicura infatti un idoneo controllo sulla rispondenza dell'operato delle imprese ai requisiti Vodafone per la Salute e Sicurezza sul Lavoro. Sulla base degli esiti dei controlli svolti, è stata progettata una specifica campagna di sensibilizzazione rivolta alle imprese per promuovere l'adozione di comportamenti corretti e sicuri durante il lavoro.

Cresce la formazione sui temi SSL

Nel fiscal year 2012-2013 sono state svolte più di 1.400 giornate di formazione sui temi di Salute e Sicurezza sul Lavoro, a cui hanno partecipato 1.703 persone.

1.400

Giornate di formazione sui temi di Salute e Sicurezza

1.703

Persone formate sui temi di Salute e Sicurezza

Nota: per "giornate" di formazione si intendono "Student Days", calcolati come: (ore di formazione erogata/8 ore) x numero di partecipanti alla formazione.

LA COMUNICAZIONE INTERNA

Anche quest'anno il ruolo della Comunicazione Interna si è confermato fondamentale per veicolare i valori, le strategie e il Brand e per supportare i processi di cambiamento all'interno dell'azienda. Numerosi gli strumenti di comunicazione utilizzati: la nuova Intranet HUB, la mailbox di Comunicazione Interna e il Noilab, uno dei primi esempi di social network esclusivamente dedicato ai dipendenti, fruibile via web e in mobilità da smartphone, per poter navigare sempre e ovunque. Attraverso il Noilab ognuno può fare commenti, proporre idee ed essere costantemente aggiornato sulle novità aziendali.

Oltre al programma Vodafone Welfare, sono state diverse le iniziative di comunicazione interna durante l'anno. Vodafone Italia, credendo fortemente che tutto quello che le persone fanno, indipendentemente dal proprio ruolo aziendale, contribuisca a differenziare il proprio brand e a rendere la propria offerta rilevante per i Clienti e a fare di Vodafone un'azienda "ammirata", ha lanciato l'iniziativa **Tutto fa Brand**. Il progetto

mette a disposizione di tutti i colleghi strumenti e un game online per comprendere gli elementi di differenziazione di Vodafone e misurare quanto le proprie attività siano "on brand".

In collaborazione con i più validi specialisti, Vodafone ha organizzato nel corso dell'anno per le proprie persone una serie di incontri/webcast sui più diffusi temi di **wellbeing**: prevenzione cardiologica, diabete, educazione alimentare, prevenzione oncologica. Sono numerosi i colleghi che hanno preso parte ai diversi appuntamenti esprimendo il proprio apprezzamento verso questo tipo di iniziative. Infine, il progetto **Make it Easy**, nato a novembre 2009 con l'obiettivo di semplificare il modo di lavorare in Vodafone e l'experience dei Clienti, continua a portare benefici in termini di efficienza. Dal lancio ad oggi sono state oltre 600 le idee di semplificazione segnalate dalle persone che lavorano in Vodafone ad un team dedicato. Di queste 300 hanno portato all'eliminazione di altrettanti attività, report o processi ritenuti ridondanti.

Comunicare nel Vodafone Village

Il Vodafone Village rappresenta molto di più di un luogo fisico di lavoro: rappresenta un nuovo modo di lavorare improntato alla collaborazione, un ambiente che favorisce il confronto e lo scambio di idee. Il Village è anche un ambiente dove il brand vive con le stesse logiche della comunicazione verso i Clienti e la Comunicazione Interna ha un ruolo fondamentale nel promuovere questa cultura. Ad ogni importante lancio commerciale, infatti, gli ambienti si colorano della campagna pubblicitaria del momento veicolando sia i contenuti dedicati ai Clienti sia contenuti "ad hoc" per i dipendenti. Nel corso dell'anno hanno avuto particolare importanza le offerte Friends&Family dedicate ad amici e parenti dei dipendenti.

Ascoltare i dipendenti

Vodafone misura il clima aziendale con la "Vodafone People Survey", l'indagine di clima condotta annualmente su tutto il Gruppo Vodafone.

L'Engagement Index è migliorato di 1 punto percentuale rispetto allo scorso anno. L'indice valuta la soddisfazione generale nei confronti dell'azienda, la sua valutazione come posto di lavoro, l'orgoglio di lavorare per il Gruppo Vodafone e per Vodafone Italia, l'intenzione di consigliare Vodafone come posto di lavoro ai propri amici e conoscenti, il senso di appartenenza e la volontà di dare nel proprio lavoro quotidiano anche di più di quanto richiesto.

Il Manager Index è migliorato di 1 punto percentuale rispetto allo scorso anno. L'indicatore valuta l'esperienza delle persone di Vodafone attraverso l'analisi degli

aspetti dell'ambiente di lavoro che i responsabili di persone possono influenzare direttamente nel modo in cui guidano i gruppi e assistono le loro persone.

L'Employee Net Promoter Score per la prima volta ha registrato una contrazione di 9 punti percentuali rispetto al passato, ma resta positivo rispetto al resto del Gruppo. L'indicatore indaga quanto i dipendenti sono portati a raccomandare i prodotti e servizi Vodafone a parenti, amici e conoscenti. Per capire il motivo di questa riduzione durante i primi mesi dell'anno più di 150 dipendenti sono stati coinvolti in Focus Group che hanno individuato 3 aree (Simplicity, Customer Obsession e Product Proudness) su cui le direzioni lavoreranno il prossimo anno.

LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DEI CITTADINI

Le tecnologie ed i sistemi di comunicazione possono contribuire in maniera significativa al miglioramento del livello qualitativo della vita dei cittadini, offrendo soluzioni nell'ambito sanitario e della sicurezza. Vodafone Italia è impegnata a sviluppare

collaborazioni in questi ambiti mettendo a disposizione tutte le proprie conoscenze e competenze al fine di contribuire allo sviluppo sociale del territorio in cui opera.

Vodafone Mobile Checkup

Nei primi mesi del 2013 i dipendenti Vodafone della nuova sede del Village di Milano hanno potuto utilizzare il nuovo servizio Vodafone Mobile Checkup. Il nuovo kit contiene il device medico che, opportunamente indossato, consente ai dipendenti di effettuare un self test a casa propria e di comunicare all'ospedale, tramite rete Vodafone, il proprio tracciato cardiaco insieme ad alcuni segni vitali; i cardiologi si collegano via secure WEB per eseguire le refertazioni. I referti generati sono immediatamente disponibili in formato anonimo per i dipendenti attraverso lo stesso sito sul quale i dipendenti si sono accreditati per eseguire la prenotazione del Vodafone Mobile Checkup kit.

> effettuare self test sulla propria salute

Abbiamo a Cuore il tuo Cuore

Continua il progetto, sviluppato da Vodafone in collaborazione con Pfizer Italia e l'Ordine dei farmacisti, che aiuta i pazienti a seguire con costanza le terapie farmacologiche assegnate dal medico. Per le province coperte dal servizio i pazienti possono registrarsi in qualunque farmacia della provincia e richiedere l'attivazione del sistema automatico di invio SMS per essere avvisati che sta per terminare il farmaco e che deve essere richiesta al medico una nuova prescrizione. Il farmacista utilizza il sistema web di Vodafone da banco e, con lo stesso lettore Barcode utilizzato di routine, può riconoscere il paziente dal codice fiscale e può leggere i barcode delle confezioni di farmaci per comunicare al sistema i dati necessari per l'SMS di notifica. La sperimentazione, che è partita nel mese di giugno 2011, si è arricchita quest'anno con farmacie situate in ulteriori province che hanno aderito all'iniziativa.

> seguire le terapie farmacologiche assegnate

Lotta alla dipendenza da tabagismo

L'iniziativa è stata sviluppata da Vodafone in collaborazione con Pfizer Italia e importanti dipartimenti di Ospedali dedicati alla cura delle dipendenze. Il progetto è partito con il Centro di Medicina delle Dipendenze di Verona e nel corso dell'anno ha coinvolto altri sedici enti sanitari italiani. Vodafone mette a disposizione la propria piattaforma Web "Città Informa" per consentire ai dipartimenti per la cura delle dipendenze, di arruolare pazienti già in cura per smettere di fumare. Per ciascuno di essi si imposterà una pianificazione automatica di invii SMS con testi predefiniti, volti a sostenere il paziente fin dalla prima settimana di cura e per la durata di almeno un anno. Attraverso il web di Vodafone, i medici e gli psicologi dell'ospedale definiranno i contenuti e le tempistiche di invio degli SMS, in base allo stato di avanzamento della cura, integrata in alcuni casi anche da farmaci.

> sostenere il paziente nella cura

LE ATTIVITÀ DI PUBBLICO SOCCORSO E PROTEZIONE CIVILE

Vodafone Italia è costantemente impegnata nel garantire il supporto alle Autorità Istituzionali per esigenze di giustizia, per il pubblico soccorso e per la gestione delle emergenze.

Anche quest'anno sono state numerose le attività svolte, tutte contraddistinte dal forte coinvolgimento, dall'impegno e dalla passione.

Security Operation Center

Vodafone assicura la continuità operativa e il supporto alle Autorità preposte all'ordine ed alla sicurezza pubblica attraverso la predisposizione di un servizio di reperibilità svolto, congiuntamente, dai centri operativi sul territorio e dal Security Operation Center (SOC), la nuova centrale operativa che gestisce situazioni di emergenza ogni giorno, 24 ore al giorno. Il SOC, attraverso l'utilizzo di nuove soluzioni tecnologiche nel campo della security, costituisce non solo un punto focale di contatto per tutti i dipendenti Vodafone ma si pone come contact center a disposizione degli organi governativi preposti alla sicurezza pubblica, sia che si tratti di attività di supporto al contrasto al crimine che di gestione e continuità delle comunicazioni mobili in situazioni di crisi (come le calamità naturali). Rappresenta, inoltre, il focal point operativo in caso di attivazione del business continuity plan aziendale per la gestione di emergenze riguardanti le infrastrutture aziendali ed i fornitori e i partner strategici. Il SOC assume, così, un ruolo rilevante nel Circuito nazionale dell'Emergenza, creando, nell'ambito del Sistema Paese, forti sinergie fra pubblico e privato. La Protezione Civile Nazionale, l'Unità di Crisi del Ministero degli Affari Esteri, la sala situazioni del Ministero dell'Interno ed altre Istituzioni riconoscono la professionalità di Vodafone Italia che, attraverso le proprie strutture operative, garantiscono loro continuità nelle comunicazioni nonché informazioni utili e preziose per svolgere con tempestività e puntualità i delicati compiti istituzionali previsti.

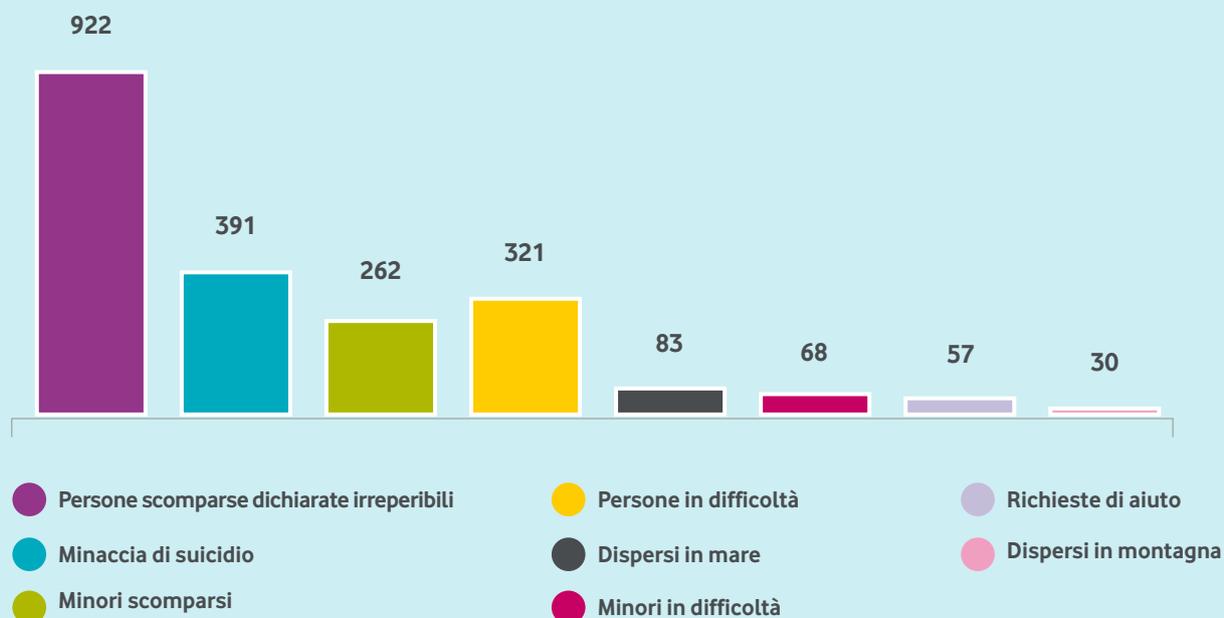
> il SOC ha gestito 20.227 chiamate, di cui 2.134 ricevute per Pubblico Soccorso

Gestione dell'emergenza terremoto in Emilia

A seguito del terremoto in Emilia del maggio 2012, Vodafone Italia, con il coordinamento del Dipartimento della Protezione Civile, ha provveduto a garantire le attività di Disaster Recovery nelle aree interessate dal sisma, garantendo e potenziando la copertura di rete nelle aree colpite dal sisma e in quelle in cui sono state allestite strutture di soccorso. A queste attività sono state affiancate anche altre iniziative a supporto della popolazione tra cui: l'istituzione, insieme agli altri operatori di telefonia *mobile*, di un numero telefonico per la raccolta fondi a beneficio delle popolazioni colpite; la fornitura di ricariche telefoniche ai Clienti Vodafone presenti nell'area colpita; la sospensione dei pagamenti delle fatture per i Clienti con abbonamento residenti nelle aree interessate dal sisma; l'allestimento, presso le principali aree di raccolta, di postazioni mobili con operatori dedicati a supporto diretto alla clientela.

> fornite 157.000 ricariche da 5 euro ai Clienti Vodafone presenti nell'area colpita

Tipologie di interventi per pubblico soccorso - 2013 (n.)



Diverse le esercitazioni svolte, nel corso dell'anno, sia a livello regionale che nazionale, di cui la più importante è stata Basilicata 2012. L'esercitazione è servita a testare, su specifici scenari d'intervento che hanno interessato le Province di Potenza, Matera nonché di Salerno e Cosenza, diversi aspetti della gestione d'emergenza, coinvolgendo tutte le componenti e le strutture operative del Servizio Nazionale di Protezione Civile a livello centrale e periferico.

Infine, l'anno trascorso è servito anche per fare il punto sull'aggiornamento del Piano nazionale di emergenza per il Vesuvio e Campi Flegrei da parte del Dipartimento della Protezione Civile, la Regione Campania, l'Osservatorio Vesuviano e la comunità scientifica. Il costante lavoro di affinamento dei piani di emergenza per le aeree interessate vedono Vodafone Italia coinvolta nei piani di sicurezza per la gestione dei servizi essenziali.

SMS solidali

Il Super Messaggio Solidale, uno dei principali mezzi di donazione in Italia, permette con un gesto semplice e immediato alle persone di sostenere i progetti delle Associazioni.

Durante il 2012-2013, Vodafone ha sostenuto **111 raccolte fondi** che hanno portato a donazioni per **oltre 10 milioni di euro**, di cui più 4 milioni per l'emergenza terremoto in Emilia.

111 ————— **Raccolte fondi**

10 mln € ————— **di donazioni**

4 mln € ————— **per l'emergenza terremoto in Emilia**

FAVORIRE ACCESSIBILITÀ E INCLUSIONE SOCIALE ATTRAVERSO LA FONDAZIONE

Fondazione Vodafone Italia opera con l'obiettivo di offrire un contributo concreto alla soluzione delle criticità del contesto sociale attuale e contrastare l'insorgere di nuove forme di disagio, nella consapevolezza che è necessario coinvolgere il maggior numero di attori sociali per poter raggiungere risultati significativi. Da più di dieci anni la Fondazione opera nella società civile per favorire accessibilità ed inclusione sociale e migliorare la qualità della vita delle persone.

Per meglio raggiungere le finalità di utilità e solidarietà sociale, la Fondazione cerca sempre più di utilizzare e sistemi di tecnologia *mobile*, mettendo a disposizione l'esperienza maturata nel settore dall'azienda fondatrice. In questi anni la Fondazione Vodafone Italia ha svolto una importante attività di erogazione, finanziando e lavorando in partnership con altre organizzazioni

non-profit specializzate nei diversi settori, con esperienza operativa sul campo.

La Fondazione ha però maturato la volontà di perseguire direttamente propri obiettivi per cui intende sviluppare specifici progetti che possano sfruttare le conoscenze tecnologiche nel settore delle comunicazioni e raggiungere finalità ritenute significative.

Per raggiungere i propri obiettivi la Fondazione ritiene prioritario promuovere il più ampio coinvolgimento possibile della comunità in cui opera, a partire dai dipendenti e Clienti della società Vodafone che, nel corso degli anni, sono stati coinvolti sempre più nelle iniziative e nei processi di monitoraggio.

La missione della Fondazione

"Intendiamo offrire il nostro contributo alla soluzione delle criticità del contesto sociale attuale e contrastare l'insorgere di nuove forme di disagio.

Siamo convinti che la soluzione delle criticità sociali richieda uno sforzo complessivo di unitarietà.

Intendiamo sostenere la società civile e dare il nostro contributo per favorire accessibilità ed inclusione sociale e migliorare quindi la qualità della vita delle persone. Per meglio raggiungere le finalità di utilità e solidarietà

sociale ci prefiggiamo di utilizzare e sviluppare sistemi di tecnologia mobile, mettendo a disposizione l'esperienza maturata nel settore dalla azienda fondatrice.

Inoltre intendiamo promuovere il più ampio coinvolgimento della comunità in cui operiamo, a partire dai dipendenti e Clienti Vodafone."

10 ANNI DI FONDAZIONE VODAFONE ITALIA

Fondazione Vodafone ha festeggiato i dieci anni di attività con un convegno organizzato il 4 febbraio 2013 rivolto a tutti coloro che in questi dieci anni hanno collaborato con la Fondazione. Per l'occasione è stato presentato il libro "PROGETTARE IL FUTURO. 10 anni tra solidarietà e innovazione", curato da Emanuele Trevi con interventi del Ministro Profumo e di Enrico Giovannini, testimonianze di Nerio Alessandri, Tito Boeri, Mara Carfagna, Maria Chiara Carrozza, Sergio Chiamparino, Rino Gattuso, Nicola Gratteri, Luciano Maiani, Umberto Veronesi e Lucia Votano. Il volume ripercorre i 10 anni di attività attraverso il racconto

di alcuni progetti sostenuti. Inoltre è stato realizzato un film-documentario "Up!", del regista Massimo Coppola, per raccontare quattro progetti tra quelli sostenuti:

UP! – LIBRINO. In un enorme quartiere dormitorio, dove mancano i più elementari servizi sociali e di pubblica utilità, e la malavita recluta manovalanza giovanile tra i ragazzi del quartiere, da 7 anni un piccolo oratorio prova a restituire ai giovani la possibilità di avere ancora sogni da inseguire...

UP! – SANITANSAMBLE. L'orchestra Sanitansamble offre ai ragazzi del Rione Sanità di Napoli un percorso di formazione musicale come alternativa alla strada. Il documentario racconta le storie di alcuni ragazzi del rione durante la preparazione del concerto di fine anno, giorno in cui i ragazzi si misureranno per la prima volta con un vero pubblico.

UP! – CHERIE. Cherie è una donna camerunense che da 4 anni cerca di completare le pratiche di ricongiungimento familiare, per poter finalmente riabbracciare suo marito e i suoi 3 figli.

Impiegata da 4 anni come sarta in un atelier di abiti da sposa, vede arrivare finalmente il momento in cui il sogno diventerà realtà anche grazie all'aiuto dell'Associazione Comin Cooperativa Sociale di Solidarietà Onlus.

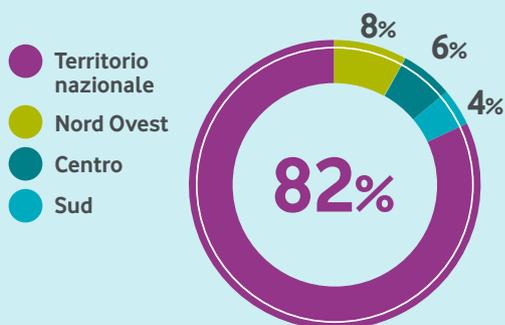
UP! - ROMEO E GIULIETTA. Nel campo nomadi di Tor de' Cenci l'Associazione Ondadurto Teatro ha realizzato negli anni un percorso di formazione teatrale con i bambini Rom. Questo documentario racconta le fasi di preparazione della piece "Romeo e Giulietta".

Gli investimenti della Fondazione

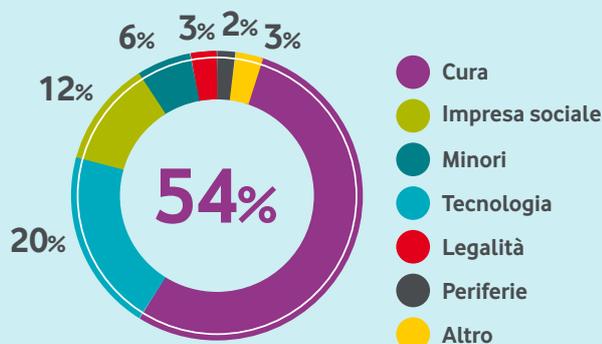
€ 8,4 mln
investiti nell'anno fiscale

€ 69 mln
investiti dalla nascita
della Fondazione (2002)

Aree geografiche di intervento della Fondazione



Ambiti di intervento della Fondazione



LE ATTIVITÀ SVOLTE DURANTE L'ANNO

La Fondazione ha intrapreso di recente un nuovo e graduale percorso volto a favorire la diffusione e l'adozione delle nuove tecnologie di comunicazione *mobile* come strumenti efficaci per abbattere le barriere, favorire l'inclusione sociale e garantire l'accessibilità ai servizi a tutti i cittadini, nella convinzione che l'evoluzione verso la tecnologia digitale possa contribuire a migliorare la qualità della vita di quanti ancora oggi vivono in una situazione di *digital divide* culturale. A tal fine, ha voluto riconoscere come propria responsabilità quella di sostenere e promuovere l'innovazione tecnologica *mobile* quale leva fondamentale e trainante del cambiamento sociale, anche in linea con l'Agenda Digitale Italiana.

In particolare, nel corso degli ultimi due anni le risorse di Fondazione Vodafone Italia sono state finalizzate a:

- sviluppare tecnologie che aiutino a superare disagi e proteggere le persone in difficoltà, come anche superare le barriere digitali (fra generazioni, nella gestione degli enti non profit, ecc.);
- sostenere le imprese per le attività sociali anche trasferendo competenze manageriali a vantaggio delle organizzazioni e progetti finanziati;
- promuovere l'attenzione, il sostegno e la raccolta fondi per progetti di utilità sociale significativi.

Fondazione Vodafone e Banca Prossima

È stato siglato tra Fondazione Vodafone e Banca Prossima un accordo per promuovere nel prossimo esercizio bandi per il finanziamento delle imprese sociali. La Fondazione Vodafone Italia trasferisce a Banca Prossima 1 milione di euro a costituzione di un Fondo di Garanzia. Banca Prossima, grazie al Fondo, erogherà finanziamenti per 4 milioni di euro, con tasso di interesse agevolato a favore di organizzazioni che per le loro attività sociali difficilmente potrebbero ottenere finanziamenti a queste condizioni.

> Fondo di garanzia e finanziamento delle imprese sociali

A Scuola di Internet

Il progetto A Scuola di Internet, ancora nella sua fase sperimentale, ha l'obiettivo di promuovere l'emancipazione digitale e la diffusione di una cultura tecnologica, in linea con l'Agenda Digitale. È stata avviata una fase pilota per tre mesi su 100 beneficiari a Milano, Padova e Torino. Scopo del progetto è dare la possibilità a chi non ha confidenza con le nuove tecnologie digitali (come le persone sopra i 55 anni) di portarsi al passo con i tempi grazie alla guida di giovani competenti e selezionati, attivando anche uno scambio generazionale. Lo sviluppo del progetto prevede la selezione di 200 formatori e il coinvolgimento di circa 100 mila "studenti" nelle principali città d'Italia.

> Promuovere l'emancipazione digitale e la diffusione di una cultura tecnologica

Ricarica Insieme

Si è conclusa molto positivamente la prima edizione di Ricarica Insieme: acquistando una ricarica da 20 euro, il Cliente ha potuto scegliere di donare 1 euro a favore della cura di minori e giovani e la Fondazione ha donato a sua volta un euro. Ricarica Insieme si colloca in una operazione più ampia che aveva come obiettivo il coinvolgimento dei Clienti Vodafone perché siano concretamente protagonisti nel sostegno al sociale. Ambito dell'intervento è stato "la cura" e, nello specifico, 11 progetti raggruppati in cinque aree: assistenza alla nascita (Aistmar, SoccorsoRosaAzzurro), ospedali più accoglienti (Un sogno per il Gaslini, Fondazione Theodora), creazione di centri di accoglienza (Lega del Filo D'Oro, Fondazione Handicap, Progetto Itaca), la tecnologia a servizio della diagnosi (Nuova Armonia, CentroSEU), sperimentazione di nuove modalità per alleviare la malattia (LIFC, SOSTegno70). La Fondazione darà seguito al progetto anche il prossimo anno, definendo una taglia di ricarica più elevata (50 euro) e continuando ad investire nell'area "cura", scelta anche in base ai suggerimenti dei Clienti.

> Al 30 settembre 2012 sono stati donati complessivamente 5 milioni di euro

Mobile Angel

Attraverso l'iniziale collaborazione con la Fondazione Pangea ed altri enti, sin dall'esercizio precedente, la Fondazione ha finanziato lo sviluppo di Mobile Angel. Il servizio consente la geolocalizzazione e la richiesta di intervento delle forze dell'ordine per violenza domestica e stalking, attraverso device, piattaforma personale dedicato. Nella sua fase di sperimentazione Mobile Angel è stato fornito attraverso un semplice telefono cellulare, per garantire il massimo della riservatezza. Il dispositivo, opportunamente configurato, è collegato tramite GPS alla stazione di Polizia più vicina all'abitazione della potenziale vittima, e se attivato tramite un pulsante di allerta, trasmette alla stazione il segnale per consentire un rapido intervento.

Dopo la scorsa sperimentazione a Roma, il 15 gennaio 2013 è stato siglato a Roma il protocollo di intesa fra la Polizia di Stato e Vodafone per l'estensione del progetto al territorio nazionale. L'intesa prevede la formazione di un tavolo tecnico di coordinamento per l'attuazione e l'estensione del servizio in collaborazione con le Questure delle città coinvolte. Vodafone fornirà la tecnologia e la formazione, mentre la Polizia di Stato coordinerà localmente le Questure per l'estensione del servizio insieme ai centri antiviolenza territoriali.

> Protocollo di intesa fra la Polizia di Stato e Vodafone per l'estensione di Mobile Angel su tutto il territorio nazionale

Il nuovo percorso si inserisce in un graduale avvicinamento della Fondazione all'azienda fondatrice che, forte del proprio background tecnologico, è determinata a contribuire con il proprio know how all'utilità sociale e all'interesse collettivo e a promuovere la crescita del Paese. Da questo nasce un nuovo ambito di intervento che, a livello di Gruppo, prende il nome di "Mobile for Good" e che racchiude tutti quei progetti e quelle iniziative di Fondazione in cui la tecnologia *mobile* interviene

quale protagonista per contribuire al miglioramento della qualità di vita delle persone e, nel complesso, al progresso sociale. In questo nuovo ruolo, che caratterizzerà i prossimi anni, la Fondazione non intende solo erogare finanziamenti, ma trasferire competenze e know-how tecnologico alle persone e alle comunità per favorirne inclusione e accessibilità ai nuovi servizi del mondo digitale.

LE SOCIAL APP DI VODAFONE

La telefonia *mobile* ha raggiunto un livello di diffusione e di evoluzione dei servizi tale da poter essere utilizzata anche come strumento efficace per migliorare la vita delle persone. Per questo, Vodafone Italia, in linea con la politica del Gruppo, ha intrapreso insieme alla Fondazione il percorso Mobile for Good, iniziato nel 2012 con Mobile Angel, lo strumento di pronto intervento per le donne vittime di stalking realizzato

in collaborazione con la Polizia di Stato, e con Easy Way, l'applicazione per smartphone che permette di tracciare e valutare il livello di accessibilità dei luoghi pubblici. Oggi, l'offerta di Social App gratuite di Vodafone Italia si è arricchita ancora e costituisce un esempio concreto delle potenzialità "sociali" delle tecnologie mobili.

Easy Way

Realizzata con il contributo di FISH – Federazione Italiana per il Superamento dell'Handicap, Easy Way fornisce informazioni e "rating" di accessibilità dei luoghi alle persone con difficoltà motorie (persone disabili, genitori con passeggini, ecc.). Si tratta di un'applicazione *user generated content*, che tutti possono contribuire ad arricchire segnalando, ovunque si trovino, il grado di accessibilità del luogo che stanno visitando.

Big Launcher

Big Launcher è un'applicazione pensata per facilitare l'utilizzo dello smartphone a persone ipovedenti, ad anziani o a soggetti che hanno poca familiarità con le nuove tecnologie. Permette la sostituzione dell'home screen del proprio smartphone con uno di maggiori dimensioni, ingrandendo le immagini, le icone e i caratteri di qualsiasi smartphone Android, per agevolare la leggibilità e la semplicità di utilizzo aiutando a distinguere più facilmente gli strumenti più importanti.

Smart Tutor

Smart Tutor consente a genitori e tutori di proteggere i bambini e giovani da chiamate, messaggi e contenuti online inappropriati. Con l'app Smart Tutor è possibile impostare molte funzionalità di parental control, che aiutino genitori e figli a trovare il giusto equilibrio nell'utilizzo dello smartphone.

Help Talk

L'applicazione consente la riproduzione audio del messaggio rappresentato da una immagine nella schermata dello smartphone o inserito sinteticamente come testo, per permettere a chi ha difficoltà a comunicare verbalmente o a chi parla un'altra lingua di farsi comprendere dal suo interlocutore. Per rispondere al meglio alle esigenze di ogni persona è possibile personalizzare le icone e i messaggi costruendo un profilo personale attraverso il sito: www.helptalk.mobi/it/.

Questi progetti si affiancano e si integrano con la strategia di Mobile for Good del Gruppo Vodafone, che anche negli altri Paesi ha avviato da diversi anni iniziative importanti. Il Gruppo Vodafone si è posto l'obiettivo di massimizzare l'impatto sociale della rete *mobile* e delle nuove tecnologie, creando strumenti in grado di contribuire a migliorare la vita delle persone. L'iniziativa

Mobile for Good raccoglie i progetti di tutti i Paesi in cui Vodafone è presente, valorizzandone il contributo locale che varia da paese a paese e lavorando in modo sinergico per promuovere il cambiamento attraverso le nuove tecnologie. I progetti sono raggruppati per categorie: M-Health, M-Innovation, M-Women, M-Learning e M-Giving e rispondono a bisogni specifici.



73 GWh

Risparmio energetico
grazie a interventi nella rete

71%

Energia elettrica da fonti rinnovabili

30 mila tCO₂

Evitate grazie a interventi nella rete,
negli uffici e nella mobilità

Ambiente



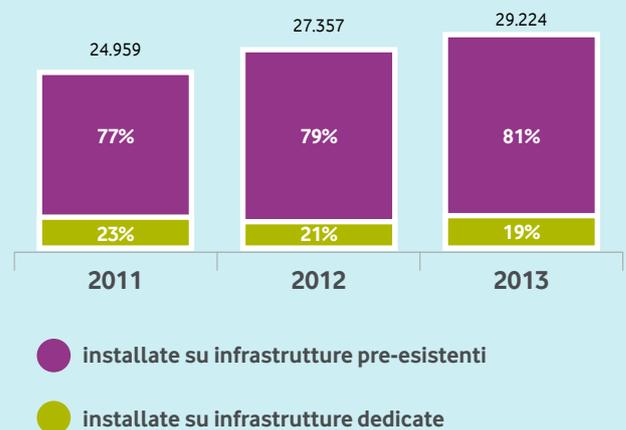
Sviluppo della rete, territorio e ambiente

Vodafone Italia continua ad investire nella crescita delle Stazioni Radio Base in linea con l'esigenza di ampliare la rete esistente, al fine di garantire ai Clienti una qualità del servizio voce e dati sempre migliore.

Qualità del servizio certificata

P3 Communications, punto di riferimento nella consulenza nel settore delle telecomunicazioni, svolge da anni campagne estensive di misura e di certificazione della qualità del servizio, con attenzione particolare all'esperienza Cliente. A febbraio 2012 sono stati effettuati test in 79 città, con una copertura di circa il 25% della popolazione italiana, condotti sia in spazi aperti, sia in posizione statiche che in mobilità, attraverso una Internet Key 42.2. Questi test hanno portato P3 ad attribuire a Vodafone Italia, nell'aprile 2013, la più alta velocità ed il miglior servizio e di trasferimento dati tra tutte le reti mobili GSM/UMTS.

Stazioni Radio Base - SRB



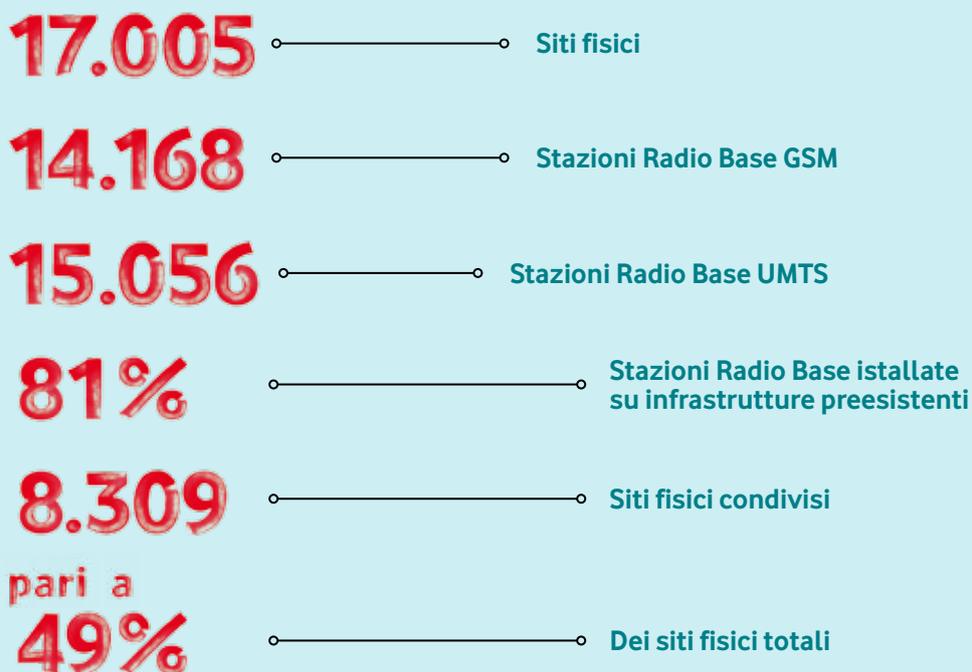
SVILUPPO E QUALITÀ DELLA RETE

Lo sviluppo della rete Mobile Broadband è continuato nel corso dell'anno, in particolare con la fase di implementazione della nuova tecnologia 4G, il rinnovamento tecnologico con apparati Single RAN e l'estensione del *mobile* broadband, al fine di garantire un servizio dati in mobilità sempre più veloce ed esteso.

La soluzione del Site Sharing, ossia di condivisione dei siti fisici con altri operatori mobili per l'housing delle proprie Stazioni Radio Base (SRB), permette un utilizzo più efficace delle risorse, migliorando l'impatto visivo e ambientale delle infrastrutture radio realizzate dagli operatori mobili.

Con il progetto Site Sharing vengono rafforzate le sinergie nei processi di realizzazione e mantenimento sia dei siti esistenti che di quelli di nuova realizzazione, con evidenti vantaggi in termini di riutilizzo e di riduzione dei costi di esercizio delle infrastrutture, di utilizzo degli apparati di condizionamento e di energia elettrica. Nell'ambito dell'accordi quadro stipulati tra Vodafone Italia e gli altri tre operatori telefonici (Telecom Italia, Wind e H3G), al 31 marzo 2013 sono stati condivisi complessivamente 8.309 Siti totali.

La rete di Vodafone Italia



Mobile Broadband

Per garantire un miglior servizio dati in mobilità e con l'obiettivo di aumentare la copertura della rete dati 3G a larga banda (HSPD+), durante l'anno è stata effettuata l'attività di upgrade della capacità radio e della connettività delle Stazioni Radio Base in tecnologia UMTS. In particolare al 31 marzo 2013, quasi 400 comuni italiani hanno le Stazioni Radio Base UMTS abilitate al servizio dati HSPA+ con velocità tipiche in downlink fino a 42 Mbps ed in uplink fino a 5 Mbps. Il resto della rete è abilitato al servizio dati HSPA con velocità dati in downlink tipiche fino a 14,4 Mbps. Nel corso dello scorso anno Vodafone ha inoltre effettuato, nelle principali città italiane, attività di rinnovamento tecnologico della propria rete di accesso con l'introduzione di connettività Ethernet (microwave links in IP, Fibra Ottica al nodo).

> quasi 400 comuni italiani dotati di Stazioni Radio Base UMTS abilitate al servizio dati HSPA+

"Single RAN"

Vodafone Italia ha continuato l'attività di rinnovamento tecnologico delle proprie Stazioni Radio Base in tecnologia "Single RAN" che rappresenta l'evoluzione e l'integrazione di tutte le tecnologie radio *mobile* ad oggi disponibili. La tecnologia SRAN è costituita da un unico apparato in grado di gestire il traffico dei tre sistemi 2G, 3G, 4G, attraverso l'utilizzo di moduli di base comuni e specifiche schede. Il Single RAN rappresenta un ottimo investimento in termini di saving energetico e di spazi occupati dagli apparati. In particolare al 31 marzo 2013 Vodafone ha continuato la sostituzione degli apparati nelle proprie Stazioni Radio Base arrivando ad avere oltre 12.000 impianti installati in tecnologia SRAN.

> oltre 12.000 impianti installati in tecnologia SRAN

4G

Dopo le attività di sperimentazione sulla connettività 4G (quarta generazione), che, grazie alla tecnologia LTE (Long Term Evolution), consente velocità fino a 100 Mbps e per le cui frequenze Vodafone Italia ha investito circa 1.300 milioni di euro nell'ottobre 2011, durante l'anno sono state avviate le attività di introduzione di questa nuova tecnologia. In particolare, al 31 marzo 2013 Vodafone Italia ha implementato la copertura 4G nelle principali città italiane (Roma, Milano, Napoli, Torino, Palermo, Genova, Bologna, Bari, Catania, Venezia, Verona, Padova, Modena, Cagliari, Bergamo, Trento, Livorno, Pisa, Taranto, Reggio Calabria e Trieste).

> copertura 4G in 21 principali città italiane

ELETTROMAGNETISMO E GESTIONE RESPONSABILE DELLA RETE

Anche nel 2012 il Gruppo Vodafone ha commissionato ad una società terza specializzata in ricerche di mercato un'indagine indipendente per misurare quanto Vodafone sia percepita come azienda responsabile nella gestione dei temi legati ai campi elettromagnetici e ai loro potenziali effetti sulla salute. Sono state raccolte le opinioni di 107 esperti con cui Vodafone ha avuto contatti nell'ultimo anno su questi temi e, anche quest'anno, una

larga maggioranza degli stakeholder ha confermato che il Gruppo agisce responsabilmente, centrando l'obiettivo di mantenere la percentuale superiore all'80% su una media degli ultimi 3 anni. Anche quest'anno Vodafone Italia ha segnalato, tra tutte le Operating Companies del Gruppo, il maggior numero di esperti che hanno fornito la loro opinione (19).

Minimizzare gli impatti dell'elettromagnetismo

Tutti gli impianti della rete di Vodafone Italia sono progettati e realizzati nel rispetto della normativa italiana sull'esposizione umana ai campi elettromagnetici.

Nel corso del 2012 il Decreto Legge 179/2012, convertito dalla Legge 122/2012 (cosiddetto Decreto «Crescita 2.0») ha modificato la suddetta normativa in alcuni punti, ma non nel valore numerico dei limiti, che restano fino a 100 volte inferiori rispetto a quelli definiti dall'ICNIRP (Commissione Internazionale per la Protezione dalle Radiazioni Non Ionizzanti) e applicati nel resto d'Europa. I limiti ICNIRP sono stati definiti per proteggere da tutti gli effetti accertati sulla salute

umana, e contengono già fattori di sicurezza fino a 50 volte inferiori rispetto ai livelli di esposizione associati ai primi effetti sulla salute.

Il rispetto dei limiti continua ad essere garantito anche analizzando l'impatto elettromagnetico di ogni specifica installazione prima della costruzione dell'impianto, in fase di progetto, e inviando questa valutazione alle Agenzie Regionali di Protezione nell'Ambiente e agli enti locali competenti per ogni territorio di riferimento, secondo quanto prescritto dal Codice delle Comunicazioni Elettroniche (Decreto Legislativo n. 259 del 2003).

Efficienza energetica e carbon footprint

Vodafone Italia pone attenzione alle tematiche connesse al Climate Change attuando comportamenti volti a:

- individuare soluzioni operative per prevenire e ridurre l'inquinamento;
- favorire il risparmio energetico a livello di rete, di uffici e negozi;
- prevenire e gestire le emergenze ambientali;
- comunicare internamente ed esternamente gli sforzi organizzativi, tecnici ed economici sostenuti, gli obiettivi fissati e i traguardi raggiunti;
- verificare e monitorare continuamente gli obiettivi e i traguardi ambientali;
- assicurare il pieno rispetto degli adempimenti della legislazione vigente in materia ambientale;
- perseguire e controllare l'applicazione delle procedure ambientali da parte dei fornitori e degli appaltatori ai quali l'azienda si appoggia.

LE INIZIATIVE PER LA RETE

Nel 2012-2013 sono continuate le attività per la riduzione dei consumi energetici della rete Vodafone, che si sono concentrate sul monitoraggio dei consumi, la climatizzazione dei siti e l'estensione degli apparati Single RAN.

Estensione Single RAN

L'utilizzo degli apparati Single RAN (che consentono di gestire in un unico hardware il 2G, 3G e i sistemi di nuova generazione 4G) si è ulteriormente esteso. In particolare, nel corso dell'anno 2012-2013 sono stati installati apparati Single RAN (2G e 3G) su circa 12.370 siti, tra nuove installazioni e swap della rete esistente. L'ottimizzazione tecnologica e la parziale condivisione di risorse di banda base per i diversi sistemi si traducono in un contenimento dei consumi elettrici complessivi, stimabile nel fiscal year 2012-2013 in circa 72,1 GWh.

> Risparmio di energia elettrica di 72,1 GWh

Monitoraggio dei consumi della rete

La rete di monitoraggio dei consumi elettrici della rete radio, effettuata attraverso i dispositivi AMR (Automatic Meter Reading), è stata consolidata nel corso dell'ultimo anno fiscale a 5.650 siti, pari a circa il 48% delle infrastrutture di proprietà Vodafone Italia. Con i dati rilevati dagli AMR raccolti e gestiti centralmente, Vodafone ha la possibilità di verificare gli effettivi consumi di energia elettrica rispetto ai dati forniti dai distributori dell'energia, ma anche la possibilità di individuare possibili ottimizzazioni nei parametri di gestione dei siti, per migliorarne le prestazioni in termini di efficienza energetica.

> Il 48% delle infrastrutture di proprietà Vodafone Italia sono monitorate con sistema AMR

Condizionamento della rete

Sui primi 45 siti radio esistenti è stato implementato il Free Cooling 2.0, che prevede l'utilizzo di ventilatori di free-cooling funzionanti in corrente continua e con regolatore di velocità, per un miglior adattamento del sistema di ventilazione ai diversi carichi termici da smaltire, oltre a un contenimento delle emissioni acustiche. Il risparmio stimato è di circa 0,1 GWh. Un ulteriore risparmio (circa 0,14 GWh) è stato ottenuto grazie all'installazione su circa 120 siti di condizionatori con tecnologia inverter. La realizzazione di sistemi di Free Cooling su alcune sedi ha portato ad una positiva riduzione del valor medio del Power Use Effectiveness dell'intera rete Core, che è passato da un valore di 2,02 dello scorso anno a 1,97 nell'anno fiscale 2012-2013, che equivale ad un risparmio di energia di circa 1 GWh.

> Risparmio di energia elettrica sulla rete Core di 1 GWh

LE INIZIATIVE PER GLI UFFICI E I NEGOZI

Vodafone Italia ha utilizzato principalmente tre leve per ottenere il miglioramento delle performance ambientali dei propri uffici: l'utilizzo di energia elettrica da fonti rinnovabili, l'autoproduzione di energia verde e la riduzione dei gas ozonolesivi.

A fine 2012 è iniziato il rifacimento e la riqualificazione dei negozi adeguandoli alle nuove linee guida. Nella progettazione dei nuovi negozi particolare attenzione è stata posta nella definizione dell'impianto di illuminazione. A tale proposito, visto l'intenso utilizzo in termini di ore di accensione, si è convenuto di utilizzare corpi illuminanti a tecnologia led: con questa tecnologia, a parità di illuminazione, Vodafone Italia ha ridotto il consumo elettrico specifico che è passato dai 27-33 W/m² agli attuali 19-21 W/m². Un vantaggio indiretto di questa nuova tecnologia è stata la diminuzione del calore prodotto dall'impianto di illuminazione, con il conseguente risparmio energetico ottenuto tramite un

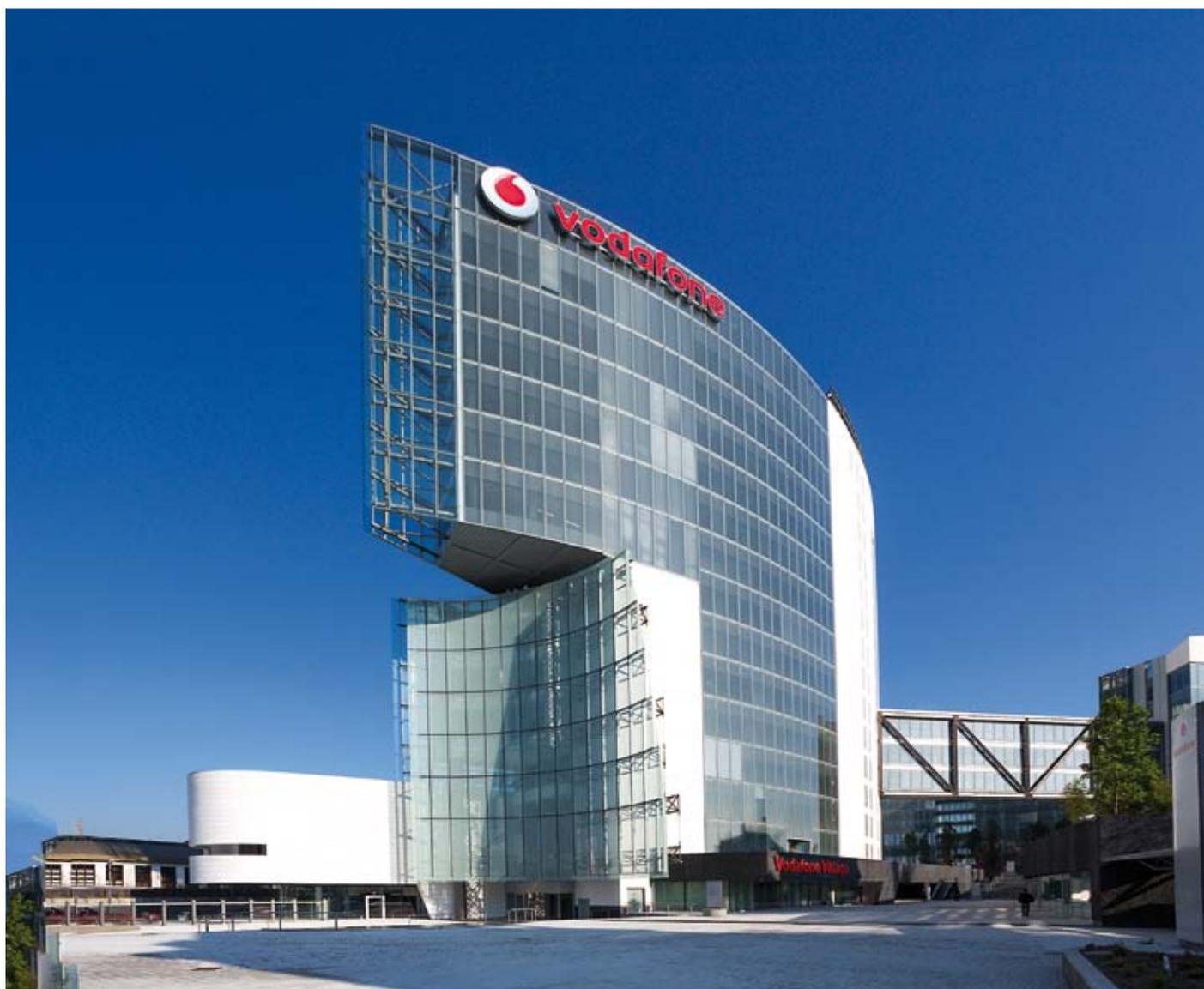
minor utilizzo dell'impianto di climatizzazione. Inoltre, ove possibile, sono stati inseriti dei dispositivi che regolano l'utilizzo degli impianti di condizionamento e ne limitano il funzionamento alla sola fascia oraria di apertura del punto vendita.

Infine, sono stati effettuati interventi di riqualificazione e ristrutturazione di due importanti building tecnologici a Milano. La ristrutturazione di tali aree ha comportato il rifacimento degli impianti elettrici e meccanici con il conseguente rinnovo ed implementazione della centrale frigorifera con gruppi nuovi ad alta efficienza. Dal punto di vista dell'utilizzo dell'energia elettrica, è stato privilegiato l'utilizzo di illuminazione a led nell'area openspace degli uffici con regolazione domotica per ottimizzare al massimo il livello di illuminamento sul piano di lavoro di ogni singola area.

Vodafone Village: il più grande edificio italiano a ottenere la certificazione LEED

Il Vodafone Village, il quartier generale dell'azienda a Milano, ha ottenuto a fine 2012 la certificazione LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), il sistema più autorevole e diffuso a livello internazionale di misurazione e certificazione della sostenibilità degli edifici. Grazie a questo riconoscimento, il Village è oggi il più grande edificio certificato a livello italiano. L'organo non governativo americano *U.S. Green Building Council* (USGBC) ha infatti attribuito al Vodafone Village la certificazione LEED nella categoria "Commercial Interior". Il

riconoscimento attesta il basso impatto ambientale del complesso, l'elevato livello di efficienza energetica e di comfort degli spazi di lavoro, che si caratterizzano per l'effettivo "benessere" percepibile da tutti i dipendenti. Nel processo di certificazione sono stati analizzati in maniera sistematica indicatori caratteristici della LEED, le cui linee guida erano state adottate già nella fase progettuale del Village:



(1) Sostenibilità del sito

Il Vodafone Village è stato realizzato su un'area industriale dismessa e ha portato alla riqualificazione ambientale del sito e del territorio circostante. Inoltre, l'accessibilità e l'incentivo all'adozione di numerosi mezzi di trasporto alternativi abbattano l'impatto ambientale attribuibile all'utilizzo degli autoveicoli.

**riqualificazione
ambientale del
sito**

(2) Risparmio idrico

L'installazione di rubinetterie temporizzate a basso consumo d'acqua permette una riduzione dei consumi di circa il 30%. Inoltre, un sofisticato sistema di controllo e gestione dell'impianto d'irrigazione delle aree verdi e l'utilizzo di specie arboree a basso consumo irriguo completano le strategie adottate per la riduzione dei consumi d'acqua.

**riduzione dei
consumi idrici
di circa il 30%**

(3) Energia e atmosfera

Sistemi automatici di controllo dell'illuminazione permettono un risparmio energetico di circa il 25% e il pieno utilizzo della luce naturale. Miglior design e uso di forme rinnovabili di energia completano la strategia energetica del Village. Il risparmio energetico per la climatizzazione è stimato in circa il 15%.

**risparmio di
energia per
l'illuminazione
di circa il 25%**

(4) Materiali e risorse

Vodafone ha attuato anche un attento e strutturato piano di gestione e riciclo dei rifiuti prodotti. I materiali da costruzione impiegati e gli arredi (costruiti con materiali riciclati e a loro volta riciclabili) sono di provenienza locale, limitando così le emissioni causate dai trasporti.

**contenimento
delle emissioni
da trasporto**

(5) Qualità ambientale degli interni

All'interno del complesso sono state adottate soluzioni finalizzate a garantire un'elevata qualità dell'ambiente di lavoro: ricambio frequente dell'aria, comfort visivo e acustico e bassa emissione di VOC (Volatile organic compound) dei materiali da costruzione usati.

**elevata qualità
dell'ambiente di
lavoro**

MOBILITÀ SOSTENIBILE

Da diversi anni Vodafone Italia ha implementato un'attività di Mobility Management con lo scopo di ottimizzare gli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti attraverso contributi alla diffusione della cultura della mobilità sostenibile, individuando soluzioni che consentano l'adozione di modalità di viaggio ecocompatibili.

Anche quest'anno, infatti, le attività del Mobility Management sono state incentrate sulla valutazione di forme alternative di trasporto per chi abitualmente utilizza l'auto per recarsi sul posto di lavoro:

Survey sulla mobilità casa-lavoro

La survey ha avuto lo scopo di raccogliere dati aggiornati sulle abitudini di spostamento dei dipendenti delle sedi di Milano, sia nella tratta casa-lavoro-casa sia negli spostamenti interaziendali (tra sedi, uffici e negozi). L'analisi ha evidenziato la necessità di proseguire con campagne di sensibilizzazione ad un uso più consapevole del mezzo privato: i risultati, infatti, confermano che il mezzo più utilizzato risulta essere l'auto per il trasporto del solo conducente (62%). Tale percentuale rappresenta uno dei principali obiettivi su cui concentrare le azioni di Mobility Management.

Convenzioni con i servizi di trasporto pubblico

Oltre al consueto rinnovo della convenzione ATM, è stata introdotta la possibilità di accedere alla convenzione del vettore Trenord, che prevede in alcuni casi la sottoscrizione di abbonamenti annuali a prezzi scontati. Grazie all'adesione al progetto Welfare, è stata resa più efficiente la procedura di sottoscrizione degli abbonamenti, passando dalla modalità di richiesta cartacea alla modalità online.

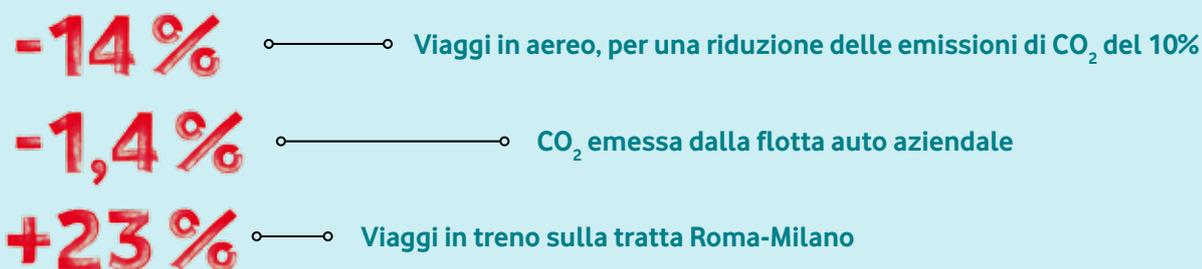
Fattibilità dell'adozione di soluzioni di Shuttle sharing e di veicoli elettrici e ibridi

Sono stati organizzati incontri con esponenti del Mobility Management di alcune aziende che hanno sede nella zona del Vodafone Village di Milano al fine di valutare possibili iniziative comuni e avviare progetti integrati per il trasporto del personale (come lo sharing delle navette aziendali). Sono stati organizzati incontri anche con aziende leader nella realizzazione di veicoli elettrici al fine di valutare la possibilità di integrare o sostituire le navette aziendali utilizzate tra Milano e Ivrea con veicoli totalmente elettrici. L'operazione resta ad oggi troppo onerosa dal punto di vista finanziario e gestionale, ma è intenzione della società vagliare tale opzione in futuro. Sono invece incrementati di circa una decina di unità nell'arco dell'anno gli ordini di veicoli ibridi assegnati.

Nell'ambito del Fleet Management, l'anno è stato caratterizzato da attività di analisi del parco auto aziendale; a seguito di questa analisi, sono stati modificati alcuni punti della Car Policy aziendale, che è stata pubblicata ad aprile 2013. In particolare sono stati introdotti nuovi limiti sulla cilindrata delle auto dei dirigenti, che non può più superare i 2.200 litri diesel. Rispetto al precedente anno fiscale, si è verificato un generale decremento dei viaggi aziendali (circa -14% voli, -19% viaggi in treno), in parte dovuto alle iniziative adottate internamente e volte a promuovere e incentivare l'utilizzo di soluzioni alternative (quali video/call conference), in parte dovuto alle azioni di sensibilizzazione per una programmazione consapevole della trasferta da parte del singolo dipendente, tra cui spicca

l'introduzione di una nuova Travel Policy pubblicata alla fine di marzo 2013, nella quale è stato reso obbligatorio l'uso del treno sulla tratta Milano-Roma per tutte le trasferte con almeno un pernottamento fuori sede. Anche il sistema di prenotazione delle trasferte aziendali, che consente di visualizzare la quantità di CO₂ emessa rispetto al volo prescelto, contribuisce a sensibilizzare le persone sull'impatto ambientale degli spostamenti.

Il buon esito delle iniziative introdotte ha reso possibile un ulteriore decremento delle emissioni prodotte dai viaggi aziendali rispetto al precedente anno. Anche per questo, le emissioni prodotte dai viaggi aziendali hanno di conseguenza registrato un decremento rispetto il precedente anno.



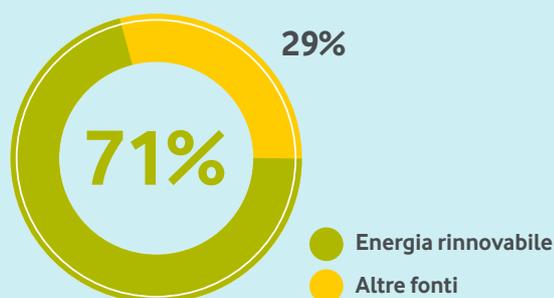
Utilizzo e gestione delle risorse

CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI

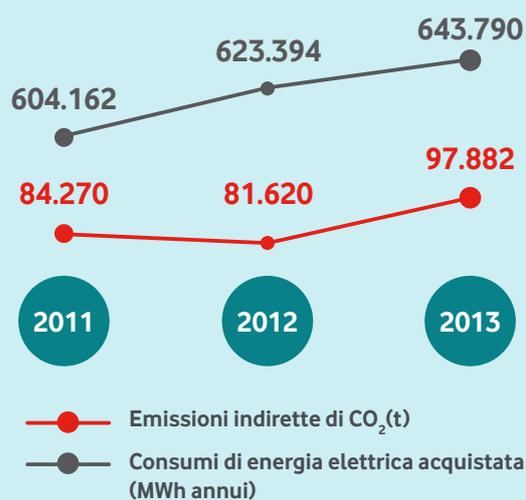
Per un'azienda come Vodafone Italia, il rispetto dell'ambiente passa anche attraverso la scelta consapevole dell'energia necessaria allo svolgimento delle attività e il monitoraggio continuo dei consumi energetici. Per la parte di energia

direttamente acquistata da Vodafone Italia, le politiche di approvvigionamento hanno privilegiato l'acquisto di energia elettrica da fonti rinnovabili, quali l'idroelettrica e altra energia certificata RECS.

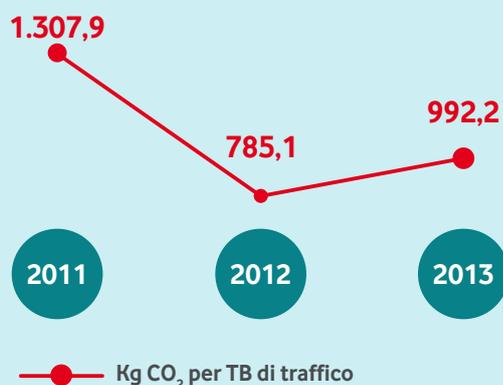
L'utilizzo di energia rinnovabile



Consumi totali di energia elettrica e relative emissioni



Carbon efficiency



LA RIDUZIONE DEI GAS A EFFETTO SERRA E OZONOLESIVI

Vodafone Italia si impegna a ridurre l'utilizzo di gas a effetto serra e ozonolesivi nell'ottica di offrire un contributo concreto ai cambiamenti climatici. In particolare, sono stati introdotti in alcuni siti impianti di spegnimento automatico con un estinguente di nuova generazione e non soggetto alle restrizioni della F-Gas Regulation. Alcuni gas refrigeranti ed estinguenti (gli HFC e le loro miscele) sono soggetti a regolamentazione in quanto gas ad effetto serra; altri gas (HCFC) sono, invece, lesivi per lo strato di ozono. In entrambi i casi i gas sono nocivi se vengono dispersi in atmosfera e, per questo, le perdite dei circuiti e delle apparecchiature in cui sono contenuti vengono monitorate

costantemente. Relativamente ai gas a effetto serra, la riduzione nel tempo dei reintegri nella rete e negli uffici è effetto, in particolare, della campagna di sostituzione degli impianti iniziata nel 2010, che ha comportato minori attività di manutenzione e minore necessità di reintegro dei gas. Relativamente ai gas ozonolesivi, invece, la quantità di HCFC detenuta continuerà a diminuire fino ad esaurirsi completamente, perché tale refrigerante è utilizzato in impianti di condizionamento che sono prossimi al loro fine ciclo di vita e per i quali è stato studiato un piano di sostituzione progressivo. Per entrambi i gas, i reintegri sono dovuti principalmente a guasti non preventivabili.

FILIERA DEI RIFIUTI

Nell'ambito delle attività di monitoraggio circa il costante aggiornamento e l'adeguatezza del Modello e in risposta alle novità normative, si è conclusa nel precedente anno fiscale un'attività di "risk & control self assessment" sulle attività di Vodafone Omnitel N.V. e delle sue controllate a rischio di commissione dei reati ambientali. Al termine di tale attività, sono state predisposte e approvate dal Consiglio di Amministrazione le Parti Speciali dei modelli organizzativi delle varie società, che individuano i processi operativi o le attività in cui possono essere commessi reati ambientali e le norme comportamentali, le procedure e le misure di controllo che assicurino la corretta gestione degli aspetti ambientali; tra questi, la gestione dei rifiuti ricopre uno degli aspetti più importanti.

Oltre alle attività formative erogate ai fini di una corretta implementazione del modello organizzativo, il personale dei negozi di proprietà (Flagship) è stato formato sui temi relativi alla gestione dei Rifiuti delle Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche (RAEE):

dopo aver rivisto e migliorato la procedura esistente relativa alla gestione dei RAEE, per dare seguito alle nuove richieste è stato realizzato un percorso formativo dedicato a tutti gli Store Manager.

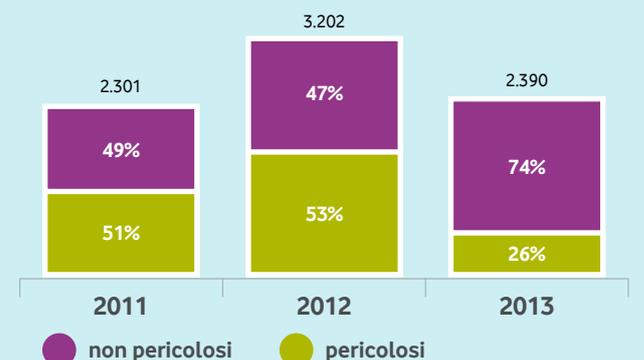
Infine, in attesa dell'avvio del SISTRI (prevista per ottobre 2013), Vodafone Italia ha continuato a razionalizzare e semplificare la filiera dei rifiuti, anche per ottenere una loro riduzione e aumentarne il recupero laddove possibile. Ai delegati SISTRI della Rete, inoltre, è stato fatto seguire un corso di aggiornamento esterno organizzato da Tuttoambiente, uno dei leader italiani nel settore delle consulenze e della formazione ambientale.

Il processo di rinnovamento della rete (con il piano di swap verso la tecnologia Single RAN) ancora in corso rappresenta la fonte principale di generazione di rifiuti da parte di Vodafone Italia. Il trend dei rifiuti prodotti dalla gestione delle rete, dunque, risente dell'andamento di tale processo; in particolare, nel corso del 2012-2013, tale processo si è interrotto per alcuni mesi per consentire il rinnovo del contratto con il fornitore incaricato, causando la produzione di un volume minore di rifiuti rispetto all'anno fiscale precedente.

Recupero dei rifiuti prodotti

Nel fiscal year 2012-13, le funzioni Material Management e Supply Chain Management hanno introdotto un nuovo contratto per la rottamazione dei materiali provenienti dallo swap a Single RAN della rete. Tale contratto, insieme a quello biennale che si riferisce agli altri materiali non facenti parte di progetti speciali, ha permesso di vendere rottami realizzando oltre 1,1 milioni di euro. Il fatto che i rottami vengano acquistati a titolo oneroso dagli smaltitori fa sì che i partner siano ulteriormente stimolati a raggiungere le più alte percentuali di riciclo possibile, evitando quindi l'uso delle discariche.

Rifiuti speciali prodotti dalla gestione della rete (t)

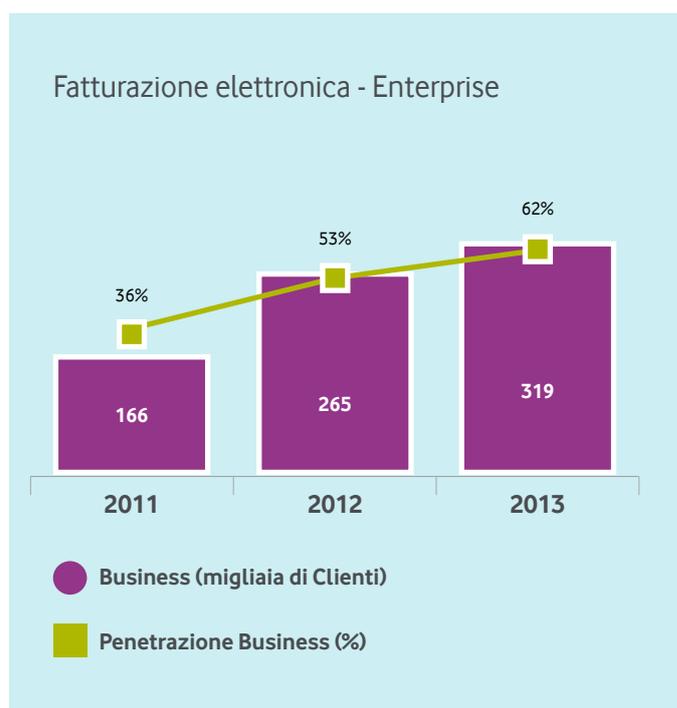
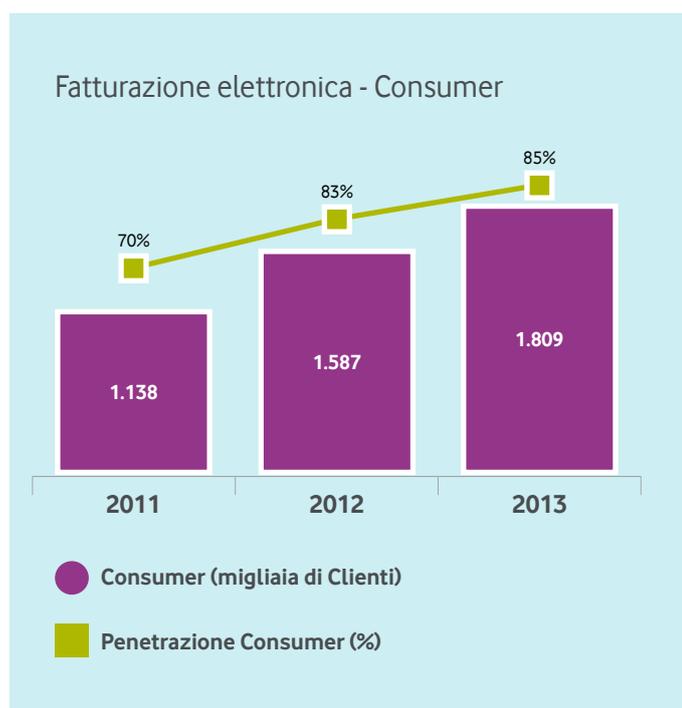


PAPERLESS BILLING E UTILIZZO DI CARTA

Anche nel fiscal year 2012-2013, Vodafone Italia ha incentivato l'attivazione dei servizi di fatturazione elettronica (e-billing "mail based" e "web based"). I Clienti post-pagati con metodo di pagamento automatico (domiciliazione bancaria o carta di credito) vengono migrati automaticamente alla modalità non cartacea, previa informazione dell'operazione nell'ultimo Conto Telefonico cartaceo e salva la facoltà di esercizio del diniego, a

seguito del quale si ripristina la fatturazione cartacea attraverso i canali preposti.

Anche i dipendenti della società sono stati sensibilizzati ad un utilizzo sostenibile della carta; in particolare il personale è stato invitato a ridurre il numero delle stampe e, quando necessario, a stampare su entrambi i lati del foglio.



Nota. La percentuale di penetrazione è calcolata in rapporto alla Customer Base (CB) "addressable", da intendersi come la CB che ha sottoscritto un metodo di pagamento automatico (domiciliazione bancaria o carta di credito) e non ha mai disattivato e-billing in precedenza. La CB addressable è stimata l'80% della CB.

UTILIZZO SOSTENIBILE DELLA CARTA

Vodafone Italia incentiva la propria clientela ad adottare la fatturazione elettronica: **l'85% dei Clienti Consumer e il 62% dei Clienti Business** hanno adottato tale soluzione nel 2012-2013.

Tutta la carta utilizzata per la stampa dei conti telefonici di Vodafone Italia è **certificata FSC®**. Il marchio FSC® identifica i prodotti contenenti legno proveniente da foreste gestite in maniera corretta e responsabile.

Nel 2012-2013 è stata **acquistata quasi esclusivamente carta ecologica** (reciclata o certificata) per gli utilizzi interni degli uffici,

che si sono ridotti del 16% rispetto all'anno precedente.

A settembre 2013 Vodafone introdurrà il nuovo metodo di **attivazione paperless con firma biometrica** su tutti i punti vendita, che consente di risparmiare ingenti quantità di carta e di inchiostro e di migliorare la customer experience dei Clienti, che non dovranno più firmare in triplice copia i contratti stampati su carta, ma potranno apporre una firma tramite pennino digitale e ricevere comodamente via email una copia elettronica del documento.



7,7 mld €

Ricavi delle vendite e delle prestazioni

3 mld €

EBITDA - Predisposto secondo i principi contabili internazionali

1,8 mld €

Tasse, imposte e contributi all'Erario

Risultati

ECONOMICI



Performance economiche e finanziarie

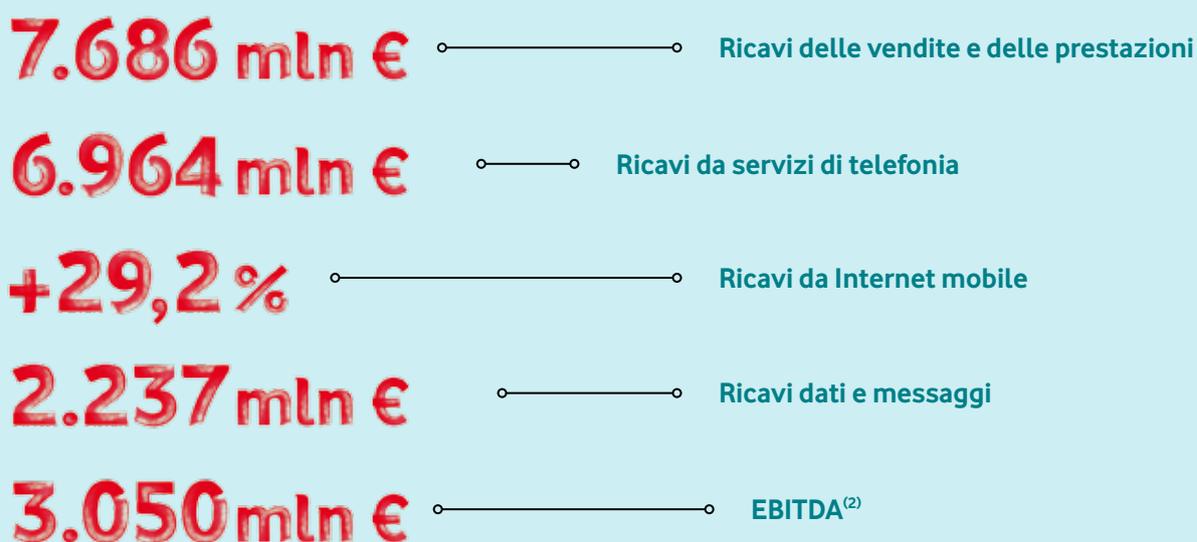
L'anno fiscale è stato influenzato dal contesto macroeconomico difficile che ha determinato una minore propensione ai consumi, dalla forte pressione competitiva e dal crescente impatto della riduzione delle tariffe di terminazione *mobile*. I volumi totali di traffico voce sono pari a 63,2 miliardi di minuti (+4,7%), grazie alle azioni commerciali volte a sostenere la diffusione di opzioni e bundle integrati voce, dati, Internet come l'innovativa offerta Relax, sottoscritta da circa il 40% dei Clienti Consumer abbonamento.

I ricavi da Internet *mobile* hanno continuato a crescere (+29,2%) grazie alla forte diffusione di smartphone su rete Vodafone, che hanno superato gli 8 milioni. I ricavi dati e messaggistica si attestano a 2.237 milioni di euro, con un'incidenza sui ricavi da servizi mobili del 37%, in crescita di 4 punti percentuali rispetto all'anno precedente. I ricavi da rete fissa si attestano a quota 872

milioni di euro. Il numero totale dei Clienti di rete fissa è stato pari a oltre 2,5 milioni, di cui 1.708.000 Clienti ADSL.

L'EBITDA (calcolato trasformando in euro i valori comunicati dal Gruppo in conformità ai principi contabili internazionali e riproporzionando al 100% i valori comunicati dalla Capogruppo) è stato pari a 3.050 milioni di euro, in contrazione del 19,5% rispetto all'anno fiscale 2011/2012, per l'effetto della forte pressione sui prezzi, del peso nell'anno della riduzione delle terminazioni mobili, a fronte di una strategia di investimenti rimasta costante. In particolare sono stati realizzati investimenti sul fronte della banda ultralarga *mobile* per portare la rete 4G in 21 città italiane e per estendere la copertura della rete 3G a 43,2 Mbps raggiungendo circa 400 comuni italiani e sul fronte della banda ultralarga fissa per lanciare la prima offerta Vodafone in fibra ottica a Milano.

I principali risultati



²(calcolato trasformando in euro i valori comunicati dal Gruppo in conformità ai principi contabili internazionali e riproporzionando al 100% i valori comunicati dalla Capogruppo)

CREAZIONE E DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

Attraverso la determinazione del Valore Aggiunto viene rappresentata la capacità di Vodafone Italia di creare ricchezza e di ripartire la stessa tra i propri stakeholder. Il Valore Aggiunto, inteso come differenza tra valore della produzione e costi intermedi della produzione, è stato calcolato attraverso una riclassificazione del conto economico consolidato e risulta in diminuzione rispetto allo scorso anno principalmente per effetto della contrazione dei ricavi e per l'impatto di componenti straordinari.



Valori in milioni di euro

DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO	2013	2012	2011
A) VALORE DELLA PRODUZIONE	8.121	9.043	9.230
1. Ricavi delle vendite e delle prestazioni	7.686	8.634	8.805
2. Variazione rimanenze prodotti in corso di lavoraz., semilavorati e finiti (e merci) incrementi di immobilizzazioni per lavori interni	78	76	77
4. Altri ricavi e proventi	357	333	348
B) COSTI INTERMEDI DELLA PRODUZIONE	(4.790)	(4.854)	(4.772)
6. Costi di materie prime (*)	(760)	(588)	(479)
7. Costi per servizi (**)	(3.370)	(3.629)	(3.693)
8. Costi di godimento di beni terzi	(288)	(281)	(284)
9. Accantonamenti per rischi	(85)	(115)	(122)
10. Altri accantonamenti	(196)	(184)	(144)
11. Oneri diversi di gestione	(91)	(57)	(50)
VALORE AGGIUNTO CONSOLIDATO CARATTERISTICO LORDO (A-B)	3.331	4.189	4.458
C) COMPONENTI ACCESSORI E STRAORDINARI	(782)	(358)	(282)
12. +/- Saldo gestione accessoria	3	5	4
Ricavi accessori	3	5	4
- Costi accessori	0	0	0
13. +/- Saldo componenti straordinari	(785)	(363)	(286)
Ricavi straordinari	39	8	0
- Costi straordinari	(824)	(371)	(286)
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	2.549	3.831	4.176
- Ammortamenti della gestione per gruppi omogenei di beni	(1.143)	(1.925)	(1.906)
VALORE AGGIUNTO NETTO	1.406	1.906	2.270

(*) I valori differiscono da quelli indicati nel capitolo "I fornitori" per le variazioni delle rimanenze.

(**) I valori differiscono da quelli indicati nel capitolo "I fornitori" a meno dei costi per interinali e correlati al personale o non dipendenti.

Valori in milioni di euro

DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO	2013	2012	2011
RISORSE UMANE	531	550	546
Personale non dipendente	10	16	22
Personale dipendente			
a) remunerazioni dirette	360	362	363
b) remunerazioni indirette	161	172	161
STATO ED ISTITUZIONI	539	674	777
Imposte dirette	523	642	740
Imposte indirette	16	35	36
- sovvenzioni in c/esercizio	-	3	1
FINANZIATORI	13	23	22
Oneri per capitali a breve termine	13	23	22
Oneri per capitali a lungo termine	-	-	-
SOCI	-	-	-
Dividendi (Utili distribuiti alla proprietà)	-	-	-
VODAFONE OMNITEL	320	657	923
+/- Variazioni riserve	320	657	923
COLLETTIVITÀ	3	2	2
Liberalità esterne	3	2	2
VALORE AGGIUNTO NETTO	1.406	1.906	2.270

Dati economici e finanziari consolidati

CONTO ECONOMICO

Nel corso dell'esercizio 2012/13, il valore della produzione si è attestato a 8.121 milioni di euro (-10,2%). I ricavi delle vendite e prestazioni, pari a 7.686 milioni di euro, sono diminuiti di circa l'11% e si riferiscono per 6.964 milioni di euro a servizi di telefonia, per 569 milioni di euro alla vendita di telefoni ed accessori e ad altri ricavi per 153 milioni di euro.

	Valori in milioni di euro		
CONTO ECONOMICO	31.03.2013	31.03.2012	31.03.2011
A) VALORE DELLA PRODUZIONE	8.121	9.046	9.228
B) COSTI DELLA PRODUZIONE	(6.493)	(7.372)	(7.275)
Costi operativi	(4.649)	(4.787)	(4.736)
Per il personale	(492)	(498)	(502)
Ammortamenti e svalutazioni	(1.143)	(1.925)	(1.906)
Svalutazione dei crediti	(196)	(184)	(144)
Variazione delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	(13)	22	13
Differenza tra valori e costi della produzione (A-B)	1.628	1.674	1.953
C) PROVENTI ED ONERI FINANZIARI	(10)	(18)	(18)
D) RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITÀ FINANZIARIE	(784)	(371)	(283)
E) PROVENTI E ONERI STRAORDINARI	45	7	(8)
Risultato prima delle imposte (A-B+C+D+E)	879	1.292	1.644
Imposte sul reddito di esercizio	(560)	(636)	(721)
Utile (perdita) di esercizio	319	656	923

STATO PATRIMONIALE

Le attività totali ammontano a 9.139 milioni di euro e registrano, rispetto al periodo precedente, un decremento di circa il 11,5% attribuibile principalmente al decremento del valore delle immobilizzazioni immateriali e alla diminuzione delle immobilizzazioni finanziarie, dovuta alla svalutazione delle azioni proprie in portafoglio.

Valori in milioni euro

ATTIVO	31.03.2013	31.03.2012	31.03.2011
IMMOBILIZZAZIONI	6.593	7.619	7.637
Immobilizzazioni immateriali	3.509	3.787	3.407
Immobilizzazioni materiali	1.618	1.582	1.610
Immobilizzazioni finanziarie (*)	1.466	2.250	2.620
ATTIVO CIRCOLANTE	2.459	2.577	2.243
Rimanenze	114	127	105
Crediti commerciali (**)	1.807	1.979	1.670
Crediti tributari	405	371	364
Crediti verso altri	105	68	69
Disponibilità liquide	28	32	35
RATEI E RISCONTI ATTIVI	87	130	93
TOTALE ATTIVO (**)	9.139	10.326	9.973

(*) Il saldo comprende anche il valore delle azioni proprie.

(**) La voce Crediti commerciali del 2012 è stata modificata da 1.748 a 1.979 in quanto per comparabilità nella voce "Crediti verso Clienti entro 12 mesi", sono confluite le note credito da ricevere per sconti sul traffico Roaming derivanti dai Group Deals non ancora chiusi alla data di bilancio, precedentemente classificate nella voce D.7; con effetto sul totale attivo.

Valori in milioni di euro

PATRIMONIO NETTO E PASSIVO	31.03.2013	31.03.2012	31.03.2011
PATRIMONIO NETTO	5.271	6.010	6.605
Capitale e riserve	4.239	5.022	5.393
Utile anni precedenti	713	332	289
Utile (perdita) d'esercizio	319	656	923
FONDI PER RISCHI ED ONERI	212	258	282
TRATTAMENTO DI FINE RAPPORTO DI LAVORO SUBORDINATO	92	95	102
DEBITI	3.504	3.425	2.451
Debiti verso banche	4	2	15
Debiti verso altri finanziatori	863	1.129	351
Debiti commerciali (*)	1.697	1.737	1.536
Debiti tributari	284	332	362
Altri debiti	206	225	187
RATEI E RISCONTI	510	538	533
TOTALE PASSIVO (*)	9.139	10.326	9.973

(*) La voce Debiti commerciali del 2012 è stata modificata da 1.509 a 1.737 in quanto per comparabilità nella voce "Debiti verso fornitori entro 12 mesi", sono confluite le note credito da emettere per sconti sul traffico Roaming derivanti dai Group Deals non ancora chiusi alla data di bilancio, precedentemente classificate nella voce C.II.1.

Indicatori di performance

RENDICONTO FINANZIARIO

Nel corso dell'esercizio 2012/2013 Vodafone Italia ha dimostrato l'attenzione alla qualità delle proprie infrastrutture tecnologiche investendo 926 milioni di euro. Gli investimenti in beni materiali effettuati a partire dall'1 aprile 2012 ammontano a complessivi 598 milioni di euro. Gli investimenti compresi nella voce Impianti e macchinari riguardano prevalentemente la costruzione e l'entrata in servizio di 1.092 stazioni LTE, 1.317 Node B (stazioni base di trasmissione UMTS), 847 BTS (stazioni base di trasmissione),

35 BSC (stazioni base di controllo), 11 RNC (stazioni base di controllo per UMTS), e 227 DSL (Centrali DSL). Tra gli investimenti sono compresi, inoltre, l'acquisizione di attrezzature industriali e commerciali, gli incrementi su altri beni (fra i quali le costruzioni edili relative a strutture di rete), per immobilizzazioni in corso connesse all'ampliamento della rete GSM, UMTS ed LTE e le migliorie eseguite su ponti radio, circuiti e amplificazioni, centrali ed impianti elettronici.

Valori in milioni di euro

PROSPETTO DEI FLUSSI DI CASSA CONSOLIDATI	31.03.2013	31.03.2012	31.03.2011
UTILE D'ESERCIZIO	319	656	923
Ammortamenti	1.143	1.924	1.906
Dismissioni	25	16	11
Accantonamenti	1.116	670	586
FLUSSO DI CASSA GENERATO DALLA GESTIONE	2.603	3.266	3.426
(Incremento)/Decremento dei crediti	(38)	(330)	(283)
Incremento/(Decremento) dei debiti	(320)	(161)	(242)
VARIAZIONE DEL CAPITALE CIRCOLANTE NETTO	(358)	(491)	(525)
Investimenti in immobilizzazioni materiali	(598)	(581)	(538)
Investimenti in immobilizzazioni immateriali	(328)	(1.711)	(418)
(Incremento)/Decremento immobilizzazioni finanziarie	0	(1)	0
INVESTIMENTI IN IMMOBILIZZAZIONI	(926)	(2.293)	(956)
FLUSSO DI CASSA NETTO GENERATO DALLA GESTIONE	1.319	482	1.944
Debiti verso Banche e finanziamenti	(264)	765	(526)
Distribuzione di dividendi deliberati	(1.059)	(1.250)	(1.405)
FLUSSO DI CASSA NETTO GENERATO DALL'ATTIVITÀ FINANZIARIA	(1.323)	(485)	(1.931)
VARIAZIONE NETTA DEL SALDO CASSA E BANCHE	(4)	(3)	13
Saldo iniziale di cassa e banche	32	35	22
SALDO FINALE DI CASSA E BANCHE	28	32	35

LA RELAZIONE CON IL CLIENTE

SUDDIVISIONE DEI CLIENTI CONSUMER (N. SIM*)	2013	2012	2011
ricaricabili	23.320.900	24.423.273	25.466.912
abbonamenti	2.013.442	2.058.336	1.833.358
Totale	25.334.342	26.481.609	27.300.270

(*) Mercato *mobile* (incluse SIM sul piano Internet e tel. Free, coerentemente chiusura Management Accounting)

SUDDIVISIONE DEI CLIENTI ENTERPRISE (N. IMPRESE)	2013	2012	2011
piccole imprese	402.842	413.736	400.993
medie imprese	108.540	121.503	123.032
grandi imprese	4.980	4.686	4.283
Totale	516.362	539.925	528.308

SUDDIVISIONE DEI CLIENTI RESIDENTIAL	2013	2012	2011
Totale	2.500.000	2.700.000	2.700.000

I FORNITORI

ORDINATO CONCENTRATO SU FORNITORI LOCALI (%)	2013	2012	2011
% volumi di acquisto da realtà industriali italiane o sussidiarie locali di multinazionali (*)	62%	84%	82%

(*) Nota. Sono considerati facenti parte dell'ordinato verso fornitori italiani anche gli ordini a realtà industriali italiane o sussidiarie locali di multinazionali che Vodafone Italia effettua tramite Vodafone Procurement Company (solo per la parte Agency).

FORNITURE DI SERVIZI (€)	2013	2012	2011
Servizi per acquisti	2.054.495	0	82.866
Acquisti industriali per la rete	1.910.331.880	2.179.611.959	2.270.063.156
Servizi commerciali e pubblicitari	904.150.020	963.106.968	962.256.993
Servizi amministrativi e generali	166.218.545	157.729.626	148.116.461
Spese correlate al personale	37.361.300	40.426.544	41.662.113
Servizi resi da società del Gruppo Vodafone	398.198.860	344.517.476	327.476.355
Totale	3.418.315.100	3.685.392.573	3.749.657.943

FORNITURE DI MATERIE PRIME, SUSSIDIARIE, DI CONSUMO E MERCI (€)	2013	2012	2011
Telefoni ed accessori	729.433.362	591.962.725	470.524.416
Carte telefoniche	11.842.665	11.138.046	12.803.024
Arredi punti vendita	489.838	793.802	1.733.873
Altri acquisti materiale di consumo e merci	5.253.810	5.812.858	7.541.454
Totale	747.019.675	609.707.431	492.602.767

LE PERSONE DI VODAFONE ITALIA

FORZA LAVORO (N.)	2013	2012	2011
Dipendenti	7.541	7.648	8.055
- di cui donne	4.104	4.153	4.219
Personale con contratto di somministrazione di lavoro	171	335	460
- di cui donne	83	202	302
Totale	7.712	7.983	8.515

DIPENDENTI PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE (N.)	2013	2012	2011
Tempo indeterminato	7.509	7.585	7.956
- di cui donne	4.088	4.120	4.160
Tempo determinato	32	63	95
- di cui donne	16	33	56
Contratto di inserimento	0	0	4
- di cui donne	0	0	3
Totale	7.541	7.648	8.055
- di cui donne	4.104	4.153	4.219
Contratti trasformati da tempo determinato a tempo indeterminato	2	12	n.d.

DIPENDENTI PART-TIME E FULL-TIME (N.)	2013	2012	2011
Full-time	5.660	5.739	6.136
- di cui donne	2.437	2.481	2.553
Part-time	1.881	1.909	1.919
- di cui donne	1.667	1.672	1.666
Totale	7.541	7.648	8.055
- di cui donne	4.104	4.153	4.219

DIPENDENTI PER LIVELLO DI ISTRUZIONE (N.)	2013	2012	2011
Laurea	2.408	2.727	2.694
Diploma	5.133	4.921	5.361
Totale	7.541	7.648	8.055

COMPETENCE CENTER	2013	2012	2011
Operatori di Vodafone Italia (n.)	2.750	2.794	2.945
- di cui assunti a tempo determinato	2.747	2.661	2.906

DIPENDENTI PER INQUADRAMENTO CONTRATTUALE, GENERE E APPARTENENZA A CATEGORIE PROTETTE

	2013		2012		2011	
	totale	di cui donne	totale	di cui donne	totale	di cui donne
Dirigenti	184	26%	185	28%	189	28%
- di cui appartenenti a categorie protette	0	0%	0	0%	n.d.	n.d.
Quadri	758	34%	749	34%	738	34%
- di cui appartenenti a categorie protette	5	60%	5	60%	n.d.	n.d.
Impiegati	6.599	58%	6.714	57%	7.128	55%
- di cui appartenenti a categorie protette	332	59%	335	59%	n.d.	n.d.
Totale	7.514	54%	7.648	54%	8.056	n.d.
- di cui appartenenti a categorie protette	337	59%	340	59%	n.d.	n.d.

DIPENDENTI PER FUNZIONE DI APPARTENENZA (N.)

	2013	2012	2011
Staff	709	634	608
- di cui donne	64%	63%	59%
Tecnologie	1.785	2.002	2.213
- di cui donne	21%	20%	18%
Commerciale	1.436	1.460	1.456
- di cui donne	51%	51%	52%
Customer Care	3.283	3.257	3.339
- di cui donne	76%	76%	76%
Group Resources	328	295	439
- di cui donne	17%	40%	35%
Totale	7.541	7.648	8.055
- di cui donne	54%	54%	52%

DIPENDENTI PER FASCE DI ETÀ (N.)

	2013	2012	2011
<25	118	117	86
26-30	324	406	458
31-35	1.125	1.440	1.978
36-40	2.889	3.103	3.260
41-45	2.199	1.842	1.615
46-60	632	519	447
>51	254	221	211
Totale	7.541	7.648	8.055

COMPONENTI DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE PER FASCE DI ETÀ E GENERE (N.)	2013	2012	2011
<25	0	0	0
26-30	0	0	0
31-35	0	0	0
36-40	0	0	0
41-45	1	0	2
46-60	3	3	2
>51	5	6	5
Totale	9	9	9
- di cui donne	2	3	n. d.

DIPENDENTI PER INQUADRAMENTO CONTRATTUALE, PER FASCE D'ETÀ E GENERE (N.) **2013**

	<25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	>51
Dirigenti	0	0	8	34	79	46	17
- di cui donne	0	0	2	15	24	5	2
Quadri	0	9	81	178	283	144	63
- di cui donne	0	2	33	75	93	44	10
Impiegati	118	315	1.036	2.677	1.837	442	174
- di cui donne	63	152	624	1.704	1.006	189	61
Totale	118	324	1.125	2.889	2.199	632	254
- di cui donne	63	154	659	1.794	1.123	238	73
Età media				39			

**DIPENDENTI PER MACRO-FUNZIONI,
PER FASCE D'ETÀ E GENERE (N.)**

2013

	<25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	>51
Staff	31	48	62	199	214	108	47
- di cui donne	17	31	41	152	125	70	21
Tecnologie	6	41	185	563	591	275	124
- di cui donne	2	11	28	111	144	53	22
Commerciale	37	122	271	499	368	99	40
- di cui donne	21	59	141	280	176	38	17
Customer Care	44	102	557	1.536	930	95	19
- di cui donne	23	51	442	1.232	660	68	12
Group Resources	0	11	50	92	96	55	24
- di cui donne	0	2	7	19	18	9	1
Totale	118	324	1.125	2.889	2.199	632	254
- di cui donne	63	154	659	1.794	1.123	238	73

TURNOVER PER GENERE (N. E %)

2013

2012

2011

	uomo	donna	uomo	donna	uomo	donna
Dipendenti assunti	100	81	140	130	n.d.	n.d.
Dipendenti che hanno lasciato il Gruppo	160	134	468	209	n.d.	n.d.
Totale assunti	181		270		286	
Totale cessati	294		677(*)		407	
Turnover (%) **	3,9%		3,7%		3,3%	

(*) di cui 334 per cessione di ramo d'azienda.

(**) tasso calcolato come totale cessati rispetto alla forza lavoro media nell'anno.

Nota: nel 2013 i dati relativi ad assunzioni e cessazioni non includono i reintegri avvenuti nel corso dell'anno.

ASSUNZIONI E USCITE PER FASCE D'ETÀ (N.)

2013

	<25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	>51
Dipendenti assunti nell'anno	75	48	36	13	7	1	1
Dipendenti che hanno lasciato il Gruppo	21	56	61	82	35	22	17

ASSUNZIONI E USCITE PER AREA GEOGRAFICA (N.)	2013	2012	2011
Dipendenti assunti:	181	270	286
- Nord-Ovest	152	202	192
- Nord-Est	14	20	19
- Centro	11	31	43
- Sud	4	17	32
Dipendenti che hanno lasciato il Gruppo:	294	677	407
- Nord-Ovest	171	277	229
- Nord-Est	39	121	48
- Centro	46	151	74
- Sud	128	56	n.d.

FORMAZIONE E SVILUPPO

FORMAZIONE DEL PERSONALE INTERNO ED ESTERNO	2013	2012	2011
Personale dipendente (n. giornate)	59.964	50.624	57.016
Personale esterno (n. giornate)	47.561	74.876	58.483
Totale giornate di formazione	107.525	125.500	115.499
Formazione media del personale dipendente (n. giornate pro-capite)	8,0	6,6	7,1
Investimenti in formazione (migliaia di euro)	5.000	5.600	5.000

GIORNATE DI FORMAZIONE RIVOLTE AL PERSONALE DIPENDENTE, PER TIPOLOGIA DI FORMAZIONE	2013	2012	2011
Formazione funzionale	46.930	40.500	44.716
Formazione manageriale	3.044	3.544	2.878
Formazione comportamentale	6.497	5.569	6.429
Formazione linguistica	3.493	1.012	2.993
Totale	59.964	50.624	57.016

GIORNATE DI FORMAZIONE FUNZIONALE RIVOLTE AL PERSONALE DIPENDENTE	2013	2012	2011
Formazione CRM (Customer Relationship Management)	28.520	21.959	27.918
Formazione Technology	8.730	8.981	8.072
Formazione Commerciale	6.897	6.824	6.410
Formazione Sicurezza sul lavoro	2.783	2.736	2.316
Totale	46.930	40.500	44.716

Nota: per "giornate" di formazione si intendono "Student Days", calcolati come: (ore di formazione erogata/8 ore) x numero di partecipanti alla formazione.

LA PROMOZIONE DELLA SALUTE E SICUREZZA

INFORTUNI SUL LAVORO	2013	2012	2011
Infortuni sul lavoro (n.)	8	18	20
- di cui a donne	6		
Giorni persi per infortuni sul lavoro	181	502	583
- di cui a donne	75		
Dipendenti Full-time equivalent (FTE)	6.977	7.055	7.446
- di cui donne			
Indice di Frequenza	1,1	2,6	2,7
Indice di Gravità	25,9	71,2	78,3
Infortuni in itinere (n.)	52	74	96
- di cui donne	34		

Nota. Per il calcolo degli indici di frequenza e di gravità è applicato uno standard di Gruppo:

- Indice di Frequenza: numero eventi/full time equivalent x 1.000

- Indice di Gravità: numero di giorni di assenza dal lavoro/full time equivalent x 1.000

I giorni persi includono i giorni di effettiva assenza dal lavoro, inclusi i giorni festivi e dedotto il giorno dell'evento.

FORMAZIONE SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO (N. PERSONE COINVOLTE)	2013	2012	2011
Ruoli e responsabilità nell'ambito del Sistema di Gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro (Compreso Accordo Stato Regioni)	1.439	402	1.163
Prevenzione dei rischi correlati alla attività svolta	264	731	1.954
Totale	1.703	1.133	3.117

FORMAZIONE SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO (N. GIORNATE)	2013	2012	2011
Responsabilità nell'ambito del Sistema di Gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro (Compreso Accordo Stato Regioni)	1.281	436	839
Prevenzione dei rischi correlati alla attività svolta	132	418	1.019
Totale	1.413	854	1.858

Nota: per "giornate" di formazione si intendono "Student Days", calcolati come: (ore di formazione erogata/8 ore) x numero di partecipanti alla formazione.

SISTEMI DI VALUTAZIONE E INCENTIVAZIONE

REMUNERAZIONE ANNUA TOTALE MEDIA DELLE DONNE RISPETTO A QUELLA DEGLI UOMINI (%)

	2013	2012	2011
per inquadramento contrattuale:			
Dirigenti	76%	87%	83%
Quadri	93%	92%	91%
Impiegati	81%	82%	80%
per macro-funzione:			
Staff	75%	70%	64%
Tecnologie	83%	94%	100%
Commerciale	75%	74%	78%
Customer Care	82%	88%	78%
Group Resources	93%	107%	80%
Totale	70%	72%	n.d.

REMUNERAZIONE ANNUA LORDA MEDIA DELLE DONNE RISPETTO A QUELLA DEGLI UOMINI (%)

	2013	2012	2011
per inquadramento contrattuale:			
Dirigenti	82%	91%	88%
Quadri	95%	94%	93%
Impiegati	81%	81%	81%
per macro-funzione:			
Staff	78%	75%	72%
Tecnologie	84%	94%	100%
Commerciale	80%	78%	84%
Customer Care	84%	89%	86%
Group Resources	94%	102%	83%
Totale	73%	74%	83%

RAPPORTO TRA LO STIPENDIO STANDARD DEI NEOASSUNTI E LO STIPENDIO MINIMO LOCALE (%)

	2013	2012	2011
Rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti e lo stipendio minimo locale (%)	130%	130%	130%

PARTECIPAZIONE AD ATTIVITÀ SINDACALE	2013	2012	2011
Ore teoriche lavorate	10.907.686	14.664.068	15.304.439
Ore di assenza per assemblee e permessi sindacali	82.015	49.048	59.921
Ore di assenza per scioperi	21.573	20.812	3.572
Personale iscritto al sindacato	23,34%	22,99% (*)	22,28% (*)

(*) il dato non include TeleTu, il cui dato è pari a 7,41% nel 2012 e 5,45% nel 2011.

TASSO DI ASSENTEISMO (%)	2013	2012	2011
	3,27	2,72 (*)	2,74

(*) il dato non include TeleTu che è pari a 1,30%.

LA FONDAZIONE VODAFONE ITALIA

NUMERO DI PROGETTI E INVESTIMENTO TOTALE	2013	2012	2011
Progetti sostenuti (n.)	21	30	37
Investimento totale (€)	8.372.100	7.755.654	6.995.197
RISORSE DELLA FONDAZIONE (€)	2013	2012	2011
- da Vodafone Group Foundation	3.015.000	3.175.000	3.955.162
- da Vodafone Italia	3.775.000	3.775.000	3.554.500
Fondi ricevuti	6.790.000	6.950.000	7.509.662
Fondi utilizzati per la gestione operativa	506.383	655.245	659.721
Fondi destinati per le iniziative deliberate dal CdA	8.372.100	7.755.654	6.995.197

SVILUPPO DELLA RETE E CAMPI ELETTROMAGNETICI

SITI FISICI	2013	2012	2011
Siti fisici totali	17.005	16.217	15.130
- di cui siti condivisi (shared)	49%	46%	37%

STAZIONI RADIO BASE-SRB	2013		2012		2011	
	GSM	UMTS	GSM	UMTS	GSM	UMTS
SRB installate	14.168	15.056	13.468	13.889	12.525	12.434
- di cui su infrastrutture pre-esistenti	86%	82%	83%	80%	78%	79%

UTILIZZO E GESTIONE DELLE RISORSE

CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATA (MWH ANNUI)	2013	2012	2011
Rete	600.355	581.017	562.789
Fonti convenzionali	165.565	141.088	146.882
Fonti rinnovabili	434.790	439.929	415.907
Uffici e negozi	43.435	42.377	41.374
Fonti convenzionali	20.877	11.473	10.633
Fonti rinnovabili	22.558	30.904	30.741
Totale	643.790	623.394	604.162
Fonti convenzionali	186.443	152.561	157.515
Fonti rinnovabili	457.348	470.833	446.648
CED (*)	78.018	74.455	76.918
Fonti convenzionali	78.018	74.455	76.918
Fonti rinnovabili	0	0	0

(*) Il Centro Elaborazione Dati è gestito dalla società controllata Vodafone Servizi e Tecnologie Srl e comprende data center "global" e "regional" del Gruppo Vodafone.

**CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATA
PER FONTE ENERGETICA PRIMARIA**

2013

	GJ	MWh
Fonti convenzionali	485.976,29	134.993,41
Solidi	99.854,72	27.737,42
Gas naturale	322.695,99	89.637,77
Petroliferi	18.918,95	5.255,26
Altri combustibili	44.506,64	12.362,95
Fonti rinnovabili	185.217,71	51.449,36
Idrica da apporti naturali	102.303,86	28.417,74
Geotermica	12.623,05	3.506,40
Eolica	22.004,38	6.112,33
Fotovoltaica	24.103,02	6.695,28
Bioenergie	24.183,39	6.717,61
Totale	671.193,99	186.442,78

Nota: il dato è riferito all'energia elettrica non certificata RECs (da fonti convenzionali) acquistata da Vodafone Italia, ripartita secondo il mix energetico nazionale (fonte: Dati generali Terna, 2012).

CONSUMI DI ENERGIA TERMICA (MWH ANNUI)

2013

2012

2011

Uffici	32.595	16.964	15.373
--------	--------	--------	--------

EMISSIONI INDIRETTE DI CO₂ (T)

2013

2012

2011

Rete	86.922	75.482	78.582
Uffici e negozi (esclusa energia termica)	10.961	6.138	5.689
Totale	97.882	81.620	84.270
CED	40.960	39.833	41.151

CONSUMO DIRETTI DI ENERGIA (TEP)

2013

2012

2011

Gasolio da autotrazione	3.400	3.458	4.047
Benzina da autotrazione	19	6	8
Gasolio produzione energia da gruppi elettrogeni rete, uffici e negozi	543	484	654
Benzina produzione energia da gruppi elettrogeni rete, uffici e negozi	0	0	0
Gas naturale per caldaie e il riscaldamento degli uffici	442	651	672
Totale	4.403	4.599	5.381
Gasolio produzione energia da gruppi elettrogeni CED	19	19	21
Benzina produzione energia da gruppi elettrogeni CED	0	0	0

ENERGIA ELETTRICA AUTOPRODOTTA (MWH ANNUI)	2013	2012	2011
Gruppi elettrogeni - rete, uffici e negozi	1.834	1.636	2.216
Impianti di trigenerazione	112	-	-
Fonti rinnovabili (solare) - rete, uffici e negozi	50	49	46
Totale	1.997	1.685	2.262
Gruppi elettrogeni - CED	66	65	71

EMISSIONI DIRETTE DI CO₂ (T)	2013	2012	2011
CO ₂ da trasporti (flotta aziendale)	10.261	10.401	12.177
CO ₂ da produzione energia (gruppi elettrogeni)	1.631	1.454	1.964
CO ₂ da riscaldamento	1.072	1.572	1.536
Totale	12.964	13.427	15.678
Gruppi elettrogeni - CED	58	58	63

ALTRE EMISSIONI INDIRETTE DI CO₂ (T)	2013	2012	2011
<i>Economy</i>	1.333	1.513	1.345
Short haul	1.313	1.510	1.338
Long haul	20	3	8
<i>Business</i>	221	220	190
Short haul	66	43	26
Long haul	155	177	164
CO ₂ da voli aerei	1.555	1.733	1.535

CARBON INTENSITY EFFICIENCY	2013	2012	2011
Kg CO ₂ per TB di traffico	992,2	785,1	1.307,9
Kg CO ₂ per Cliente	4,8	4,2	4,3

FATTORI DI EMISSIONE UTILIZZATI PER IL CALCOLO DELLA CO₂

	unità	2013	2012	2011	fonte
Energia elettrica di rete prodotta da fonti convenzionali	kg CO ₂ /kWh	0,525	0,535	0,535	Confronti Internazionali Terna (dati 2010); parco totale
Energia elettrica di rete prodotta da fonti rinnovabili	kg CO ₂ /kWh	0	0		-
Energia elettrica autoprodotta da fonti rinnovabili	kg CO ₂ /kWh	0	0		-
Energia termica (teleriscaldamento da cogenerazione)	kg CO ₂ /kWh	0	0		-
Benzina da autotrazione	kg CO ₂ /l	2,272	2,272		GHG Protocol - Transport tool v2.4
Gasolio da autotrazione	kg CO ₂ /l	2,676	2,676		GHG Protocol - Transport tool v2.4
Gasolio per le caldaie e il riscaldamento degli edifici	kg CO ₂ /l	2,676	2,676		GHG Protocol - Stationary combustion tool v4.0
Gasolio produzione energia da gruppi elettrogeni	kg CO ₂ /l	2,676	2,676		GHG Protocol - Stationary combustion tool v4.0
Benzina produzione energia da gruppi elettrogeni	kg CO ₂ /l	2,272	2,272		GHG Protocol - Stationary combustion tool v4.0
Gas naturale per riscaldamento uffici	kg CO ₂ /Nm ³	1,885	1,885		GHG Protocol - Stationary combustion tool v4.0
Voli aerei:					GHG Protocol - Transport tool v2.4
<i>Short haul</i>					GHG Protocol - Transport tool v2.4
- Economy class	kg CO ₂ /passenger km	0,0925	0,0925	0,0925	GHG Protocol - Transport tool v2.4
- First/business class	kg CO ₂ /passenger km	0,1387	0,1387	0,1387	GHG Protocol - Transport tool v2.4
<i>Long haul</i>					GHG Protocol - Transport tool v2.4
- Economy class	kg CO ₂ /passenger km	0,0826	0,0826	0,0826	GHG Protocol - Transport tool v2.4
- Business class	kg CO ₂ /passenger km	0,2396	0,2396	0,2396	GHG Protocol - Transport tool v2.4

GAS EFFETTO SERRA (KG)

	uso	stato	2013		2012	
			Rete	Uffici	Rete	Uffici
HFC (R407-R134-R417-R410)	refrigerante	detenuto	27.992	11.563	24.713	11.353
HFC (R407-R134-R417-R410)	refrigerante	reintegrato	3.627	676	1.658	660
HFC23	estinguento	detenuto	66.045	19.756	68.085	20.255
HFC23	estinguento	reintegrato	0	228	0	0
CO ₂	estinguento	detenuto	21.859	1.575	21.477	1.571
CO ₂	estinguento	reintegrato	92	0	86	0

GAS OZONOLESIVI (KG)

	uso	stato	2013		2012	
			Rete	Uffici	Rete	Uffici
HCFC (R22)	refrigerante	detenuto	22.036	3.343	24.460	4.518
HCFC (R22)	refrigerante	reintegrato	224	22	425	110

**ALTRE SOSTANZE
ESTINGUENTI (KG)**

	uso	stato	2013		2012	
			Rete	Uffici	Rete	Uffici
Polveri	estinguente	detenuto	66.170	11.210	65.824	11.183
Polveri	estinguente	reintegrato	84	24	570	0
NOVEC	estinguente	detenuto	19.822	1.788	13.558	1.056
NOVEC	estinguente	reintegrato	0	0	0	0
Altro (soyuz)	estinguente	detenuto	3	0	303	0
Altro (soyuz)	estinguente	reintegrato	0	0	0	0

RIFIUTI SPECIALI PRODOTTI DALLA GESTIONE DELLA RETE (T)

	2013	2012	2011
Pericolosi	856	821	1.225
Non pericolosi	1.534	2.381	1.076
Totale	2.390	3.202	2.301
- di cui riciclati	100%	100%	100%

ACQUISTI DI CARTA DA UFFICIO

	2013		2012		2011	
	Kg	%	Kg	%	Kg	%
Comune	80	0%	4.350	5%	10.880	9%
Ecologica	77.800	100%	88.700	95%	114.150	91%
Totale	77.880	100%	93.050	100%	125.030	100%
Carta acquistata/dipendente	10,33		12,17		15,50	

Nota: con carta comune si intende la carta bianca e quella colorata; con carta ecologica la carta riciclata e quella certificata.

Nota metodologica

Il Bilancio di Sostenibilità di Vodafone Italia, giunto alla sua dodicesima edizione, è pubblicato con cadenza annuale e rappresenta il principale strumento di comunicazione con gli stakeholder in merito alle performance di sostenibilità. Il periodo di riferimento della presente edizione va dal 1° aprile 2012 al 31 marzo 2013.

Anche quest'anno, il Bilancio di Sostenibilità è stato predisposto secondo le "Linee guida per il reporting di sostenibilità definite dal Global Reporting Initiative" (GRI G-3) nel 2006 e adotta i principi di "inclusività", "materialità" e "rispondenza" statuiti dallo standard AA1000 AccountAbility Principles Standard 2008 (AA1000 APS) emanato da AccountAbility. Al fine di estendere progressivamente l'informativa inserita nel documento, Vodafone Italia integra il numero di indicatori rendicontati con le indicazioni contenute nel nuovo GRI-G3.1, pubblicate ad inizio 2011. Per il calcolo del Valore Aggiunto creato e distribuito, all'interno della sezione "Performance economiche e finanziarie", sono stati utilizzati anche i Principi di redazione definiti dal Gruppo di studio per il Bilancio Sociale (GBS). Inoltre, Vodafone Italia si è ispirata alle linee guida di Gruppo e alle best practice nazionali e internazionali sulla Corporate Responsibility.

In relazione all'ampiezza della rendicontazione, il modello GRI-G3 prevede tre diversi livelli di applicazione. A tale proposito, è da segnalare che quest'anno il Bilancio di Sostenibilità è stato valutato dal Global Reporting Initiative che ha espresso il proprio parere sulla completezza dell'informativa e sulla copertura degli indicatori previsti dalle linee guida GRI-G3. L'ottenimento della Dichiarazione del Global Reporting Initiative sul livello di applicazione delle linee guida GRI-G3 ha permesso di qualificare il livello di applicazione del Bilancio di Sostenibilità 2012-2013 come "B – GRI checked".

Il processo di definizione dei contenuti e di determinazione della materialità si è basato sui principi previsti dal GRI. Gli indicatori di performance contenuti nel documento sono raccolti, monitorati e comunicati al Gruppo, su base semestrale e annuale. Il processo di raccolta dei dati è definito attraverso la procedura "Raccolta e monitoraggio dei Corporate Responsibility KPIs" pubblicata a marzo 2007. La stessa definisce scadenze, ruoli e responsabilità specifiche di ciascuna delle Direzioni coinvolte nel processo di raccolta e misurazione dei "CR KPIs".

Al fine di garantire l'attendibilità delle informazioni riportate, sono state incluse grandezze direttamente misurabili, limitando il più possibile il ricorso a stime, le quali, quando necessarie, sono fondate sulle migliori metodologie disponibili e il loro utilizzo è segnalato all'interno dei singoli indicatori. Inoltre, si segnala che,

relativamente alla sezione del Capitale Umano, per "giornate" di formazione si intendono "Student Days", calcolati come: (ore di formazione erogata/8 ore) x numero di partecipanti alla formazione.

Salvo eccezioni opportunamente segnalate, i dati e le informazioni si riferiscono all'esercizio in chiusura al 31 marzo 2013 e il perimetro di rendicontazione del Bilancio corrisponde a quello di Relazioni e Bilancio Consolidato al 31 marzo 2013, da cui derivano i dati economici e finanziari riportati nel Bilancio di Sostenibilità. Al 31 marzo 2013 le società incluse nell'area di consolidamento e controllate da Vodafone Omnitel N.V. sono: Vodafone Gestioni S.p.A. e Vodafone Servizi e Tecnologie S.r.l.. Vodafone Omnitel N.V. ha incorporato, tramite fusione, la controllata TeleTu S.p.A. con effetto contabile e fiscale dal 1 aprile 2012.

Nel documento con "Vodafone Italia" o "Vodafone" si fa riferimento a Vodafone Omnitel N.V. e alle sue controllate, mentre con "Gruppo Vodafone" e "Gruppo" si intende il gruppo mondiale facente capo a Vodafone Group Plc.; con "Local Operating Company" si intendono le società locali controllate in maggioranza da Vodafone Group.

Al 31 marzo 2013, è considerata società che esercita attività di direzione e coordinamento la controllante Vodafone Group Plc, quale detentriche indiretta del 76,863% del pacchetto azionario di Vodafone Omnitel N.V.. L'altro azionista di riferimento di Vodafone Omnitel N.V. è il Gruppo Verizon al 23,137%.

Si evidenzia che nel corso dell'esercizio di riferimento non si sono verificati eventi significativi o cambiamenti rilevanti nei metodi di misurazione rispetto all'anno precedente. Le tabelle con gli indicatori di performance sono state riportate in fondo al documento in una sezione dedicata.

La tabella esplicativa dei contenuti richiesti dal GRI Reporting Framework è disponibile sul sito www.vodafone.it nella sezione dedicata al Bilancio di Sostenibilità 2012-2013.

Per "anno 2013" si intende l'anno fiscale dal 1° aprile 2012 al 31 marzo 2013. Per "anno 2012" si intende l'anno fiscale dal 1° aprile 2011 al 31 marzo 2012. Per "anno 2011" si intende l'anno fiscale dal 1° aprile 2010 al 31 marzo 2011. Per "anno" si intende l'anno fiscale.

Dichiarazione del Global Reporting Initiative sul livello di applicazione delle linee guida GRI-G3



Dichiarazione Verifica del livello di applicazione GRI

Il Global Reporting Initiative (GRI) dichiara che **Vodafone Italia** ha presentato il proprio “Bilancio di sostenibilità 2012-2013” al dipartimento GRI Report Services, il quale è giunto alla conclusione che il Report possiede i requisiti del Livello di Applicazione B.

I Livelli di Applicazione GRI indicano in che misura il contenuto delle linee guida GRI-G3 è stato utilizzato nel Report di Sostenibilità. La Verifica conferma il set e il numero delle informazioni previste per lo specifico Livello di Applicazione sono stati rendicontati nel Report e che l'Indice dei Contenuti GRI fornisce una valida rappresentazione delle informazioni richieste, come descritto nelle linee guida GRI-G3. Per la metodologia vedi www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf

I Livelli di Applicazione non rappresentano un parere né sulla performance di sostenibilità della società dichiarante, né sulla qualità delle informazioni contenute nel Bilancio di Sostenibilità.

Amsterdam, 16 Ottobre 2013

Nelmara Arbex
Deputy Chief Executive
Global Reporting Initiative



Il GRI è un'organizzazione multi-stakeholder pioniera nello sviluppo del framework di rendicontazione di sostenibilità più utilizzata al mondo e si adopera per il suo continuo miglioramento e applicazione a livello globale. Le linee guida GRI forniscono i principi e gli indicatori che le organizzazioni possono utilizzare per misurare e rendicontare la loro performance economica, ambientale e sociale. www.globalreporting.org

Disclaimer: Laddove la rendicontazione di sostenibilità includa link esterni, compreso eventuale materiale audiovisivo, la presente dichiarazione riguarda soltanto il materiale sottoposto al GRI al momento della verifica in data 1 ottobre 2013. GRI esclude esplicitamente che la presente dichiarazione sia applicata a cambiamenti successivi.

Nota metodologica al capitolo “Il contributo di Vodafone Italia al Sistema Paese”

Il capitolo “Il contributo di Vodafone Italia al Paese” intende presentare alcuni degli aspetti più significativi del contributo economico, sociale e ambientale che Vodafone Italia ha creato per il Sistema Paese nell’arco temporale corrispondente all’anno fiscale 2012-2013. I dati e le informazioni contenuti nel capitolo sono stati raccolti dal dipartimento Sustainability di Vodafone Italia ed elaborati con l’assistenza tecnica di KPMG Advisory S.p.A. Relativamente al metodo di calcolo, in alcuni casi le informazioni derivano da database pubblici, in altri casi i dati sono stati stimati da Vodafone Italia. Nello specifico:

- gli impatti economici diretti sono stati stimati in base ai dati provenienti da Direzioni di Vodafone Italia; in particolare, il contributo alle imprese è stato valutato tenendo in considerazione che il 62% dei volumi ordinati è concentrato su fornitori locali, ossia realtà industriali italiane o subsidiaries locali di realtà multinazionali;
- la forza lavoro da occupazione indiretta si riferisce al numero di dipendenti dei fornitori locali che sono stati impiegati su attività per Vodafone Italia. Tali valori sono stati determinati prevalentemente sulla base di dati direttamente provenienti dai fornitori e, in mancanza di questi, di dati pubblicati sui principali database di informazioni societarie; in quest’ultimo caso, si tratta di dati riferibili ai bilanci di esercizio più recenti disponibili. I valori così determinati sono stati utilizzati anche per il calcolo degli impatti economici indiretti sulle famiglie;

- gli impatti economici indiretti sulle imprese, analizzati solo per alcune macrocategorie, sono stati stimati sulla base di dati pubblici e di dati provenienti da Direzioni di Vodafone Italia;

- l’impatto economico indotto è stato stimato sulla base dei dati raccolti da Direzioni di Vodafone Italia e di studi economici pubblicati a livello internazionale. In particolare, sono state utilizzate ricerche del World Economic Forum, CEBR (Centre for Economics and Business Research), ISTAT e World Bank;

- l’impatto ambientale indiretto fa riferimento al potenziale abbattimento dei gas serra da parte delle connessioni *mobile* di Vodafone Italia considerando un ipotetico scenario futuro. I dati sono stati stimati sulla base delle informazioni raccolte da Direzioni di Vodafone Italia e di studi pubblicati a livello internazionale. In particolare, sono state utilizzate ricerche del Global e-Sustainability Initiative (GeSI) e del Gruppo Vodafone.

Si precisa, inoltre, che i dati presentati nel presente capitolo fanno riferimento esclusivamente a benefici lordi creati dalle principali attività e iniziative di Vodafone Italia e non considerano, ad esempio, eventuali costi generati per lo svolgimento delle stesse.

Obiettivi e risultati

MERCATO INNOVAZIONE E TECNOLOGIA

We said.	We have
INNOVAZIONE <ul style="list-style-type: none">Lanciare i servizi 4G nelle città principali > marzo 2013	<ul style="list-style-type: none">A marzo 2013 Vodafone Italia ha coperto in 4G le principali 21 città italiane
We will.	
INNOVAZIONE <ul style="list-style-type: none">Estendere la copertura 4G ad ulteriori città e località turistiche. > marzo 2014	
<ul style="list-style-type: none">Estendere la copertura delle città in fibra. > marzo 2014	

I MERCATI DI VODAFONE ITALIA

We said.	We have
MERCATO CONSUMER <ul style="list-style-type: none">Coinvolgere sempre di più i negozi Vodafone nella gestione del Cliente con offerte esclusive e dedicate > marzo 2013	<ul style="list-style-type: none">Il concept dei negozi è stato completamente rivisitato per adeguarsi al nuovo tipo di cliente: libera prova dei telefoni, vendita fuori banco, esperienze coinvolgenti di prova dei device e delle applicazioni, aree interamente dedicate al servizio, sono solo alcune delle novità del nuovo concept.
<ul style="list-style-type: none">Sviluppare il programma di fidelizzazione "Vodafone You" al fine di renderlo uno strumento con cui i Clienti possano avvicinarsi facilmente al mondo degli smartphone e tablet di ultima generazione > marzo 2013	<ul style="list-style-type: none">Mediante le innovative regole di accumulo e le attività di 'engagement', il programma Vodafone YOU permette a tutti i Clienti di ricevere più punti e arrivare più facilmente a redimere premi come smartphone e tablet che richiamano il posizionamento innovativo di marca e che favoriscono la diffusione di Internet in mobilità.
MERCATO ENTERPRISE <ul style="list-style-type: none">Continuare a migliorare la qualità del Servizio Clienti attraverso l'offerta di un modello esclusivo dedicato a ciascun segmento > marzo 2013	<ul style="list-style-type: none">È stato lanciato il servizio esclusivo e dedicato "Prima Classe".
<ul style="list-style-type: none">Aumentare la focalizzazione sui servizi a Valore Aggiunto, usufruibili attraverso i migliori smartphone e tablet, e in particolare basati su soluzioni Cloud e di Sicurezza volte a rendere il lavoro in mobilità sempre più efficiente e sicuro > marzo 2013	<ul style="list-style-type: none">È stata lanciata la proposizione per la sicurezza dei contenuti degli smartphone con il nome di "Smart Power", combinazione di Cloud e Vodafone Contacts per la gestione sicura in Cloud di tutti i contenuti del proprio smartphone e/o tablet. Inoltre, è stato lanciato l'innovativo servizio Vodafone Rete Sicura, primo servizio che protegge la navigazione Internet direttamente sulla rete, sia fissa che mobile, dei Clienti Vodafone.

We will.**MERCATO
CONSUMER**

- Sviluppare una strategia basata sul marketing locale e su offerte geograficamente segmentate. > marzo 2014

-
- Continuare il programma di fidelizzazione Vodafone You al fine di renderlo uno strumento con cui i Clienti possano avvicinarsi facilmente al mondo degli smartphone e tablet di ultima generazione. > marzo 2014

**MERCATO
ENTERPRISE**

- Continuare a investire in soluzioni convergenti fisso *mobile* per le aziende sfruttando l'innovazione di Vodafone Rete Unica. > marzo 2014
-

LA RELAZIONE CON IL CLIENTE

We said.**ASCOLTARE IL
CLIENTE PER
MIGLIORARE IL
SERVIZIO**

- Estendere ai Clienti aziende il servizio di assistenza tramite canale SMS con contenuti e informazioni studiati per questo tipo di clientela > marzo 2013
- Migliorare l'esperienza di navigazione e fruizione dei contenuti all'interno del 190 Fai da Te al fine di garantire al Cliente sempre maggiore trasparenza sui costi sostenuti e il traffico generato > marzo 2013

- Introdurre funzionalità dispositive in tutte le app mobili My 190 in modo da completare la rosa di funzionalità di self care a disposizione dei Clienti in mobilità > marzo 2013

**TUTELA E
PROTEZIONE DEI
DATI DEL CLIENTE**

- Sviluppare ulteriori misure di sicurezza rivolte alla protezione dei dati delle carte di credito dei Clienti Vodafone > aprile 2013
- Attivare ulteriori misure di rafforzamento per rilevare e far fronte in modo sempre più efficiente ad eventuali incidenti di sicurezza informatica > dicembre 2013

We have

- Il servizio di assistenza tramite canale SMS è stato esteso anche alle aziende attraverso un canale dedicato (42323 SMS).

- Nell'area Personale "190 Fai da te" i Clienti hanno la possibilità di controllare i costi e gestire il proprio piano tariffario.

- Con My 190, il Cliente è assistito in tempo reale e ha la possibilità di gestire il proprio profilo e la propria SIM in autonomia.

- Con Vodafone Rete Sicura è stato fatto un ulteriore investimento significativo per la sicurezza dei pagamenti online.

- Si è ulteriormente rafforzato il Global Security Operation Center dedicato alla cyber-security ed è iniziata la collaborazione con il Gruppo Vodafone per realizzare un Computer Emergency Response Team.
-

We will.**ASCOLTARE IL
CLIENTE PER
MIGLIORARE IL
SERVIZIO**

- Continuare a potenziare il nuovo Servizio Smart, semplificando la customer experience e introducendo nuove tecnologie sui canali di assistenza online. > marzo 2014
-

I FORNITORI

We said.

LA
RESPONSABILITÀ
SOCIALE NELLA
GESTIONE DEI
FORNITORI

- Promuovere l'adozione delle procedure di salute e sicurezza di Vodafone Italia da parte dei fornitori e dei partner dell'azienda > marzo 2013
- Promuovere il Codice Etico di Vodafone Italia e fare formazione sui fornitori e i partner dell'azienda > marzo 2013
- Porre un obiettivo di miglioramento di 10 punti ai fornitori che hanno ottenuto una valutazione inferiore a 75 punti del Net Promoter Score > marzo 2013
- Ottimizzare la base fornitori, raggiungendo un target di 1.200 fornitori > marzo 2013

We have

- È stato implementato il sistema di Remedy System che consente di individuare criticità su aspetti di salute e sicurezza presso i fornitori e le relative azioni correttive (ad esempio, corsi di formazione).
- Per fine settembre 2013 è prevista un'attività di formazione con i fornitori di servizi (imprese e professionisti) sulla sicurezza e sui temi salienti del Codice etico.
- È stato implementato un nuovo processo che prevede la predisposizione di un piano di miglioramento discusso e verificato da tutti gli stakeholder che ha l'obiettivo di migliorare il Promoter Score dei fornitori con punteggio inferiore a 75.
- È in corso un piano di ottimizzazione dei fornitori attraverso la concentrazione di acquisti a basso valore verso le Aziende fornitrici principali.

We will.

LA
RESPONSABILITÀ
SOCIALE NELLA
GESTIONE DEI
FORNITORI

- Definire obiettivi puntuali e calibrati per ciascun fornitore per implementare un processo di miglioramento continuo e di integrazione con i sistemi Vodafone. > marzo 2014
- Allineare i processi di acquisto di Vodafone Italia con quelli a livello di Gruppo. > marzo 2014
- Raccogliere feedback interni/esterni su efficacia/efficienza del sistema Contractors Control. > marzo 2014

LE PERSONE DI VODAFONE ITALIA

We said.

SALUTE E SICUREZZA

- Training e awareness sulle principali azioni preventive rivolte ai team più esposti a particolari rischi > marzo 2013

- Verifica delle attività operative dei nostri fornitori attraverso audit a campione effettuate dai dipartimenti dell'azienda committenti delle attività > marzo 2013

- Continuare a promuovere iniziative di salute e benessere attraverso lo sviluppo di specifici programmi e progetti quali: webinar, progetti di telemedicina, healthcare, utilizzo della voce per gli operatori di Customer Operations > marzo 2013

We have

- È stata svolta un'attività di formazione che ha coinvolto tutte le figure operative del Dipartimento Technology finalizzata, oltre che a fornire un aggiornamento dei principali requisiti legislativi nel campo della Salute e Sicurezza, a descrivere la valutazione dei rischi, l'individuazione delle misure di prevenzione e protezione adottate per prevenire gli infortuni. 339 persone hanno partecipato ai corsi di formazione.

- Si è assicurata un'attività di monitoraggio delle prestazioni dei fornitori in materia di salute e sicurezza sul lavoro.

- Sono state implementate iniziative di promozione della salute e del benessere attraverso l'organizzazione di webinar dedicati alla prevenzione cardiologica, oncologica, del diabete e all'educazione alimentare. È stato inoltre proposto, in fase sperimentale, per i dipendenti del Vodafone Village di Milano, l'utilizzo di un nuovo dispositivo Mobile Check up, che consente la rilevazione della presenza di aritmie cardiache. Sono stati realizzati i laboratori di igiene vocale e prevenzione del rischio di affaticamento vocale per gli operatori di Call Center che presentano patologie correlate all'utilizzo della voce.

ASSUNZIONI E PARI OPPORTUNITÀ

- Sviluppare il programma Columbus e aumentare il numero dei partecipanti > marzo 2013

- Il programma prevede un'esperienza di 18-24 mesi svolta in un'altra sede Vodafone nel mondo. Quest'anno Vodafone Italia ha dato l'opportunità a 4 ragazzi di vivere l'esperienza all'estero e ne ha accolti altrettanti con un processo dedicato di inclusion, mentorship e sviluppo.
-

FORMAZIONE

- Progettare una formazione sempre più attenta ad includere stimoli, testimonianze ed esperienze provenienti da altri settori e mercati > marzo 2013
- I percorsi formativi in aula ed online sono stati sviluppati con partner per permettere la condivisione dei modelli di business di altri mercati (nazionali ed internazionali) e permettere una attenta valutazione degli scenari di riferimento e delle scelte strategiche. Oltre alla formazione manageriale anche la formazione linguistica è stata sviluppata con una soluzione di blended learning già in uso in altri mercati come quello bancario o farmaceutico.
- Investire sullo sviluppo delle competenze utili a comprendere e ad anticipare l'evoluzione del contesto di business (es. Supermobile) > marzo 2013
- È stato sviluppato un format di conversazioni con manager esterni all'azienda per avere ulteriori elementi di visione e valutazione dei principali trend in atto e di esperienze di altre realtà come stimolo di riflessione nel mercato della telefonia.
- Sviluppare nuove metodologie di apprendimento in linea con le evoluzioni del contesto (formazione 2.0, social networking, ecc.) > marzo 2013
- Sviluppo di applicazioni di formazione online/*mobile* che permettono la fruizione dei contenuti formativi in qualunque momento se ne richiede accesso.

DIVERSITÀ

- Avviare il progetto "Women's Network" con l'obiettivo di sostenere le donne nel percorso di crescita professionale e promuovere una cultura di "inclusione" della diversità > giugno 2012
- Intensificazione della partnership con Valore D attraverso la partecipazione attiva delle persone del network agli incontri dedicati alla Leadership al femminile.
- Avviare il programma "Vodafone Welfare" che dà la possibilità al dipendente di destinare parte della retribuzione variabile in un'offerta di beni e servizi per il welfare aziendale > giugno 2012
- È stato avviato il programma, che prevede la concessione di benefit di welfare non monetari ai dipendenti.

COMUNICAZIONE E DIALOGO

- Sviluppare la People Survey 2012-2013 per continuare a monitorare il grado di soddisfazione dei dipendenti > marzo 2013
 - Anche nel 2012-2013 è stata condotta l'analisi di soddisfazione dei dipendenti da cui sono emersi buoni risultati e suggerimenti utili per la gestione del personale.
 - Lanciare l'iniziativa "Tutto fa Brand" per rafforzare internamente la cultura del brand Vodafone > marzo 2013
 - Tutto fa Brand è stata avviata nel corso dell'anno per valutare la coerenza dei comportamenti ai valori del brand.
-

We will.**SISTEMI DI
VALUTAZIONE E
INCENTIVAZIONE**

- Avviare progetti di valutazione delle competenze funzionali/di leadership o di potenziale definiti in collaborazione con il Gruppo Vodafone. > marzo 2014

**SALUTE E
SICUREZZA**

- Coinvolgere tutte le figure manageriali nel percorso formativo "Le Responsabilità del Manager per gli aspetti di Salute e Sicurezza sul Lavoro". > marzo 2014

- Continuare a promuovere iniziative di salute e benessere attraverso lo sviluppo di programmi e progetti ad hoc (utilizzo della voce per gli operatori di Customer Operations, webinar, check up). > marzo 2014

**ASSUNZIONI E PARI
OPPORTUNITÀ**

- Investire sempre più sui giovani con il Discover e l'Internship Program, tenendo alto il livello di diversity, sia in termini di internazionalità sia di genere. > marzo 2014

FORMAZIONE

- Sviluppare competenze utili a comprendere il valore della diversità come fattore culturale e di business. > marzo 2014

- Continuare a sviluppare nuove metodologie di apprendimento sempre più orientate all'evoluzione tecnologica, sia in termini di nuovi strumenti sia in termini di interazione. > marzo 2014
-

LA COLLETTIVITÀ

We said.

PROGETTO "ABBIAMO A CUORE IL TUO CUORE"

- Nel 2012 saranno attivate altre 10 province e verrà messa in campo un'iniziativa di coinvolgimento dell'Ordine dei Farmacisti Nazionale con il proposito di estendere il servizio a tutto il territorio italiano > marzo 2013

We have

- È continuato il progetto in collaborazione con Pfizer Italia e l'Ordine dei Farmacisti. La sperimentazione si è arricchita con farmacie situate in altre province che hanno aderito all'iniziativa.

FONDAZIONE VODAFONE ITALIA

- Creare maggiore sinergia tra l'azienda e la Fondazione, in modo da mettere al servizio del sociale la tecnologia, le competenze e il business dell'azienda > marzo 2013

- Sono stati sviluppati molteplici progetti attraverso l'utilizzo della tecnologia al servizio del sociale, per i quali la sinergia con l'azienda è stata indispensabile per la realizzazione dei progetti.

SOCIAL APP

- Sviluppare un'applicazione e un sito Internet per rispondere alle esigenze delle persone portatrici di disabilità motoria > settembre 2012

- È stata sviluppata Easy Way, la app che fornisce informazioni e "rating" di accessibilità dei luoghi alle persone con difficoltà motorie.

SICUREZZA

- Sviluppare i servizi "Vodafone Mobile Protect" e "PC Protect" per garantire la navigazione sicura > luglio 2013

- Nel 2013 è stato lanciato Vodafone Rete Sicura, un nuovo servizio che protegge le informazioni più sensibili dei nostri Clienti, i loro dati di pagamento e la navigazione dei minori. Vodafone Rete Sicura è il primo servizio di sicurezza in Italia che opera direttamente sulla rete *mobile* senza nessun programma o app da installare. Per chi vuole navigare protetto anche in wi-fi è sempre disponibile Vodafone Protect, in versione *mobile* e PC.
-

We will.

FONDAZIONE
VODAFONE ITALIA

- Sviluppare tecnologie che aiutino a superare disagi e proteggere le persone in difficoltà e per sostenere le imprese sociali, in particolare con interventi per la cura dei bambini, il superamento delle barriere digitali, la prevenzione e la sicurezza. > marzo 2014

-
- Concludere la fase sperimentale del progetto "Insieme a Scuola di Internet" ed estenderlo sul territorio nazionale. > marzo 2014

- Estendere il progetto Mobile Angel nelle principali città e province italiane.
-

EFFICIENZA ENERGETICA E CARBON FOOTPRINT

We said.

EFFICIENZA DELLA RETE

- Estendere la copertura dei siti di rete radio con AMR, installando ancora 700 dispositivi su infrastrutture Vodafone Italia.

- Programmare sulla tecnologia Single RAN lo spegnimento controllato di parte delle risorse radio non utilizzate durante le ore di minor traffico, per consentire un risparmio energetico sul consumo degli apparati.

- Utilizzare, su circa 1.000 siti, condizionatori con tecnologia inverter per le sostituzioni di macchine guaste e per la conversione di impianti con gas R22.

- Avviare su circa 300 siti lo sviluppo del sistema di "Free Cooling 2.0".

We have

- Sono stati installati dispositivi AMR (Automatic Meter Reading) su 5.650 siti, pari a circa il 48% delle infrastrutture di proprietà Vodafone Italia.

- Sono state valutate in laboratorio alcune funzionalità di spegnimento controllato di parte delle risorse radio non utilizzate durante le ore di minor traffico: i risultati ne confermano l'efficacia in termini di risparmio energetico. Sono in corso attività di sperimentazione on site per verificare l'interazione delle funzionalità di spegnimento con gli altri parametri di rete e il complessivo mantenimento della qualità del servizio; al termine delle sperimentazioni seguiranno le valutazioni sull'effettiva possibilità di estensione delle funzionalità ad altri siti dotati di tecnologia Single RAN.

- I siti su cui sono stati installati condizionatori con tecnologia inverter sono circa 120.

- Il "Free Cooling 2.0" è stato implementato sui primi 45 siti radio esistenti.

MOBILITÀ AZIENDALE

- Studiare la fattibilità per l'inserimento in flotta aziendale di nuovi veicoli elettrici e ibridi > marzo 2014

- Partecipare al team di lavoro per il lancio del nuovo questionario sugli spostamenti casa-lavoro per la mobilità sostenibile > settembre 2012

- Installare stazioni ATM di bike sharing per servire l'area milanese del Vodafone Village > marzo 2013

- L'iniziativa relativa all'introduzione di ulteriori veicoli elettrici in pool resta per ora in sospeso a causa l'elevato costo dei canoni e della manutenzione di questa tipologia di veicoli. Sono invece incrementati di circa una decina di unità nell'arco dell'anno gli ordini di veicoli ibridi assegnati.

- La survey è stata lanciata a settembre 2012 e ha coinvolto tutti i dipendenti della sede di Milano Village con un'adesione pari al 53%.

- A seguito di diversi incontri con il Comune di Milano, Servizio Mobilità Sostenibile, è stata fatta la quotazione per l'installazione di 12 stazioni per servire la zona di Lorenteggio/San Cristoforo/MM Bisceglie e MM Inganni. Il costo di implementazione e manutenzione degli impianti (totalmente a carico di Vodafone, senza partecipazione del Comune) si è rivelato molto elevato rispetto alle aspettative, facendo per il momento accantonare l'iniziativa.

We will.**EFFICIENZA NELLA
RETE**

- Continuare ad estendere la copertura dei siti di rete radio con AMR, installando altri 200 dispositivi su infrastrutture Vodafone Italia. > marzo 2014

-
- Estendere in rete l'attivazione delle prestazioni software di spegnimento controllato di parte delle risorse radio non utilizzate durante le ore di minor traffico, per consentire un risparmio energetico sul consumo degli apparati. > marzo 2014

-
- Utilizzare massivamente i condizionatori con tecnologia inverter tanto per le sostituzioni di macchine guaste che per la conversione di impianti con gas R22. > marzo 2014

-
- Proseguire con l'implementazione del "Free Cooling 2.0" su circa 250 siti con risparmio stimato di circa 0,5 GWh. > marzo 2014

-
- Realizzazione di sistemi di Free Cooling su altre sedi di Rete Core al fine di ridurre ulteriormente il valore del PUE medio. > marzo 2014

UFFICI E NEGOZI

- Sostituire unità di condizionamento in vari uffici sul territorio nazionale non più performanti. Nei negozi, inserire anche sistemi di regolazione. > dicembre 2014

-
- Installare negli uffici sistemi di misura e di valutazione della power quality al fine di monitorare la qualità dell'energia fornita, anomalie nel funzionamento degli apparati e monitoraggio dei consumi. > marzo 2014
-

UTILIZZO E GESTIONE DELLE RISORSE

We said.

FILIERA DEI RIFIUTI

- Effettuare il collaudo e quindi il riutilizzo delle batterie e dei condizionatori di recupero > marzo 2013

- Svolgere attività di sviluppo del sistema di gestione ambientale > marzo 2013

- Erogare al personale attività di formazione sugli aspetti ambientali > marzo 2013

We have

- Le batterie usate degli apparati outdoor, nonché i condizionatori alloggiati negli shelter, vengono ormai sempre collaudati prima del loro riutilizzo.

- I due magazzini in cui vengono effettuate le operazioni di rottamazione sono stati dotati di un software di gestione ambientale che permette un monitoraggio in tempo reale della produzione dei rifiuti, nonché di gestire elettronicamente il Registro dei Rifiuti, abbandonando il registro cartaceo.

- Ai delegati SISTRI della Rete è stato fatto seguire un corso di aggiornamento esterno organizzato da Tuttoambiente, uno dei leader italiani nel settore delle consulenze e della formazione ambientale. Erogati anche corsi di formazione agli store manager dei Flagship italiani in merito alla corretta gestione dei RAEE.

PAPERLESS BILLING, ACQUISTO E UTILIZZO DI CARTA

- Raggiungere l'85% di penetrazione sulla Customer Base Consumer "addressable" ed il 60% sulla Customer Base Business "addressable" > marzo 2013

- È stato raggiunto l'85% della Customer Base Consumer e il 62% della Customer Base Business.

We will.

FILIERA DEI RIFIUTI

- Sottoporre ai processi di ricollaudato anche i materiali relativi agli apparati Single RAN provenienti dalle operazioni di rinnovo e manutenzione della rete ai fini di un loro possibile riutilizzo, in modo da ridurre la produzione di rifiuti e la spesa per nuovi materiali. > marzo 2014

- Verificare il corretto utilizzo del software di gestione ambientale utilizzato dai due magazzini in cui vengono effettuate le operazioni di rottamazione, controllando anche la correttezza nell'inserimento dei dati. > marzo 2014

- Effettuare audit presso i Flagship per verificare la corretta gestione dei RAEE da parte degli store manager formati nel fiscal year 2012-2013 su tale tematica. > marzo 2014



Vodafone Omnitel N.V.

Società del Gruppo Vodafone Group Plc
Sede Legale: Amsterdam (Olanda)

Sede direzionale

Via Lorenteggio, 240 - 20147 Milano (MI)

Sede amministrativa e gestionale

Via Jervis, 13 - 10015 Ivrea (TO) Italia

Dati Legali:

Codice Fiscale e iscrizione al registro delle Imprese di Torino: 93026890017

Partita IVA: 08539010010

REA: 974956

Capitale Sociale: euro 2.305.099.887,30 i.v.

Costituita il: 9 dicembre 1999

Pubblicazione del documento

novembre 2013



La presente pubblicazione è navigabile su smartphone, tablet e desktop all'indirizzo **sustainability.vodafone.it**

Le versioni integrali del **Bilancio di Sostenibilità di Vodafone Italia** e del **Bilancio di Missione di Fondazione** sono disponibili in formato pdf ai seguenti indirizzi:

corporate.vodafone.it
fondazionevodafone.it

Progetto e coordinamento editoriale

Direzione Sustainability & Foundation di Vodafone Italia

Concept e Design

Industree S.p.A.

In collaborazione con l'Istituto Penale per i Minorenni di Nisida, con Image Factory e Scuola Holden