



**Vodafone Italia
e il Paese:
insieme
per uno sviluppo
sostenibile**

**Bilancio
di Sostenibilità
2011-2012**

Indice

Highlights Fiscal Year 2011-2012	3	Market	45
Intervista all'Amministratore Delegato	4	Innovazione e tecnologia al servizio della collettività	46
Testimonianza del Presidente	5	La relazione con il cliente	50
Bilancio di Sostenibilità 2011-2012: un progetto di produzione partecipata	6	I Fornitori	59
Il contributo di Vodafone Italia al Paese	10	People	61
Impatti diretti, indiretti e indotti sul Sistema Paese	11	Le persone di Vodafone Italia	62
Il contributo economico diretto, indiretto e indotto	12	La collettività	79
Il contributo sociale	17	Planet	85
Il contributo ambientale	19	Sviluppo della rete, territorio e ambiente	86
Vodafone Italia: profilo	27	Efficienza energetica e carbon footprint	90
Chi siamo e dove operiamo	28	Utilizzo e gestione delle risorse	93
I contributi all'innovazione e al mercato di Vodafone Italia	31	Performance	97
Il mercato delle telecomunicazioni: le tendenze del mercato italiano	32	Performance economiche e finanziarie	98
Sostenibilità, Governance e dialogo con gli Stakeholder	33	Indicatori di performance	107
La sostenibilità in Vodafone Italia e nel Gruppo Vodafone	34	Appendice	124
La governance di Vodafone Italia	37	Nota metodologica	125
Il contesto regolamentare	40	Nota metodologica al capitolo "Il contributo di Vodafone Italia al Sistema Paese"	127
Le relazioni con Enti, Istituzioni e Associazioni	42	Obiettivi e risultati	128
Il contesto legale	43	Dichiarazione del Global Reporting Initiative sul livello di applicazione delle linee guida GRI-G3	138

Highlights Fiscal Year 2011-2012

Il contributo di Vodafone Italia al Paese

9,2 mld €

Contributo economico diretto e indiretto a Famiglie, Imprese e Pubbliche Amministrazioni del Paese

38 mila

Persone occupate direttamente e indirettamente da Vodafone Italia

4 mld €

Contributo netto al PIL del Paese

Market

32,7 mln

Clienti di Vodafone Italia al 31 marzo 2012

1,3 mld €

Investimento di Vodafone Italia nell'acquisto delle frequenze 4G

84%

Forniture ordinate da realtà industriali italiane o sussidiarie italiane di multinazionali

People

7.648

Dipendenti di Vodafone Italia

5,6 mln €

Investimento di Vodafone Italia nelle attività di formazione

7,8 mln €

Investimento della Fondazione Vodafone Italia in progetti sociali

Planet

34 GWh

Risparmio energetico degli interventi sulla rete

76%

Energia elettrica da fonti rinnovabili

14 mila t CO₂

Emissioni evitate grazie a interventi nella rete, negli uffici e nella mobilità

Performance

8,6 mld €

Ricavi delle vendite e delle prestazioni

2,3 mld €

Investimenti in infrastrutture tecnologiche

2 mld €

Tasse, imposte e contributi all'Erario

Intervista all'Amministratore Delegato

Paolo Bertoluzzo
CEO Vodafone Italia e Sud Europa



Qual è l'impatto di Vodafone Italia oggi nel Paese?

Vodafone è un grande Gruppo internazionale ma è anche e soprattutto una grande impresa nel nostro Paese.

Creiamo valore in Italia per più di 9 miliardi di euro sui diversi fronti nei quali operiamo. Più di 7.500 persone lavorano per noi in modo diretto, come dipendenti, ma creiamo lavoro per quasi 40 mila persone, considerando anche le tante piccole, medie e grandi aziende che collaborano con Vodafone per servire i nostri Clienti. Siamo un'azienda che investe per la modernizzazione del Paese: quest'anno abbiamo investito un miliardo di euro in tecnologia, servizi, sviluppo e più di un miliardo di euro per l'acquisto delle frequenze di quarta generazione che creeranno ulteriore sviluppo negli anni a venire.

Impresa e sostenibilità: anche questo è un investimento?

La sostenibilità è sicuramente un investimento perché porta le aziende a guardare al futuro, ma è anche e soprattutto un'esigenza del presente.

Pensare in termini di sostenibilità porta a considerare i Clienti un patrimonio per l'impresa, a pensare alla loro soddisfazione e fedeltà come a un elemento indispensabile per il successo futuro.

Pensare in termini di sostenibilità porta a considerare le persone il vero capita-

le umano sul quale costruire, e quindi investire coerentemente. Vodafone, ad esempio, eroga quasi un milione di ore di formazione all'anno per le persone che lavorano all'interno, così come per i partner che lavorano all'esterno.

Pensare in termini di sostenibilità porta a investire anche su frontiere che magari non hanno un ritorno diretto per l'azienda, un ritorno misurabile economicamente.

Quest'anno abbiamo investito in modo particolare nella digitalizzazione del Paese: abbiamo portato la banda larga nelle zone rurali offrendo la possibilità a più di mezzo milione di cittadini e a più di 40 mila micro-impresе di avere accesso a Internet per potersi collegare con il mondo.

Attraverso la Fondazione Vodafone Italia quest'anno abbiamo investito 7,8 milioni di euro per la realizzazione di circa 30 progetti sociali insieme alle Associazioni del terzo settore, per un totale di più di 300 progetti in 10 anni.

Recentemente abbiamo scelto di fare un ulteriore passo avanti: continuiamo a lavorare sul disagio sociale ma cerchiamo di utilizzare al massimo anche la nostra tecnologia e le nostre competenze per creare valore sociale. Progetti come Vodafone Angel, che mette la nostra tecnologia al servizio delle donne vittime dello stalking, oppure Smart Tutor, che consente anche ai più giovani di utilizzare gli smartphone in modo responsabile, o ancora quelli di *mobile health*, rappresentano in modo significativo la direzione che abbiamo scelto di seguire.

Perché la sostenibilità è il nostro futuro.

Testimonianza del Presidente

Pietro Guindani
Presidente Vodafone Italia



L'economia e la società italiana vivono una fase critica dove più evidenti appaiono le differenze sociali tra i cittadini in grado di preservare le proprie condizioni di benessere economico e sociale e coloro i quali subiscono invece un peggioramento.

In questo periodo la coesione sociale è un bene sempre più prezioso, da tutelare e sostenere per poter mitigare gli effetti sugli individui del calo generalizzato dei redditi. Mentre questo compito è chiaramente prerogativa delle autorità di governo del Paese a livello centrale e locale, le imprese possono essere motore di proposte e di collaborazioni, con le comunità e con il territorio, per testimoniare concretamente la cultura della responsabilità sociale dell'impresa e della sostenibilità.

È con questo spirito che Vodafone Italia ha proseguito, anche quest'anno, ad operare per rispondere alle esigenze concrete delle persone: dagli interventi finalizzati allo sviluppo e alla promozione incessante delle pari opportunità, all'uso delle tecnologie per facilitare la cura dell'ambiente e della salute, fino agli interventi diretti da parte della Fondazione Vodafone Italia a sostegno del disagio sociale e dei giovani in situazioni di difficoltà.

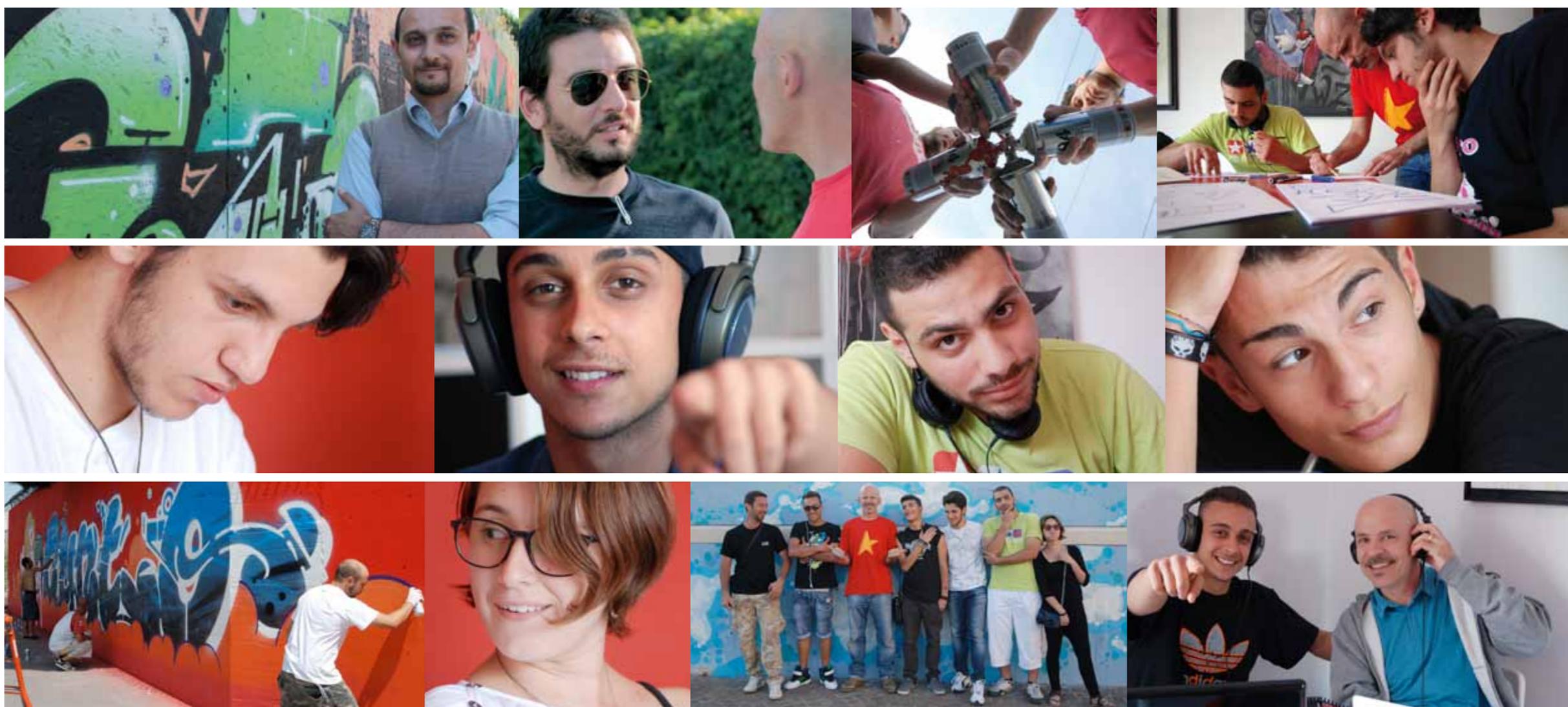
Queste attività si sono articolate in mille iniziative, alcune più importanti, altre di minore portata; in tutti i casi abbiamo messo lo stesso impegno perché crediamo che impresa e società siano parte di un sistema di relazioni che nella collaborazione e nell'assunzione reciproca di responsabilità trova la forza per affrontare e superare con successo le sfide di questi tempi.

Bilancio di Sostenibilità 2011-2012: un progetto di produzione partecipata

Arteteca

Quest'anno il Bilancio di Sostenibilità di Vodafone Italia e il Bilancio di Missione della Fondazione Vodafone Italia sono stati realizzati attraverso un progetto di produzione partecipata, sviluppato in favore e con il supporto dell'Associazione Culturale Arteteca e dell'Associazione Nazionale per la tutela della Fanciullezza e dell'Adolescenza Onlus.

Il progetto creativo e di formazione professionale ha coinvolto 16 giovani beneficiari e si è articolato nella realizzazione di laboratori e di opere di creatività urbana a cura dei ragazzi del progetto "CUNTO" di Arteteca e nella realizzazione di fotografie, video e video interviste a cura dei ragazzi del progetto "Imagine" dell'Associazione Nazionale per la tutela della Fanciullezza e dell'Adolescenza Onlus.



Chi siete?

“Arteteca è un network culturale nazionale che opera con il compito di canalizzare e valorizzare competenze e attitudini personali. Tra le unità operative “Evoluzioni” si focalizza sulla creatività urbana; da qui la nascita del progetto CUNTO (Creatività Urbana Napoli Territorio Orientale) sostenuto dalla Fondazione Vodafone Italia.”

Quali sono i valori che questo progetto vi ha trasmesso?

“Un confronto più sincero sui temi importanti della solidarietà, l’attenzione verso i bisogni dei minori disagiati, la consapevolezza del grande rischio di emarginazione, la forte volontà di una vita serena nell’integrazione e nella partecipazione, ma anche l’allegria di una pizza tra amici, il soccorso reciproco nel lavoro di squadra, la semplicità dell’odore dei pastelli. Tutto ciò non dovrebbe mancarci mai. Ogni giorno.”

Questa esperienza è stata all’altezza delle vostre aspettative?

“Ci siamo sentiti da subito onorati e fieri di partecipare a questo importante progetto, durante il quale abbiamo avuto la fortuna di incrociare il nostro cammino con quello dei ragazzi di Fanciullezza che lavorano, come noi, su temi sociali ma con strumenti e in contesti differenti.

Abbiamo conosciuto i responsabili di Industree con i quali abbiamo condiviso soluzioni che hanno entusiasmato noi, la Fondazione e l’azienda Vodafone; abbiamo instaurato un bel rapporto e fatto un’esperienza che riteniamo per noi di enorme crescita, felicissimi della fiducia rinnovata. Insomma di più non potevamo aspettarci!”

C’è un aneddoto o un ricordo di questo lavoro che ci volete raccontare?

“Quando abbiamo raccontato ai ragazzi come si sarebbe svolto il progetto e quali sviluppi avrebbe poi preso, anche a loro vantaggio, un ragazzo di 16 anni, timidamente ci ha riferito che avrebbe voluto convertire la borsa di studio a suo favore in un sostegno ai laboratori di CUNTO, per far procedere il programma nel tempo. Siamo rimasti senza parole e sinceramente commossi. Abbiamo deciso insieme che, quando sarà diventato ancora più bravo grazie alla borsa di studio, ci verrà a trovare alla sede di CUNTO. Noi ci saremo ancora e il quartiere avrà ancora bisogno del suo talento.”

Infine qual è il vostro giudizio sul progetto?

“Un’esperienza straordinaria, durante la quale giorno dopo giorno si è composto un mosaico umano di energia inaspettata. I ragazzi ci hanno rivelato e fatto scoprire i valori forse più profondi degli argomenti sui quali noi stessi li avevamo invitati a riflettere. Un progetto dai risvolti sorprendenti, in grado di unire donne e uomini di ogni età e provenienza in una sequenza collaborativa di grande forza e armonia.”

Bilancio di Sostenibilità 2011-2012: un progetto di produzione partecipata

Fanciullezza



Chi siete?

“Associazione Nazionale per la tutela della Fanciullezza e dell’Adolescenza Onlus, un’Associazione non profit che da oltre un secolo si occupa di minori, giovani e relativi nuclei familiari, fornendo loro servizi in collaborazione con gli altri soggetti del Terzo settore, istituzionali e non. Agiamo in un’ottica di promozione del benessere, partendo dal presupposto che le persone che incrociamo costituiscono la cittadinanza di domani.”

Quali sono i valori che questo progetto vi ha trasmesso?

“Le dimensioni del sogno e della motivazione. È fondamentale trasmettere alle nuove generazioni quanto sia possibile pensare e pensarsi “in grande”; quanto sia importante e possibile fare cose “belle” e quanto queste aumentino l’auto-stima. Partecipare alla produzione dei Bilanci Vodafone e Fondazione Vodafone esprime una sinergia tra profit e non profit, secondo un’idea di responsabilità di Impresa sociale.”

Questa esperienza è stata all’altezza delle vostre aspettative?

“Gli esiti sono andati ben oltre le aspettative iniziali, che erano comunque molto alte. In un ambito in cui è spesso difficile avere indicatori certi, il progetto ha avuto un impatto e una concretezza tali da poter quantificare in diretta le continue ricadute positive. Inoltre, una parte dei ragazzi – già precedentemente coinvolta nel progetto “Imagine” sostenuto dalla Fondazione Vodafone – ha potuto confrontarsi con altri interlocutori adulti del mondo del profit e cimentarsi in un lavoro che richiedeva un alto livello di impegno e di creatività.”

C’è un aneddoto o un ricordo di questo lavoro che ci volete raccontare?

“Me ne vengono in mente tre:

- > il ruolo avuto da due ragazzi – Magda e Adil – che a tutti gli effetti già operano nel settore della multimedialità e della comunicazione, grazie anche al percorso fatto precedentemente con il progetto “Imagine”. Per loro non ci sono più parole, ma nelle ultime settimane sono stati ancora una volta capaci di stupire me e tutti coloro che hanno incontrato;
- > la motivazione e la serietà di un ragazzo di 16 anni – Pavel – durante il suo primo giorno al Vodafone Village. Aveva negli occhi una determinazione tale per cui sarebbe stato pronto rispetto a qualsiasi richiesta;
- > la volontà quasi “feroce” dei ragazzi e dei tecnici di esserci, a qualsiasi costo. Tutti avevano il motore di una motivazione che abbatte qualsiasi ostacolo.”

Infine qual è il vostro giudizio sul progetto?

“È stato un passaggio importante, quasi un primo esito rispetto al progetto “Imagine”. Ha sancito l’importanza di un percorso che, partendo da un coinvolgimento diffuso su laboratori fruibili da tutti, è sfociato in un lavoro, un mandato, che richiedeva un livello alto di professionalità. Un percorso e un format che ha avuto un tale impatto positivo – non solo rispetto ai beneficiari diretti, ma anche a livello di destinatari indiretti – che tornare indietro sarebbe delittuoso. Si è aperta una strada, bisogna andare avanti.”

A person's hands are holding a white smartphone in the center of the frame. The background is a blue wall with a mural. The mural features silhouettes of Italian landmarks: the Leaning Tower of Pisa, the Colosseum, a mountain, and a classical building. Below these, there are several stylized mobile phones connected by red lines, representing a network. The text 'Il contributo di Vodafone Italia al Paese' is overlaid on the left side of the image in white.

Il contributo di Vodafone Italia al Paese

9,2 mld €

Contributo economico
diretto e indiretto
al Paese

38 mila

Posti di
lavoro creati

4 mld €

Contributo netto
al PIL del Paese

1. Il contributo di Vodafone Italia al Paese

1.1 Impatti diretti, indiretti e indotti sul Sistema Paese

Lo studio sul contributo di Vodafone Italia al Paese nasce dalla volontà di esprimere gli impatti che l'azienda ha nei confronti di stakeholder come famiglie, imprese, enti pubblici e ambiente, con i quali può avere una relazione diretta (contributi diretti) o indiretta (contributi indiretti)¹. Inoltre, lo studio intende valutare l'entità dell'effetto che il business dell'azienda ha nei confronti del sistema economico e sociale generale (contributo indotto).

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.

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 rappresentano un importante motore di sviluppo socio-economico.

¹ Si precisa che i dati relativi ai contributi diretti e indiretti presentati nel presente capitolo fanno riferimento esclusivamente al reddito lordo generato da Famiglie, Imprese e Pubblica Amministrazione grazie alle principali attività e iniziative di Vodafone Italia.

Tutti i dati rappresentati nel seguente documento sono calcolati o stimati al 31 marzo 2012.

1.2 Il contributo economico diretto, indiretto e indotto

Contributo economico diretto e indiretto di Vodafone Italia

9,2 mld €

alle
Famiglie

835
milioni €

Salari e stipendi netti da occupazione diretta e indiretta

TFR liquidato e anticipato ai dipendenti

Rimborso spese mediche per contributi di Vodafone

Contributi assistenziali e per la previdenza complementare

Affitto dei siti di famiglie e condomini

Investimento della Fondazione Vodafone Italia

alle
Imprese

4,6
miliardi €

Investimenti in immobilizzazioni in Italia

Acquisti da fornitori locali

Interessi e oneri finanziari

Affitto dei siti di aziende

alla
Pubblica Amm.ne

3,8
miliardi €

Investimento in frequenze 4G

Ammortamento annuo delle frequenze GSM e UMTS

Trasferimenti all'Erario di Vodafone Italia e dei maggiori fornitori italiani

Contributi di settore

Contributi previdenziali

Affitto dei siti della P.A.

Il contributo economico diretto

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.

Impatto diretto **8,5 mld €**

alle Famiglie

317

milioni €

- 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

alle Imprese

4,6

miliardi €

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

alla Pubblica Amm.ne

3,6

miliardi €

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

3.500

Imprese "attive" con sede in Italia che lavorano per Vodafone Italia

1,3 mld €

Vodafone Italia ha partecipato all'asta per l'acquisto delle frequenze mobili 4G con un investimento di circa 1,3 miliardi di euro

Nel 2011-2012 le attività di Vodafone Italia hanno generato importanti impatti economici diretti sulla formazione del reddito pubblico, che ha beneficiato, in particolare, dell'investimento dell'azienda per l'acquisizione delle frequenze mobili di quarta generazione (4G), di circa 1,3 miliardi di euro.

Il resto del contributo alla Pubblica Amministrazione è costituito dai trasferimenti all'Erario in forma di imposte e tasse (oltre 2 miliardi di euro), dai corrispettivi pagati per l'affitto dei siti, dai contributi agli enti previdenziali, al Ministero delle Telecomunicazioni e all'Autorità Garante e, ancora, dagli ammortamenti annui relativi alle frequenze UMTS e GSM.

Un altro ingente contributo diretto all'economia italiana è costituito dal reddito generato dai rapporti di scambio con aziende italiane o *subsidiary* locali di multinazionali, che rappresentano l'84% della domanda totale di beni e servizi di Vodafone Italia. Queste imprese hanno ricevuto nel 2011-2012 circa 4,6 miliardi di euro.

Alle famiglie italiane sono stati corrisposti direttamente circa 317 milioni di euro. La maggior parte di questo beneficio è legato alle risorse che sono state destinate da Vodafone Italia ai propri dipendenti in forma di salari e stipendi netti (oltre 223 milioni di euro), quote di TFR liquidato o anticipato (8,5 milioni di euro), rimborso delle spese mediche per la quota parte dei contributi versati dall'azienda (circa 3 milioni di euro) e contributi assistenziali e per la previdenza complementare (6,8 milioni di euro). Inoltre, le attività di Vodafone Italia contribuiscono alla ricchezza di altre famiglie attraverso il pagamento dei canoni per l'affitto dei siti (circa 68 milioni di euro). A questi impatti, si aggiunge quello della Fondazione Vodafone Italia, che ha investito nel 2011-2012 circa 7,8 milioni di euro in attività a scopo sociale.

L'impatto economico delle attività della Fondazione

Fondazione Vodafone Italia nasce nel 2002 per volontà di Vodafone Italia di creare una struttura autonoma che operasse in campo sociale, ambientale e culturale per contrastare le emergenze sociali attuali e migliorare la qualità della vita delle persone più deboli e in generale di tutta la collettività. Nel corso dell'anno, sono stati investiti circa 7,8 milioni di euro in progetti sociali finalizzati alla cura di giovani e bambini, alla tutela delle donne e degli anziani o al sostegno del terzo settore.

Il contributo economico indiretto

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 Italia, 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 700 milioni di euro; tale dato comprende le seguenti macrocategorie di benefici²:

- la creazione di ricchezza per le Famiglie, attraverso salari e stipendi pagati dai fornitori locali ai dipendenti che sono stati occupati in attività svolte per Vodafone Italia (circa 530 milioni di euro);
- la creazione di ricchezza per la Pubblica Amministrazione, alla quale i dipendenti Vodafone Italia hanno versato i contributi previdenziali a loro carico e le imposte sul loro reddito e a cui i principali fornitori hanno versato le imposte e tasse dovute per attività svolte per l'azienda (circa 170 milioni di euro).

Impatto indiretto* **700 mln €**

alle Famiglie

515
milioni €

Salari e stipendi netti ai dipendenti dei fornitori locali per attività svolte per Vodafone Italia

alla Pubblica Amministrazione

185
milioni €

- Imposte sul reddito dei dipendenti
- Contributi previdenziali versati dai dipendenti di Vodafone Italia
- Imposte sul reddito dei fornitori locali per attività svolte per Vodafone Italia

² Si precisa che l'impatto indiretto qui stimato si riferisce solo agli effetti generati "a monte" e sono presi in considerazione esclusivamente i principali fornitori locali di Vodafone Italia. Inoltre, per il calcolo della contribuzione fiscale indiretta, nelle imposte e tasse sono incluse esclusivamente le imposte sul reddito.

* È stato preso in considerazione solo l'impatto generato sui principali fornitori locali (vedi nota 2).

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 telecomunicazioni³.

Il contributo complessivo netto alla crescita economica italiana da parte di Vodafone Italia nel 2011-2012 può, dunque, essere stimato in oltre 4 miliardi di euro, di cui di cui oltre 3 miliardi rappresentano il valore aggiunto creato direttamente e circa 400 milioni in termini di ricchezza creata sull'indotto.

oltre

4

mld €

Il contributo netto stimato di Vodafone Italia alla creazione del PIL in Italia

La riduzione del digital divide geografico e il progetto 1.000 Comuni

Vodafone Italia è consapevole che la diffusione della banda larga è un fattore chiave per il futuro del Paese e incide sullo sviluppo della società e delle imprese, permettendo l'accesso a servizi Internet evoluti come e-commerce, Social Network, PA digitale.

Infatti, l'utilizzo della banda larga ha un impatto rilevante sul benessere economico delle zone in cui viene diffusa poiché dà la possibilità alle imprese (soprattutto quelle di dimensioni medio-piccole) di cogliere le opportunità di business legate all'accesso ad Internet.

La correlazione tra il tasso di crescita di un territorio ed il tasso di penetrazione della banda larga è stata recentemente dimostrata anche da diversi studi economici. L'Italia ha un tasso di penetrazione molto inferiore alla media europea relativamente alle famiglie con almeno un componente tra i 16 e i 64 anni che accede alla banda larga dalla propria abitazione.

Secondo le stime del Ministero per lo Sviluppo Economico, a fine 2011 il 5,6% della popolazione italiana, pari a circa 3,4 milioni di abitanti, era in digital divide, con una riduzione di 2,2 punti percentuali rispetto al 2010.

Vodafone Italia sta significativamente contribuendo alla riduzione del digital divide con investimenti mirati a estendere la copertura radio a banda larga e offrire una velocità di almeno 2Mbps, che permette accesso a servizi Internet evoluti come e-commerce, Social Network, PA digitale.

La tecnologia radio (UMTS, HSPA+, 4G) è la più adeguata per eliminare il digital divide, permettendo di coprire efficientemente e rapidamente il territorio, e può essere potenziata nel tempo.

³ (Cebr), Centre for Economics and Business Research. The changing economic impact of the telecommunication sector in the EU, 2008.

Questo implica avere accesso immediato ad Internet sia da casa o ufficio sia in mobilità ed è totalmente compatibile con i più moderni e più diffusi dispositivi di comunicazione. Cogliendo le esigenze dei territori in cui opera e attraverso la collaborazione con le Amministrazioni locali, Vodafone Italia ha lanciato nel gennaio 2011 il progetto denominato 1.000 Comuni.

È importante ricordare che i risultati raggiunti finora sono stati ottenuti anche grazie alla possibilità che è stata data a Amministrazioni locali e singoli cittadini di segnalare i Comuni in digital divide. Le segnalazioni ricevute in un anno sono state più di 2.600.

465 Comuni

Al 31 marzo 2012, Vodafone Italia ha portato la banda larga *mobile* in 465 Comuni, permettendo a più di 520 mila cittadini e a più di 43 mila imprese di accedere ai servizi di comunicazione elettronica e PA digitale

L'impatto economico potenziale del progetto 1.000 Comuni

Secondo un'indagine condotta dalla Banca Mondiale, nei Paesi più sviluppati 10 nuove connessioni di banda larga ogni 100 abitanti hanno un impatto potenziale sul prodotto interno lordo dell'1,21%⁴. Applicando i risultati di tale studio al progetto 1.000 Comuni, è possibile stimare l'effetto che le tecnologie mobili broadband di Vodafone Italia possono aver avuto sul PIL dei 465 Comuni coinvolti. Dal lancio del progetto, avvenuto nel gennaio 2011, in questi Comuni, la penetrazione della banda larga Vodafone è stata del 2,64% (a marzo 2012): tale aumento ha potenzialmente contribuito a creare una crescita incrementale del PIL dei Comuni pari a circa 41 milioni di euro.

41 mln €

La stima della crescita potenziale del Prodotto Interno Lordo nei 465 Comuni coperti a marzo 2012, stimolata dalla diffusione della banda larga con il progetto 1.000 Comuni

⁴World Bank, Economic Impacts of Broadband, in Information and Communications for Development 2009: Extending Reach and Increasing Impact. 2009.

1.3 Il contributo sociale

Impatti sociali diretti e indiretti di Vodafone Italia



Il numero di occupati diretti e indiretti è rappresentato in headcount.

La creazione di occupazione diretta e indiretta

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 38 mila persone, corrispondenti a 27 mila Full Time Equivalent (FTE).

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 7.648 persone assunte con contratto di lavoro subordinato, corrispondenti a 7.075 Full Time Equivalent (FTE). Tutti i dati relativi ai dipendenti sono riportati nel capitolo People.

Per valutare in modo globale l'impatto sociale 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 può essere quindi stimata in quella parte di forza lavoro della catena di fornitura che svolge attività per il business di Vodafone Italia: i Full Time Equivalent impiegati indirettamente dall'azienda sono stimati in circa 20 mila unità.

Gli impatti sullo sviluppo sociale del Paese

Vodafone Italia contribuisce anche a migliorare il benessere sociale del Paese attraverso la fornitura di servizi e tecnologie in grado di ridurre le differenze geografiche e sociali nell'accesso ai servizi telematici (digital divide culturale e geografico), facilitare l'accesso del cittadino alla sanità e ai servizi pubblici, accrescere l'accessibilità alle informazioni e rendere i dati personali più sicuri e riservati.

Gli investimenti e le iniziative di Vodafone Italia a tutela della privacy, i progetti per la riduzione del divario digitale geografico e culturale, le partnership con enti ed organizzazioni operanti nel settore dei servizi sanitari e l'offerta alle forze dell'ordine dei propri servizi per attività di pubblico soccorso contribuiscono in maniera significativa al miglioramento del livello qualitativo della vita dei cittadini. Tutti gli aspetti riguardanti lo sviluppo sociale sono trattati in modo approfondito nel capitolo Market.

1.4 Il contributo ambientale



Gli impatti diretti: le iniziative di Vodafone Italia per la riduzione degli impatti ambientali

Numerose sono le iniziative avviate da Vodafone Italia finalizzate al risparmio energetico e alla riduzione delle emissioni in atmosfera. Tra queste, rivestono particolare importanza la realizzazione del Vodafone Village, le iniziative di ammodernamento della rete e le politiche per la mobilità sostenibile.

Gli interventi sulla rete

Quest'anno sono stati intensificati gli interventi per il miglioramento delle performance ambientali della rete. Tra gli altri, la diffusione della tecnologia Single RAN, che consente di allocare all'interno di un singolo telaio standard le diverse tecnologie di trasmissione, e il funzionamento del sistema TRX Shut Down per la gestione "intelligente" dell'utilizzo di energia hanno consentito a Vodafone Italia di conseguire notevoli risparmi di consumi energetici e di CO₂.

La mobilità sostenibile

Alla riduzione delle emissioni ha contribuito 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 possibile, ha consentito di ottenere significativi benefici ambientali. Per un approfondimento sulla gestione della mobilità si rimanda al capitolo Planet, sezione "Efficienza energetica e carbon footprint".

⁵ L'equivalenza è calcolata in base al kg di assorbimento medio di un albero nel suo ciclo di vita (700 kg CO₂/albero, fonte: Azzero CO₂).

Il Vodafone Village

Il Vodafone Village è un complesso di uffici all'avanguardia dal punto di vista tecnologico e ambientale che risponde alle esigenze di razionalizzazione degli spazi utilizzati e dei servizi necessari al mantenimento degli stessi. La nuova struttura è costituita da tre palazzi e da due corpi polifunzionali, uno dei quali accoglie al suo interno l'asilo aziendale.

Vodafone è da sempre attenta a valutare l'impatto delle proprie attività ed è impegnata a sostenere cultura e comportamenti sostenibili, in linea con i valori del Gruppo. Pertanto, la progettazione del Vodafone Village è basata sull'adozione di soluzioni tecnologicamente avanzate per contenere i consumi e aumentare l'efficienza di un complesso di grandi dimensioni.

67 mila mq di superficie
3 mila dipendenti ospitati
27 mila mq di superfici vetrate
800 mq di giardino fotovoltaico
14% risparmio di emissioni di CO₂*

* Risparmio potenziale stimato comparando le prestazioni del Vodafone Village a un edificio tradizionale.



Schermi solari regolabili e cemento fotocatalitico



È stato installato sull'involucro esterno un sistema automatico di regolazione degli schermi solari che, in funzione della posizione del sole, delle ombre e delle temperature, controlla la posizione ottimale degli schermi solari di ogni singola porzione di edificio. L'inserimento degli schermi solari consentirà di contenere del 18% circa i consumi di energia termica e di energia frigorifera. La facciata degli edifici è stata realizzata con uno speciale cemento fotocatalitico che permette l'abbattimento degli inquinanti organici e inorganici presenti nell'aria.

Building Management System



Gli edifici sono dotati di Building Management System che regola gli impianti di illuminazione e di climatizzazione in funzione dell'apporto di luce solare esterna e della presenza delle persone negli ambienti.

Impianto di trigenerazione



L'intero complesso del Vodafone Village è alimentato da un sistema di trigenerazione con il quale è possibile produrre in sito energia elettrica, termica e frigorifera. Questo sistema è costituito da un motore per la produzione dell'energia elettrica (che utilizza come combustibile il gas naturale) e da un sistema per il recupero del calore generato durante la fase di produzione, permettendo un notevole risparmio di combustibili fossili. Il motore è dotato anche di un impianto per l'abbattimento degli NOx presenti nei fumi di scarico.

Giardino fotovoltaico



All'ultimo piano di uno degli edifici è presente un'area di 800 m² ombreggiata da una pannellatura fotovoltaica della potenza di circa 82 kWp, la cui energia è utilizzata per alimentare i servizi ausiliari dell'edificio, capace di produrre 87 mila kWh di energia elettrica.

Recupero dell'acqua piovana



La sostenibilità ambientale non significa solo un'accurata gestione dei consumi e delle risorse energetiche, ma anche una più ampia tutela di tutte le risorse naturali, come l'acqua. Il Vodafone Village è dotato anche di cisterne di accumulo che consentono di recuperare l'acqua piovana per poi utilizzarla per i servizi igienici e per l'irrigazione. In più le essenze arboree scelte sono tali da consentire il minimo consumo d'acqua.

Gli impatti indiretti: le *mobile technology* di Vodafone e la riduzione di emissioni nel Paese

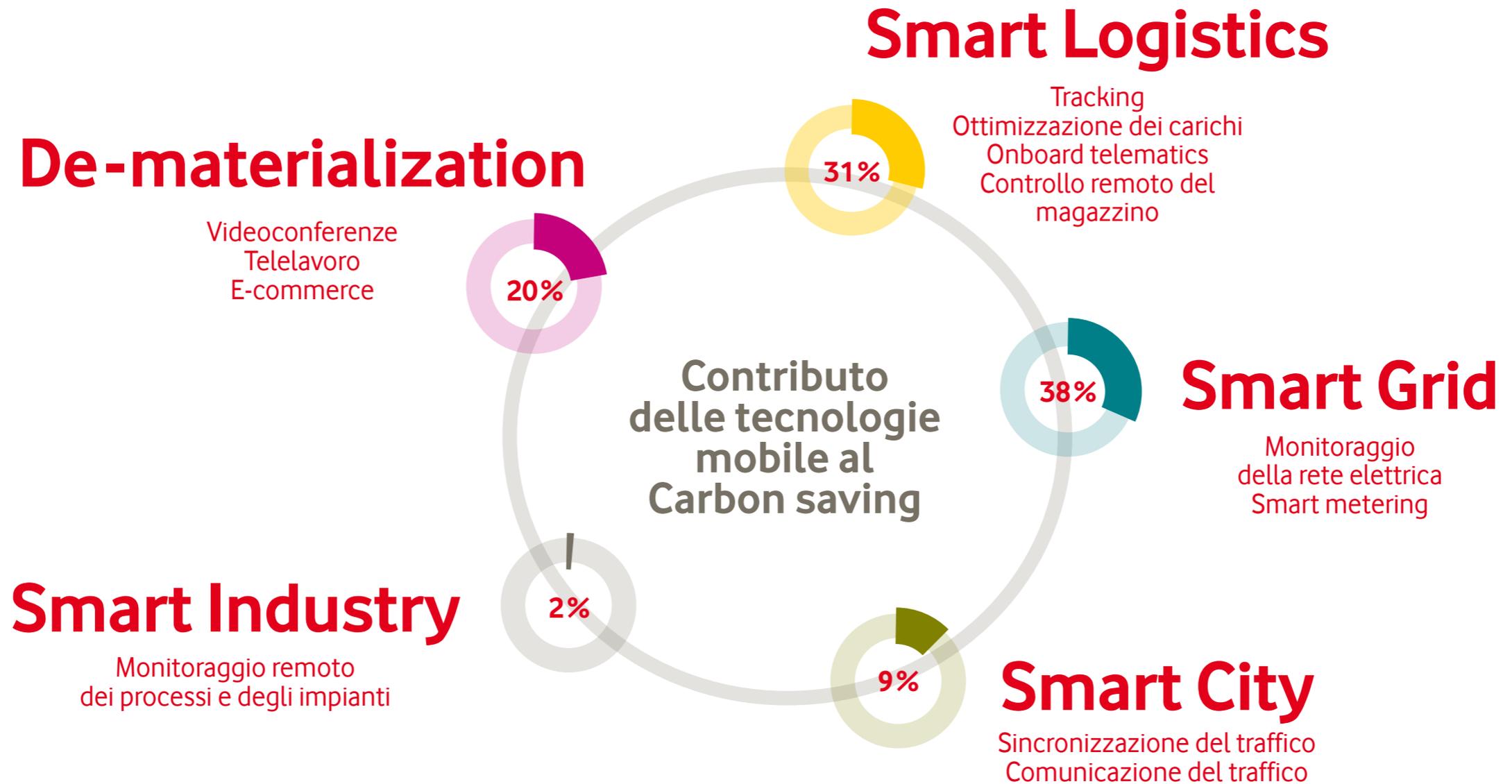
Le tecnologie di comunicazione *mobile* costituiscono uno degli strumenti più efficaci nella mitigazione dei cambiamenti climatici, in quanto danno la possibilità di razionalizzare e rendere efficiente lo svolgimento di determinate attività. In tal senso, la possibilità di comunicare a distanza evitando gli spostamenti delle persone è solo un esempio di come le tecnologie ICT possano aiutare un'economia a fronteggiare le sfide imposte dalla lotta al climate change. Importanti studi (come quello del GeSI "SMART 2020") dimostrano, infatti, che lo sviluppo e la diffusione delle tecnologie *mobile* avranno un ruolo fondamentale nel raggiungimento degli obiettivi fissati a livello europeo per la riduzione del 20% delle emissioni di gas serra entro il 2020, potendo portare complessivamente ad una riduzione del 15% dei GHG (Green House Gases) previsti per tale data pari a circa 7,8 miliardi di tonnellate di CO₂ equivalente, sfruttando un potenziale di abbattimento delle emissioni globali cinque volte superiore al proprio carbon footprint, ossia alle emissioni causate per il funzionamento e la produzione degli apparati⁶.

36 mila t CO₂ Tonnellate di CO₂ evitabili grazie alle tecnologie *mobile* Vodafone Italia

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 attivate⁷. 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 36 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.

⁶ GeSI. SMART 2020: Enabling the low carbon economy in the information age, 2008.

⁷ Vodafone Group Plc. Carbon Connections: quantifying mobile's role in tackling climate change. 2009.



Le tecnologie Machine-to-Machine di Vodafone Italia

Con specifico riferimento alle tecnologie "Machine-to-Machine" (M2M), l'offerta Vodafone di tecnologie che consentono di connettere dispositivi da remoto si è fortemente evoluta grazie al lancio dell'innovativo servizio "Global M2M", dedicato al segmento Grandi Aziende. La soluzione di Vodafone si distingue sul mercato per l'utilizzo di SIM globali (che consentono sviluppi su scala internazionale), la presenza di un'infrastruttura di rete centralizzata a livello globale e un team di circa 150 specialisti distribuiti in oltre 15 Paesi, focalizzati esclusivamente sul mercato M2M. Vodafone ha più di 20 anni di esperienza in quest'ambito ed è in grado di riunire e gestire tutti gli elementi dell'offerta, sia globale che nazionale, con servizi che vanno dalla consulenza al supporto finale agli utenti. Vodafone Italia, infatti, può contare sulla rete di telecomunicazioni mobili del Gruppo Vodafone (la più grande al mondo) e, a differenza di altre reti virtuali nello spazio M2M, ha il controllo diretto sulla struttura di rete e sulle sue funzionalità. L'intero processo di progettazione e gestione della rete è realizzato esclusivamente con risorse proprie e dedicate; ciò minimizza anche i tempi d'intervento in caso di malfunzionamenti, grazie ad un controllo centralizzato di tutte le infrastrutture di rete.

De-materializzazione

La de-materializzazione consiste nella sostituzione di attività o viaggi svolti fisicamente in alternative virtuali, quali e-commerce (online shopping) e telepresenza. I servizi offerti da Vodafone Italia per la telepresenza, la gestione e raccolta degli ordini e le applicazioni in messaggistica danno la possibilità di connettersi a distanza ad esempio per partecipare a meeting, svolgere il proprio lavoro da casa senza recarsi in ufficio o comunicare con i propri partner commerciali. L'effetto immediato di questi servizi è la diminuzione degli spostamenti che si traduce in minore utilizzo di mezzi inquinanti, riduzione dei consumi di energia e, dunque, di gas serra.

Smart logistics

Le applicazioni wireless consentono di accrescere l'efficienza della logistica poiché sono in grado di fornire in tempo reale informazioni sui trasporti effettuati, sull'utilizzo dei veicoli e sui carichi spostati. Le tecnologie utilizzate in questo campo, come la radiolocalizzazione, consentono di ottimizzare l'utilizzo delle flotte, ridurre i viaggi "a vuoto" ed evitare strade molto trafficate. Vodafone, in collaborazione con primarie aziende nel settore della radiolocalizzazione, ha sviluppato una serie di soluzioni adatte alle esigenze di ottimizzazione della produttività dei mezzi di trasporto pubblico e privato (di merci e passeggeri): esse si rivolgono tanto al mercato della Pubblica Amministrazione quanto alle aziende di trasporto private in conto proprio o conto terzi, sia per le piccole flotte che per quelle delle grandi organizzazioni con esigenze complesse e personalizzate.

Trasporti pubblici

Con l'obiettivo di facilitare la gestione della circolazione degli autobus, i progetti di Vodafone Italia per il trasporto pubblico prevedono l'installazione di un dispositivo "track-trace" su ogni mezzo, che trasferisce all'ufficio centrale di controllo informazioni sulla velocità media e la posizione.

Dalla centrale vengono trasmesse, in simultanea, le informazioni sui tempi di arrivo/ritardo ai monitor delle fermate.

Waste management

Gli operatori delle utility che si occupano di gestione dei rifiuti urbani possono, attraverso un'applicazione, ottimizzare il percorso usando il GPS e segnalare situazioni critiche facendo foto e mandandole all'ufficio centrale. Gli uffici centrali raccolgono le informazioni e prendono decisioni sulla base della situazione riscontrata, ripensando l'organizzazione degli spostamenti secondo logiche di maggior efficienza.

Smart city

L'organizzazione di città secondo un'impostazione "smart" implica l'installazione di sistemi di telecontrollo che siano in grado di gestire le informazioni sul traffico cittadino e comunicarle in tempo reale. In questo caso, le tecnologie wireless possono connettere i sensori di traffico (come le telecamere) con i semafori e i tabelloni informativi sulle strade; i dispositivi di controllo installati tra le intersezioni più frequentate nelle città permettono in questo modo di gestire i semafori e le informazioni in base ai dati raccolti dai sensori.

Monitoraggio ZTL

Grazie alla tecnologia Internet di Vodafone Italia, le telecamere installate agli ingressi o ai varchi di alcune aree (come le zone a traffico limitato) sono in grado di rilevare i dati sul traffico cittadino e comunicarli "on-line" a centrali di controllo. In particolare, nelle ZTL le telecamere sono in grado di leggere le targhe dei veicoli che accedono e consentono ad un centralino di verificare che siano autorizzate all'accesso e, in caso negativo, inviare la sanzione al proprietario dell'automobile.

Smart industry

Le connessioni *mobile* di Vodafone danno la possibilità alle aziende di migliorare l'efficienza dei propri processi e, dunque, conseguire risparmi energetici significativi con benefici sull'ambiente. In tale ambito, le tecnologie ICT possono essere impiegate per migliorare l'efficienza dei processi produttivi stabilendo comunicazioni automatiche tra le varie fasi del processo o per monitorare l'esigenza di attività di manutenzione dei macchinari connettendo i loro computer interni con apparati installati presso gli addetti alla manutenzione che ricevono le informazioni in modo continuo.

Smart grid

Vodafone Italia mette a disposizione dei propri clienti connessioni ad alta velocità per il funzionamento di tecnologie wireless che possono essere utilizzate per un funzionamento più efficiente delle reti di distribuzione di energia elettrica. Le applicazioni wireless, infatti, consentono di controllare in tempo reale le richieste di consumo e coordinare con flessibilità la produzione e la domanda di energia elettrica. Il monitoraggio continuo consente ai fornitori di ridurre le perdite sulla rete, programmare il consumo in diverse fasce orarie in base alla domanda e al costo e razionalizzare l'utilizzo di energia proveniente da fonti rinnovabili, contribuendo in modo importante alla riduzione delle emissioni di CO₂.

"Internet of things"

L'attività di ricerca e sviluppo di Vodafone Italia si è concentrata anche sulle opportunità fornite dallo sviluppo della rete 4G e legate al cosiddetto "Internet delle cose". Con particolare riferimento alle smart grid, sono stati valutati, insieme ad alcuni atenei, tecniche e standard in sviluppo per l'interrogazione dei contatori domestici e la raccolta delle letture dei consumi di energia e gas.

Vodafone Italia: profilo



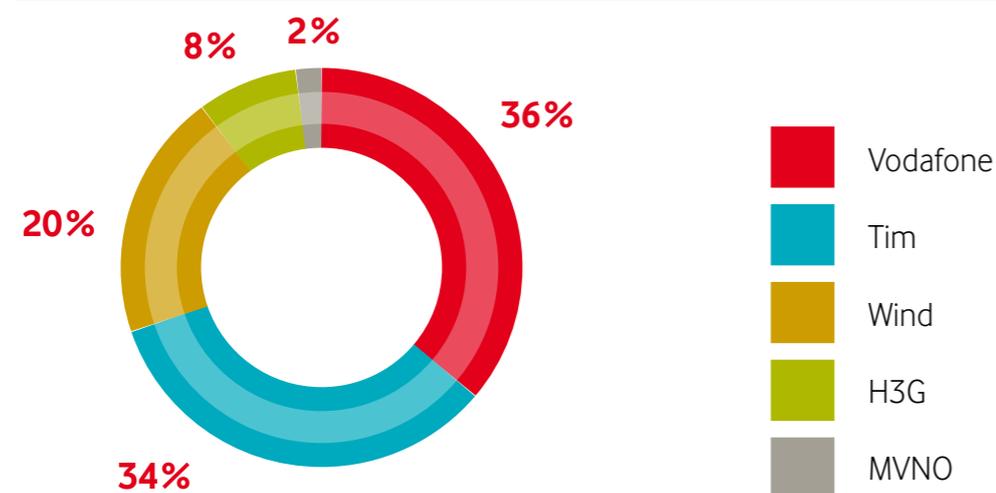
2. Vodafone Italia: profilo

2.1 Chi siamo e dove operiamo

Vodafone Italia è un'azienda dinamica in cui si integrano il forte radicamento alla realtà italiana e la visione internazionale caratteristica del Gruppo Vodafone, una delle principali società di comunicazioni mobili al mondo, con una presenza diretta in 30 Paesi e con accordi di network partnership in altri 40.



Quota di mercato *mobile* - 2012



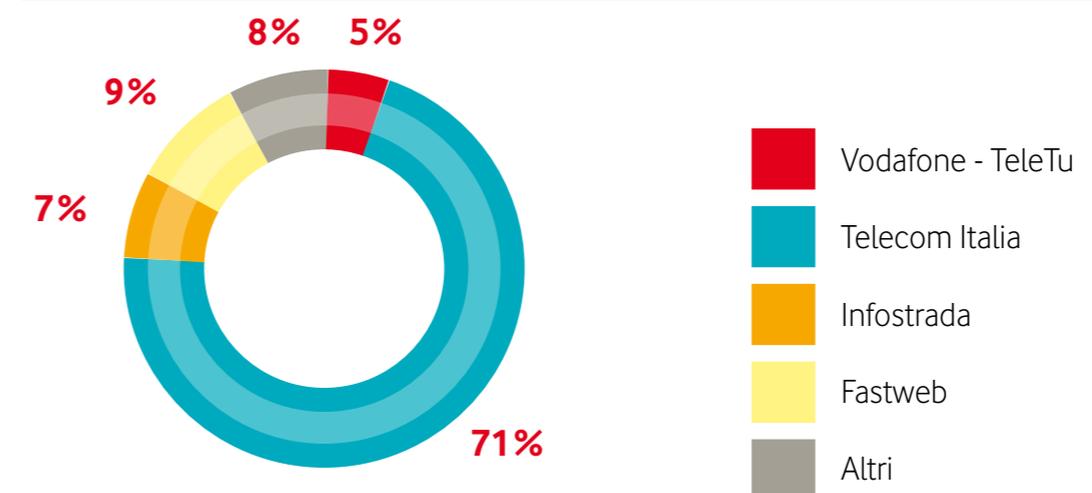
In Italia, Vodafone è presente su tutto il territorio nazionale con sedi che ospitano oltre 7.600 dipendenti.

La rete commerciale di circa 7 mila punti vendita e gli 8 Competence Center gestiti direttamente da Vodafone Italia (Ivrea, Milano, Padova, Bologna, Pisa, Roma, Napoli e Catania) rappresentano un importante strumento per soddisfare e assistere la clientela.

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.

Inoltre, nel 2004 Vodafone Italia ha aperto la rete UMTS e nel 2006 è stata lanciata la banda larga *mobile* (HSDPA) che ha raggiunto una copertura superiore al 92% della popolazione.

Quota di mercato *fisso* - 2012



Fonte: Company Data and Deutsche Bank overview of the Italian Telecoms market (May 2012). Le quote di mercato si riferiscono alle revenues.

L'organizzazione

Nell'ultimo anno, Vodafone Italia ha consolidato la propria struttura organizzativa con l'obiettivo di:

- > continuare 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 di meccanismi di Gruppo e nelle relazioni con le altre aziende del Gruppo.

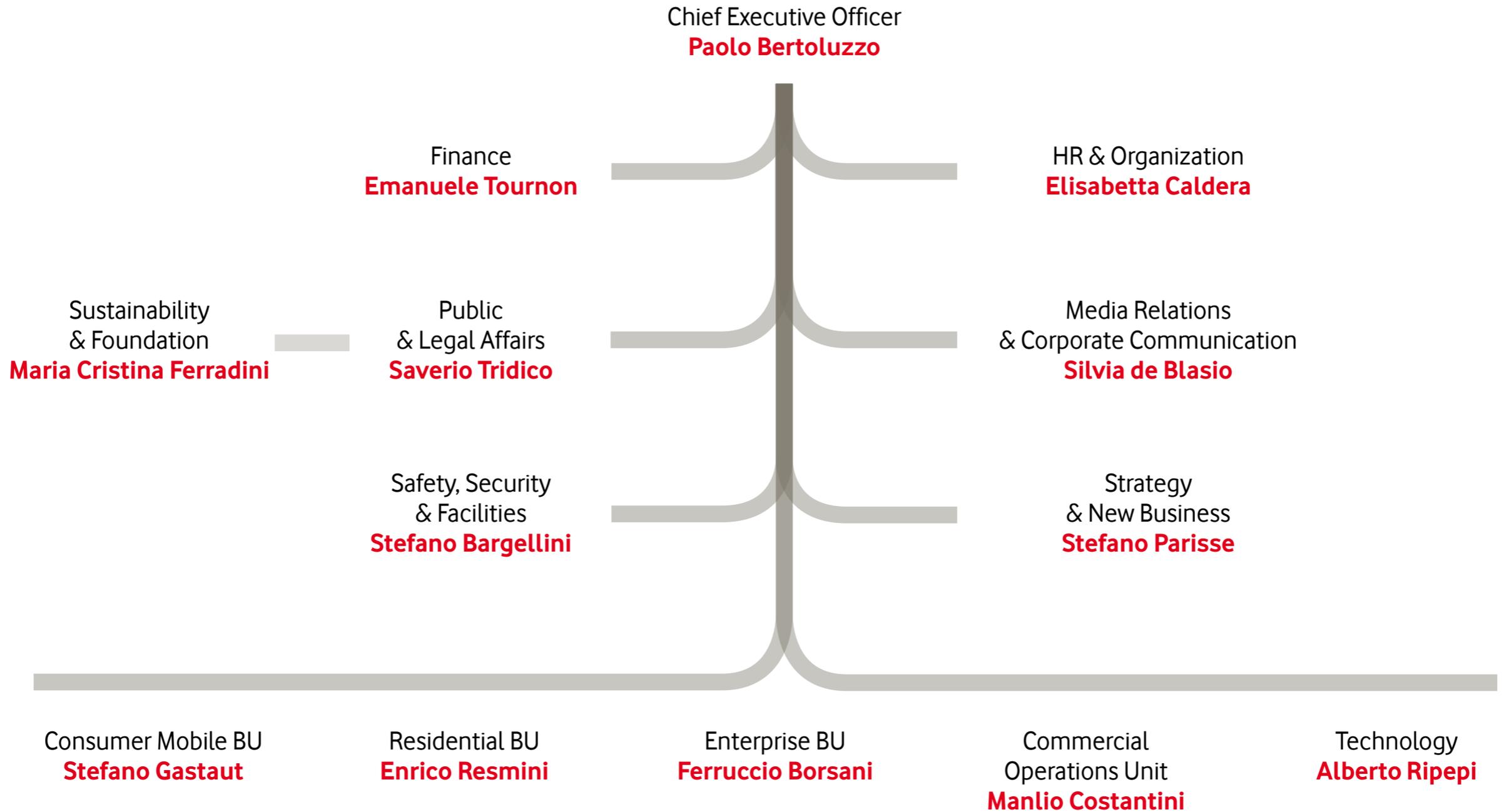
A fine anno, l'azienda ha modificato ulteriormente la propria struttura commerciale, creando tre nuove divisioni: **Consumer Mobile** focalizzata sull'offerta mobile dedicata ai clienti consumer; **Residential** focalizzata sull'offerta fissa dedicata ai clienti consumer di Vodafone e di TeleTu; **Enterprise** focalizzata sull'offerta dedicata ai clienti corporate e business.

Accanto a queste strutture commerciali è stata creata la divisione Commercial Operations dedicata ai servizi al cliente, al disegno e alla consegna di prodotti, servizi e strumenti.

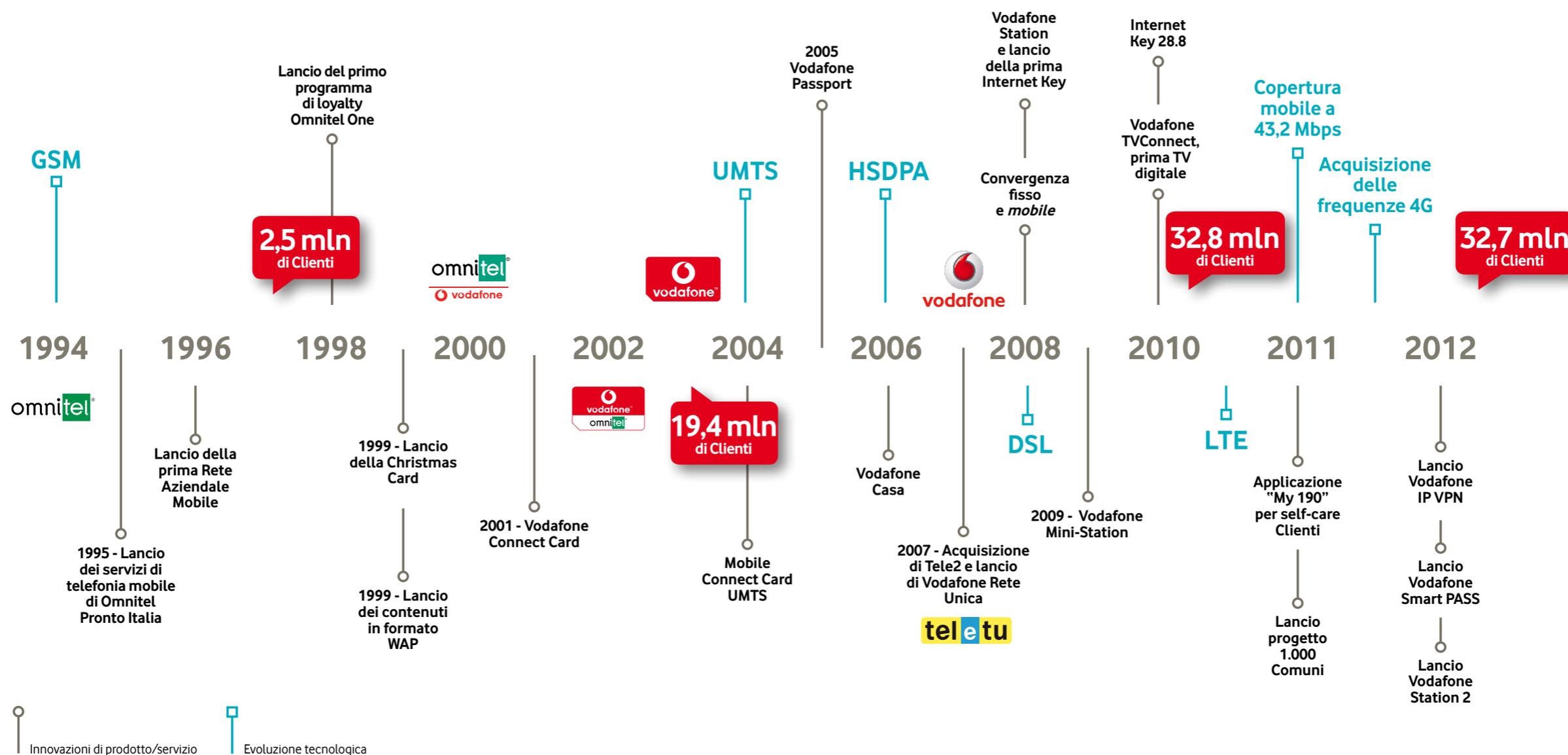
All'interno della direzione Technology è stata inoltre creata un'unità organizzativa con lo scopo di presidiare in modo sempre più focalizzato tutti i temi di sicurezza informatica.

Dal 1° agosto, Paolo Bertoluzzo, che continuerà a guidare l'Italia con il ruolo di CEO, ha assunto anche il ruolo di Chief Executive Officer della Regione Sud Europa del Gruppo Vodafone (con la responsabilità di Italia, Spagna, Grecia, Portogallo, Albania e Malta) e, contestualmente, è entrato a far parte del Comitato Esecutivo del Gruppo Vodafone.

Sempre dal 1° agosto, nell'ambito della nuova organizzazione del Gruppo Vodafone, Emanuele Tournon ha assunto l'incarico di CFO della Regione Sud Europa (mantenendo il ruolo di CFO di Vodafone Italia), Gianluca Ventura ha assunto il ruolo di Direttore Risorse Umane e Organizzazione della Regione Sud Europa e Elisabetta Caldera è subentrata nel ruolo di Direttore Risorse Umane e Organizzazione di Vodafone Italia.



2.2 I contributi all'innovazione e al mercato di Vodafone Italia



2.3 Il mercato delle telecomunicazioni: le tendenze del mercato italiano

In Italia i ricavi da servizi di telecomunicazione, *mobile* e fisso, si sono ridotti del 4,3% rispetto al 2010, in gran parte a causa della crisi economica che ha ridotto i consumi e dell'impatto dell'intervento regolatorio. Il segmento del *mobile* ha fatto registrare la performance peggiore con una diminuzione dei ricavi da servizi finali del 5,7% (in grande parte dovuta alla diminuzione dei prezzi del servizio di terminazione *mobile*), mentre nel segmento della telefonia fissa la contrazione è stata del 2,7%.

I prezzi del servizio *mobile* hanno registrato una costante decrescita, con un trend opposto rispetto all'andamento generale dei prezzi al consumo. Inoltre, i prezzi dei servizi mobili in Italia continuano a mantenersi tra i più competitivi nello scenario dei principali paesi europei, mentre quelli del servizio fisso sono sostanzialmente stabili. In termini di volumi, il numero delle linee voce *mobile* in Italia ha continuato a crescere dopo la contrazione del 2009 con un numero di SIM superiore ai 96 milioni, registrando una crescita del 2,4% in grande parte dovuta a quelle in abbonamento. Il numero degli accessi diretti alla rete fissa è leggermente diminuito (-2,0%) mentre gli accessi alla banda larga hanno registrato una crescita del 3,1% (pari a 400 mila linee) rispetto all'anno precedente.

Il traffico telefonico *mobile* (più di 130 miliardi di minuti nell'anno) risulta in aumento di oltre l'8% rispetto al 2010 come anche gli SMS inviati (circa 89 miliardi) che sono in continua crescita rispetto all'anno precedente (+3,7%).

Nel 2011 è ulteriormente aumentato il trend del traffico dati in mobilità con un incremento di oltre il 53% dovuto anche all'elevata penetrazione di smartphone e tablet, superiore al 30%, ed ai servizi Internet in mobilità.

I servizi a banda ultralarga, sia *mobile* che fissa, si confermano anche nel 2011 come il principale motore di crescita del settore delle telecomunicazioni in Italia e nei principali Paesi europei. La banda larga *mobile* ha una penetrazione tra la popolazione italiana superiore al 10% ed è tra le più alte in Europa. Al contrario, la penetrazione della banda larga fissa nelle famiglie italiane è ancora bassa (con una penetrazione del 54%), in parte a causa di un ritardo strutturale rispetto agli altri Paesi.

Un altro motore di crescita riguarda la diffusione dei servizi convergenti per le imprese.⁸

Lo sviluppo della tecnologia 4G

A settembre 2011 si è conclusa l'asta per l'acquisto delle frequenze 4G, aggiudicate dagli operatori per un importo totale superiore a 3,8 miliardi di euro. La conclusione dell'asta comporterà vantaggi per l'intero "Sistema Paese". Gli operatori potranno continuare a sviluppare servizi *mobile* ad alta velocità e la finanza pubblica beneficerà di entrate significative (soprattutto in considerazione del fatto che l'importo finale dell'asta è stato di circa 1,5 miliardi in più rispetto alla base di partenza). Inoltre, l'introduzione della tecnologia 4G aumenterà le performance di Internet in mobilità, sia come velocità media (fino a 100 Mbps), sia come tempo di risposta: questo consentirà di migliorare notevolmente la fruizione di alcuni servizi in mobilità, come il videostreaming HD, i servizi cloud, il video conferencing in mobilità e altro.

⁸ Fonti: International Telecommunication Union, IDC, Analysis Mason The Western European telecoms market- trends and forecasts, Ofcom International Communications Market Report 2011, Bilancio di mandato 2005-2012 e Osservatorio trimestrale sulle telecomunicazioni 2011 AGCOM, Strategy Analytics.

Sostenibilità, Governance e dialogo con gli Stakeholder



3

3. Sostenibilità, Governance e dialogo con gli Stakeholder

3.1 La sostenibilità in Vodafone Italia e nel Gruppo Vodafone

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 *vision* 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.

Nel 2009 nasce **"The Vodafone Way"**, 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 svilup-

Our 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. We will innovate to extend access to finance, education and healthcare; improve efficiency in agriculture and working practices; and deliver low carbon solutions.

Smart working

Low carbon societies

Health

Finance

Agriculture

Operating responsibly and ethically.

By acting with honesty and integrity, we know we will achieve more for our business and for our customers, and gain the trust needed to transform society.

Health and safety

Mobiles masts and health

Privacy freedom of expression and human rights

Supply chain

Environment

po 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.

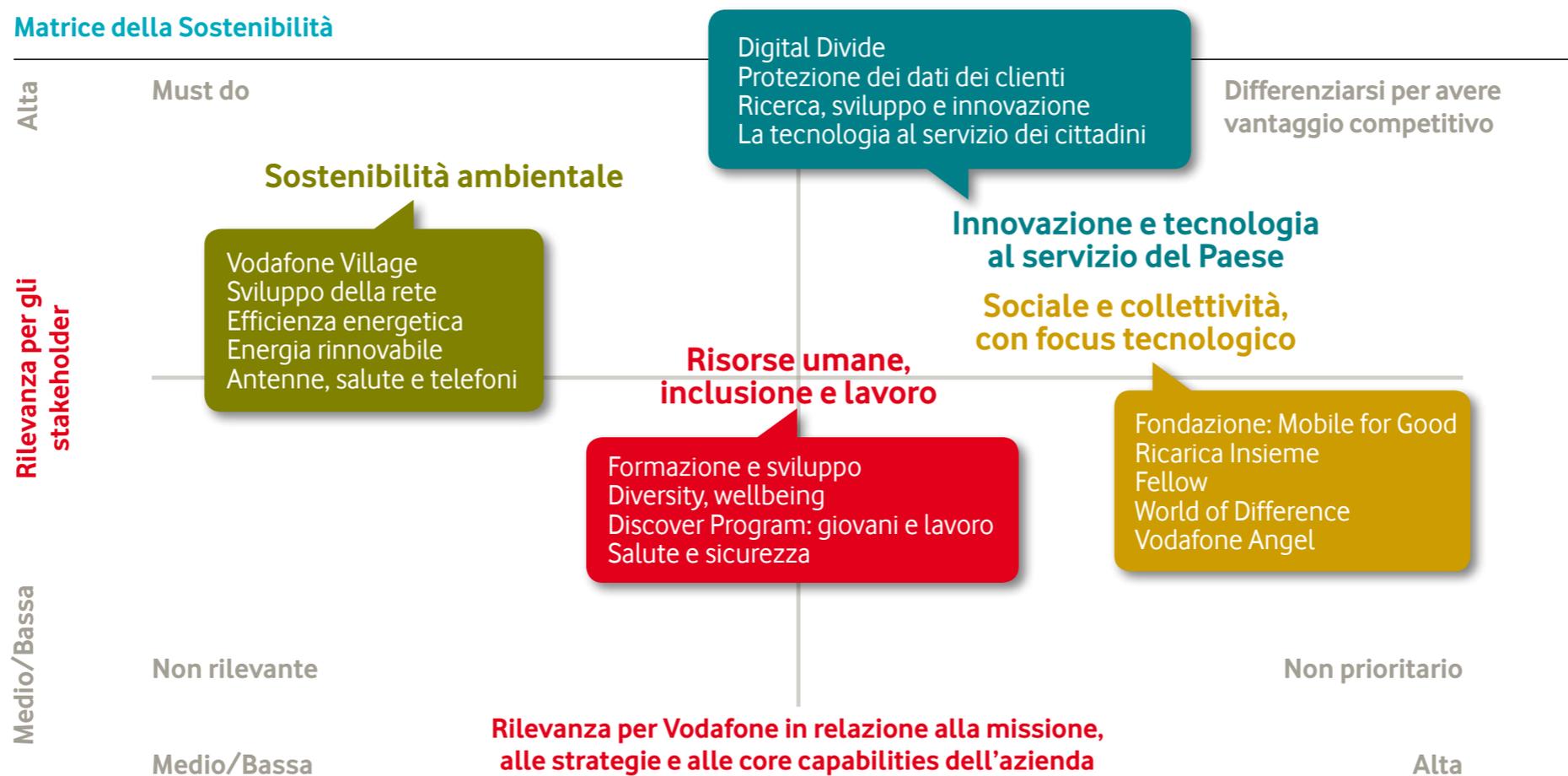
- Rispondenza: Vodafone Italia risponde ai temi sollevati dagli stakeholder che hanno a che fare con la propria performance, che si realizza attraverso decisioni, azioni, risultati, nonché attività di comunicazione con gli stakeholder.

I temi rilevanti per Vodafone Italia

Insieme al management dell'azienda, la funzione "Sustainability & Foundation", guidata da Maria Cristina Ferradini, identifica le aree considerate rilevanti per l'azien-

da e gli stakeholder di riferimento. Attraverso la Fondazione di Vodafone Italia, nata nel 2002 ed oggi coordinata dall'area "Sustainability & Foundation", è stata inoltre creata una struttura autonoma completamente dedicata ad attività di servizio e di solidarietà sociale.

Riguardo all'identificazione dei contenuti da trattare nel presente Bilancio, 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.



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

Market

L'ascolto del cliente riguarda temi legati al business e alla percezione del brand e avviene principalmente per mezzo di rilevazioni di mercato, mediante l'utilizzo di specifici strumenti di misurazione (Customer Delight Index, Brand Image Tracking) e di analisi (segmentazione e profilazione per area, tipo di tariffa e promozione, canali di contatto). In questo modo, l'azienda è in grado di sviluppare specifiche azioni commerciali sulla base delle esigenze espresse dal cliente. Significative anche le relazioni e le forme di collaborazione con le Istituzioni a livello locale e nazionale sia su temi che riguardano da vicino la tutela del cliente sia su temi di più ampio respiro legati allo sviluppo tecnologico e agli impatti sul territorio.

People

Il dialogo tra l'azienda e le risorse umane durante l'anno è costante e avviene attraverso diversi strumenti. In tale ambito, l'indagine sul benessere organizzativo e il Noilab, il Social Network dedicato ai dipendenti, costituiscono i mezzi principali di scambio tra Vodafone Italia e le proprie persone. Si segnalano inoltre diverse iniziative di contatto con il mondo dell'università e del lavoro, come il programma Candidate Experience che offre al candidato la possibilità di entrare in contatto con l'azienda attraverso canali e modalità pensati per far vivere al candidato un'esperienza di selezione unica e di valore.

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:

Planet

Nell'ambito delle tematiche ambientali, gli aspetti inerenti lo sviluppo della rete, l'elettromagnetismo e l'utilizzo del cellulare sono oggetto di attenzione sia per l'azienda sia per gli stakeholder di riferimento. Vodafone Italia dialoga e collabora in modo costante e diretto con le Istituzioni e gli enti locali preposti al fine di tenere in considerazione le specifiche istanze sollevate dal territorio e monitora la percezione degli stakeholder attraverso una survey condotta dal Gruppo a livello nazionale e internazionale. Vodafone, inoltre, continua a seguire con attenzione gli sviluppi scientifici connessi a questi temi come parte integrante del proprio approccio alla Sostenibilità d'impresa.

Performance

Vodafone Italia utilizza diversi strumenti per comunicare con i propri azionisti e con il mercato. Tra questi, rientrano le periodiche comunicazioni sull'andamento della gestione aziendale insieme a tutte le attività di comunicazione esterna che caratterizzano l'azienda nel lavoro quotidiano di relazione con la stampa, i media, gli opinion leader, le Istituzioni a livello nazionale e locale.

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

3.2 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 Audit 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 azienda-

li 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 oltretutto 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 corrente anno fiscale 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). Anche nel corso del 2011-2012, 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 10 processi di business, 7 dei quali in scope per il Gruppo Vodafone. Inoltre, la società ha effettuato un'attività di monitoraggio su altri 3 processi per l'aggiornamento della documentazione. Quest'anno i risultati finali non hanno evidenziato criticità e questo ha consentito a Vodafone di ottenere anche per l'anno fiscale 2012 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.

Un'attività importante è stata l'emissione, a cura del dipartimento Internal Audit, della settima 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.

La prevenzione dei reati ambientali nel modello 231

Nell'ambito delle attività di monitoraggio circa il costante aggiornamento e l'adeguatezza del Modello e in risposta alle novità normative, è stata avviata un'attività di "risk & control self assessment" sulle attività di Vodafone Omnitel N.V. e delle sue controllate, al fine di valutare il grado di 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 necessarie.

La Società ha più volte svolto in passato una puntuale attività di risk assessment che le ha permesso di identificare funzioni e dipartimenti interni, processi e attività a rischio ai fini della commissione dei reati di corruzione.

Nel corso dell'anno fiscale 2011-2012, in conseguenza dell'introduzione della normativa anglosassone dell'UK Bribery Act 2010 e su richiesta del Gruppo Vodafone, il dipartimento Internal Audit ha eseguito la seconda fase della valutazione di adeguatezza delle procedure interne per prevenire reati di corruzione. L'attività, svolta con il dipartimento Affari Legali, ha coperto tutta l'organizzazione aziendale. Il monitoraggio per la prevenzione dei reati di corruzione viene, inoltre, effettuato attraverso l'analisi dei flussi informativi che l'Organismo di Vigilanza riceve dai dipartimenti aziendali e nel corso delle attività di audit sui processi sensibili per la commissione di tali reati.

I Codici di condotta di Vodafone Italia

Oltre al Codice Etico aziendale, altri codici e policies 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 nel migliore dei modi 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

Introdotta con 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 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 numerazione a decade 4

Con lo scopo di uniformare il livello di protezione dei clienti in termini di trasparenza dei servizi a sovrapprezzo di tipo SMS/MMS.

3.3 Il contesto regolamentare

Il quadro regolamentare del settore delle telecomunicazioni è in continua evoluzione. Nel corso del 2011 sono state adottate importanti 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

- Si segnala l'entrata in vigore il 1° luglio 2011 dei nuovi prezzi massimi retail e wholesale previsti dal meccanismo di "glide path" (tariffe di terminazione *mobile*) introdotto dal Regolamento Europeo CE/544/2009 per le chiamate in roaming internazionale effettuate con tariffa standard.
- Il regolamento aveva già introdotto, dal 2009, tetti di prezzo retail e wholesale sugli SMS e solo wholesale sui dati, nonché la funzionalità di blocco ("cut off") al superamento della soglia di spesa di 50 euro/mese per i servizi dati in roaming.
- A luglio 2011 la Commissione Europea ha altresì proposto la revisione del Regolamento e l'estensione dei tetti di prezzo retail anche ai servizi dati in roaming.

Qualità del servizio

- L'Autorità Garante delle Comunicazioni ha avviato il procedimento di revisione della delibera 104/05/CSP con l'obiettivo di aggiornare i meccanismi di rilevazione della qualità dei servizi voce e SMS, estendendo le misure alle nuove release tecniche ed alla tecnologia UMTS, e di definire, col supporto

della Fondazione Ugo Bordoni, un sistema di rilevazione della qualità dei servizi dati in mobilità. Le attività di misura saranno avviate a partire dalla seconda metà del 2012 dopo la pubblicazione della decisione AGCOM.

- L'Autorità ha, inoltre, avviato una consultazione pubblica al fine di realizzare uno strumento che permetterà agli utenti di verificare la copertura della rete a banda larga di tutti i fornitori italiani, fissi e *mobile*.

Portabilità del numero fisso

- È entrata in vigore la Delibera 35/10/CIR che ha introdotto la portabilità del solo numero fisso tra tutti gli operatori ed ha incrementato del 60% le soglie di capacità di evasione giornaliera degli ordini che erano ancora fissate sulla base delle sole procedure di migrazione/attivazione.
- Sul fronte dei servizi *mobile*, sono intervenute significative modifiche alla disciplina vigente, che entreranno in vigore nel corso del prossimo anno fiscale: riduzione del tempo di portabilità da 3 a 1 giorno lavorativo, riduzione del valore delle penali interoperatore in caso di mancato rispetto dei tempi fissati dall'Autorità per il completamento della portabilità e l'indennizzo da riconoscere al cliente in caso di ritardo nella portabilità. L'operatore Recipient (quello che acquisisce il cliente con il numero oggetto di portabilità) dovrà riconoscere 2,5 euro per ogni giorno di ritardo, fino a un massimo di 50 euro.

Servizi Internet e concorrenza sul mercato

- Con riferimento a Voip e Peer to Peer, da un punto di vista della tutela del consumatore, è emerso dalla consultazione pubblica dell'AGCOM che allo stato attuale i clienti sono sufficientemente tutelati attraverso trasparenti strumenti informativi, sia tecnici che economici. Le linee guida espresse a livello europeo sono idonee allo stato attuale a tutelare gli utenti. Eventuali decisioni regolatorie dovranno essere appropriate e proporzionate rispetto a tutti gli interessi in gioco.
- Nella decisione dell'Autorità sulla Net Neutrality emerge, tra l'altro, che la presenza di previsioni normative in tema di tutela dei consumatori e della concorrenza sono sufficienti ad assicurare un'adeguata protezione degli utenti.

Pratiche commerciali scorrette

- L'attività dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, oltre ai tradizionali filoni d'intervento (l'attivazione di servizi non richiesti, il teleselling e la trasparenza dei messaggi pubblicitari) si è focalizzata su alcuni filoni molto rilevanti attinenti alla corretta e trasparente gestione del rapporto contrattuale col cliente e alla fase di primo aggancio e di instaurazione del rapporto (garanzia per vizi da conformità sulla vendita dei beni di consumo, corretta fatturazione dei servizi).
- Si evidenzia, inoltre, un importante provvedimento relativo all'attivazione dei servizi di segreteria telefonica e di connessione dati che considera scorretta l'attivazione in automatico di questi servizi senza un'espressa e consapevole richiesta da parte dei consumatori. Oltre all'impugnazione della decisione in sede amministrativa davanti al TAR del Lazio, sono in corso le attività di adeguamento dei processi aziendali alla pronuncia che minimizzino l'impatto dello stesso e facciano salve le scelte commerciali di Vodafone. Inoltre, è stato allargato l'ambito di applicazione delle pratiche commerciali scorrette

dai consumatori persone fisiche ai professionisti, alle partite IVA e alle piccole imprese.

Privacy

- A febbraio 2011, è divenuto operativo il Registro delle Opposizioni, che consente l'utilizzo dei dati contenuti negli elenchi telefonici pubblici per la realizzazione di contatti telefonici commerciali, salvo diversa indicazione espressa dal cliente. Il cliente può decidere di non voler più ricevere contatti ("opt-out") iscrivendosi al "Registro delle Opposizioni" gestito dalla Fondazione Ugo Bordoni su mandato del Ministero dello Sviluppo Economico. Per questo, Vodafone ha revisitato i propri processi di vendita al fine di garantire che le attività di telemarketing siano svolte nel rispetto delle nuove disposizioni normative.

3.4 Le relazioni con Enti, Istituzioni e Associazioni

Vodafone Italia continua a sostenere, con idee e proposte concrete, il lavoro di Istituzioni ed Enti al fine di contribuire ad un sempre più florido sviluppo del mercato delle telecomunicazioni e dunque del Paese.

Anche nell'ultimo anno Vodafone Italia 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. In particolare, nel percorso per l'individuazione delle linee di indirizzo che potessero apportare un più equilibrato sviluppo dell'industria delle telecomunicazioni, Vodafone ha preso parte al dibattito con diverse modalità.

Reti di nuova generazione

Vodafone Italia ha rappresentato in Parlamento le proprie argomentazioni in tema di reti di nuova generazione, ricordiamo in particolare l'indagine conoscitiva della IX Commissione (Trasporti) della Camera, che ha raccolto i contributi dei diversi attori istituzionali sull'argomento: i Ministri competenti, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, gli operatori, le società produttrici di contenuti, Internet provider, le industrie manifatturiere, le parti sociali e le associazioni rappresentative del settore. Allo stesso modo ha presentato il proprio punto di vista al Senato sul tema della banda larga e net neutrality e alla Camera sul tema della riduzione delle tariffe di terminazioni *mobile*. Ha inoltre partecipato ai tavoli di confronto per trovare soluzioni per lo sviluppo della rete NGN (Next Generation Network) ad esempio con la Regione Lombardia, la Provincia di Trento, il Ministero dello Sviluppo economico al fine di garantire all'Italia un'adeguata rete infrastrutturale in fibra in modo da raggiungere gli obiettivi dell'Agenda Digitale Europea.

Agenda Digitale

Con riferimento agli obiettivi dell'Agenda Digitale, Vodafone ha risposto alle consultazioni pubbliche del Ministero dello Sviluppo Economico sul Progetto Strategico e sull'Agenda Digitale Italiana, fornendo contributi e progetti ai tavoli della Cabina di regia governativa e del mondo della rappresentanza industriale.

Partecipazione a tavoli di lavoro istituzionali di Vodafone Italia

Anche quest'anno Vodafone Italia ha partecipato attivamente presso diverse sedi istituzionali ai lavori per l'individuazione di possibili soluzioni tecniche e processi innovativi in merito alle tematiche di sicurezza e protezione dei dati. In particolare si segnalano:

- in ambito ASSTEL (Assotelecomunicazioni), il tavolo di lavoro su Esaurimento degli indirizzi IPV4 (Internet Protocol Version 4). Gli operatori, di concerto con le Autorità, stanno individuando una soluzione tecnica che nel periodo transitorio verso la piena adozione degli IPV6 possa garantire la continuità del servizio ai clienti, salvaguardando al contempo le esigenze di giustizia e di tutela dei dati personali. Sempre in ambito ASSTEL sono riprese le attività dell'Osservatorio Nazionale della Sicurezza delle Comunicazioni per la definizione del Repertorio delle Prestazioni Obbligatorie ai fini di Giustizia;
- la partecipazione al Comitato Consultivo del Centro italiano per la sicurezza in Internet, coordinato da Save the Children Italia e Adiconsum. Il piano di lavoro consiste nella raccolta di informazioni relative alla standardizzazione delle segnalazioni di abuso, che fanno riferimento ai minori, verso il C.N.C.P.O. (Centro per il Contrasto alla pedopornografia sulla rete, presso la Polizia Postale e delle Comunicazioni, Ministero dell'Interno).

3.5 Il contesto legale

Nell'anno è stato limitato il numero dei contenziosi avviati dai dipendenti, mentre si segnala un aumento significativo 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. 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, anche per la perdurante attenzione mediatica sul tema dei campi elettromagnetici. In questo scenario, si sta sviluppando sempre di più il ricorso a protocolli 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, per quanto concerne il contenzioso amministrativo, Vodafone Italia è riuscita nella maggior parte dei casi a ottenere provvedimenti favorevoli da parte dei Tribunali Amministrativi Regionali (TAR) che hanno annullato i dinieghi all'installazione o all'adeguamento tecnologico di impianti e le ordinanze di demolizione di impianti già installati.

Nell'ambito del diritto alla concorrenza, si segnala che, 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*, gli operatori Eutelia, Okcom, Teleunit, BT, Fastweb ed Uno Communication hanno citato Vodafone Italia di fronte al Tribunale Civile per il risarcimento dei presunti danni causati da Vodafone Italia in ragione dell'asserito abuso di posizione dominante nel mercato dei servizi all'ingrosso della terminazione su rete

mobile. I procedimenti sono attualmente in corso.

I procedimenti sanzionatori da parte dell'Autorità Antitrust hanno avuto ad oggetto un procedimento relativo alla campagna pubblicitaria "1 Cent" e un procedimento in materia di attivazione automatica dei servizi di segreteria e traffico dati, per il quale è stata disposta anche un'ispezione presso gli uffici di Milano e Roma. Complessivamente, le due sanzioni ammontano a circa 450 mila euro.

Con riferimento, invece, ai procedimenti avviati da parte dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, nell'aprile 2011 Vodafone ha ricevuto un verbale di contestazione per violazione di alcune disposizioni del Piano di Numerazione Nazionale. Il procedimento sanzionatorio si è concluso con l'irrogazione di una sanzione di 750 mila euro; il relativo provvedimento amministrativo è stato impugnato davanti al TAR e, al momento, Vodafone è in attesa della fissazione dell'udienza di merito.

Inoltre, nel settembre 2011, l'AGCOM ha effettuato un'ispezione presso la sede di Milano al fine di verificare l'osservanza delle disposizioni in materia di portabilità fissa e *mobile* di circa 75 clienti (consumer e business), le modalità di acquisizione del consenso attraverso i diversi canali di vendita (in particolare, quelli a distanza), il provisioning del servizio e la gestione dei reclami. Entro i successivi 20 giorni Vodafone ha provveduto a fornire le istruzioni per ciascun caso segnalato, unitamente alla documentazione che non era stato possibile produrre durante l'attività ispettiva. Per tutti i relativi provvedimenti notificati, Vodafone ha presentato memorie difensive, con richiesta di archiviazione o applicazione dei minimi edittali, e, in un caso, è stata effettuata oblazione nei termini.

In ambito Privacy si segnala che, nel corso del 2011, l'Autorità Garante per la protezione dei dati personali ha comminato nei confronti di Vodafone Italia due sanzioni da 20 mila euro ciascuna per aver contattato, in un caso, un'utenza riservata e, nel secondo, un'utenza iscritta nel registro delle opposizioni.



Market

4

32,7 mln

Clienti

1,3 mld €

Investimento
nell'acquisto
delle frequenze 4G

84%

Forniture ordinate da
realità industriali italiane
o sussidiarie italiane di
multinazionali

4. Market

4.1 Innovazione e tecnologia al servizio della collettività

Vodafone Italia per l'Agenda Digitale Europea

L'Agenda Digitale Europea è stata presentata dalla Commissione Europea nel maggio 2010 per favorire l'innovazione, la crescita economica e la competitività grazie alla diffusione delle tecnologie ICT. A tale scopo, l'Agenda Digitale Europea indica una strategia a livello comunitario per il superamento delle "barriere" digitali e la creazione di opportunità di sviluppo con il conseguimento di notevoli vantaggi economici, sociali e ambientali. L'Agenda individua le aree d'azione su cui gli Stati Membri devono adottare specifiche soluzioni: 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 di ricerca e innovazione, l'alfabetizzazione informatica e lo sviluppo dell'ICT per la società.

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. 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 e una sempre maggiore penetrazione di nuovi strumenti di comunicazione (come smartphone e tablet) che consentono di pensare nuovi servizi pubblici digitalizzati, aumentando l'efficienza della Pubblica Amministrazione e la facilità d'uso per i cittadini.

La proposta di Vodafone si basa su tre pilastri:

- supportare la Pubblica Amministrazione nell'offerta di servizi sempre più efficienti e facili da usare;
- migliorare l'accesso ai servizi pubblici da parte dei cittadini;
- promuovere lo sviluppo di una cultura digitale che permetta al maggior numero possibile di cittadini di acquisire le competenze necessarie a beneficiare pienamente delle nuove tecnologie.

Digital divide e tutela dei minori

Lo sviluppo di soluzioni in grado di ridurre il divario generazionale nell'utilizzo delle nuove tecnologie rappresenta un obiettivo chiave nella strategia di sostenibilità di Vodafone Italia. Infatti, oltre al progetto 1.000 Comuni, dedicato alla riduzione del digital divide geografico e trattato ampiamente nel capitolo dedicato al contributo al Paese, Vodafone Italia ha investito anche in molteplici iniziative dedicate al digital divide culturale.

Portale *in*Famiglia

L'obiettivo del portale è fornire una guida ai genitori per approfondire l'uso di Internet e del cellulare. Sul portale *in*Famiglia è possibile trovare quello che serve per comprendere ed usare al meglio Internet, il portale è stato rinnovato nella grafica e arricchito nei contenuti, la guida è stata ampliata e aggiornata nelle sezioni esistenti e sono state inserite nuove sezioni (acquisti e pagamenti

191 mila Visualizzazioni su YouTube nel solo mese di febbraio

online, servizi al cittadino). Sono stati anche aggiunti dei tutorial su come usare e gestire al meglio le nuove tecnologie e delle infografiche di approfondimento. È stata, inoltre, data la possibilità di candidarsi come ospite scrivendo un post sul forum e raccontando la propria esperienza.

inClasse

Il progetto *inClasse* è nato con l'obiettivo di promuovere l'utilizzo consapevole e responsabile di Internet e delle nuove tecnologie. Grazie a un videogioco educativo ideato con la consulenza di professori dell'Università Cattolica di Milano e dell'Università degli Studi di Torino, 4.900 studenti della scuola secondaria di primo grado hanno potuto consolidare le loro competenze di matematica applicata a contesti reali e apprendere al tempo stesso come utilizzare in modo utile, corretto e responsabile le nuove tecnologie e la rete Internet. Vodafone Italia ha coinvolto nel progetto i propri dipendenti che hanno offerto il loro supporto agli insegnanti e alla scuola per tutta la durata dell'iniziativa.

112 Scuole coinvolte

190 Insegnanti

4.900 Studenti

15 Province

Internet in pillole

Il progetto rivolto a persone over 60 è stato sviluppato con l'obiettivo di ridurre il digital divide rispetto a figli e nipoti. Sono stati organizzati dei corsi per conoscere Internet, le sue potenzialità e comprendere meglio le passioni dei giovani. Le lezioni si sono svolte nei Competence Center di Vodafone Italia e dei partner con il supporto di colleghi su base volontaria; presso il flagship di Milano Orefici è partita un'iniziativa pilota incentrata su Internet e le sue potenzialità attraverso l'uso di smartphone e tablet.

30 Incontri effettuati

300 Persone formate

Smart Tutor

Smart Tutor è un'applicazione gratuita che Vodafone ha lanciato in Italia in partnership con la Polizia Postale delle Comunicazioni e OssCom dell'Università Cattolica di Milano. L'applicazione consente di personalizzare le funzionalità del cellulare per garantire ai più giovani un utilizzo sicuro e protetto dello smartphone. Con Smart Tutor i genitori hanno la tranquillità di scegliere i numeri fidati con cui possono entrare in contatto i propri figli, selezionare insieme a loro le app più adatte, evitare che abbiano distrazioni in momenti inopportuni e bloccare i contatti indesiderati.

App innovativa per la sicurezza nell'uso degli smartphone

Tutela dei minori e accesso ai contenuti sensibili

Il Gruppo Vodafone e Vodafone Italia, insieme ai propri partner e agli outsourcer selezionati, garantisce il monitoraggio dei contenuti offerti ai propri clienti nel rispetto della tutela della sensibilità individuale, in particolar modo del pubblico minorenni, conformandosi anche a quanto stabilito dal Codice di Autoregolamentazione dei servizi a sovrapprezzo e tutela dei minori, sottoscritto dagli operatori nel 2005.

La tutela dei minori in fase di accesso ai servizi di telefonia *mobile* a contenuto sensibile viene garantita da un sistema di Parental Control denominato **Filtro Famiglia**, sviluppato nel rispetto di quanto previsto dalla delibera Agcom n. 661/06/CONS. Filtro Famiglia è attivabile mediante chiamata al 190 e consente di inibire l'accesso a chat, forum di discussione e servizi a contenuto sensibile. Vodafone Italia garantisce che le chat vengano moderate dal personale incaricato così da poter intraprendere all'occorrenza azioni di tutela per eventuali utilizzi impropri, compresa la segnalazione alle autorità competenti nei casi più gravi. L'accesso alle categorie di contenuti sensibili, opportunamente segnalate come tali all'interno dei diversi canali, è soggetto a un processo denominato "Age Verification" ed avviene attraverso l'utilizzo di un codice identificativo personale reso disponibile su richiesta ai soli clienti maggiorenni, previo inserimento del proprio codice fiscale.

Il Gruppo Vodafone e Vodafone Italia sono impegnati anche nel cercare di migliorare e semplificare la fruizione dei contenuti Internet da parte dei propri clienti, con l'obiettivo di garantire un livello sempre maggiore di sicurezza nell'uso delle nuove tecnologie, offrendo la possibilità di tutelare la sensibilità individuale anche durante la navigazione.

Nel corso dell'anno Vodafone Italia ha lanciato il servizio **PC Protection** che garantisce la protezione della privacy del cliente durante la navigazione da casa con il proprio PC, il servizio permette di tutelare i dati personali e impedisce ai

minori l'accesso a siti con contenuti sensibili.

Con riferimento alla legge per l'inibizione dei siti pedopornografici e scommesse illegali, nel corso dell'anno fiscale, la funzione Security Operations & Privacy, con il supporto di altre funzioni aziendali, ha gestito le richieste di inibizione di 4.741 siti sulla rete di accesso Vodafone e TeleTu, segnalati per attività e contenuti in violazione agli obblighi di legge.

Ricerca, sviluppo e innovazione

Vodafone Italia ha proseguito le attività di ricerca e sviluppo nell'ambito di sei aree: Sustainability & Foundation, Technology in the Future, Technology Efficiency, Service Enablers, End User Services Enrichment, Financed and Institutional Projects. Di seguito sono riassunti i principali progetti svolti nell'anno fiscale 2011-2012, distinti per area.

Sustainability & Foundation

Vodafone Italia sviluppa servizi e tecnologie innovativi utili a ridurre l'impatto ambientale delle proprie attività e fornire soluzioni concrete ai bisogni delle persone e dei clienti. In quest'ultimo ambito le attività hanno riguardato lo sviluppo, insieme all'Università di Pavia e all'Istituto di Linguistica Computazionale del CNR di Pisa, di un nuovo linguaggio per le comunicazioni con la clientela, adatto a far sentire il cliente parte centrale di un vero e proprio colloquio.

Anche la sicurezza è stato un tema su cui è stata posta l'attenzione. In questo caso, Vodafone ha sviluppato un sistema, chiamato **TecSOS**, per aiutare le donne che subiscono violenze a ricevere un soccorso immediato usando un dispositivo che lancia un SOS geo-localizzabile e gestito da una centrale di esperti che a sua volta attiva l'intervento degli agenti di Pubblica Sicurezza.

Technology in the Future

È proseguito lo studio di possibili scenari futuri realizzabili grazie all'introduzione della nuova tecnologia 4G in grado di fornire soluzioni per lo sviluppo di servizi smart, tipici del cosiddetto **"Internet of Things"**, grazie al quale gli oggetti possono comunicare dati fra loro gestibili via Internet. In particolare, sono state valutate tecniche e standard in via di sviluppo per l'interrogazione dei contatori domestici di energia e gas e la raccolta delle letture; anche in questo caso, l'attività è stata svolta in collaborazione con alcuni atenei.

Technology Efficiency

In quest'ambito è stato avviato uno studio sull'effettiva mobilità dei clienti, valutata attraverso il monitoraggio degli spostamenti delle loro SIM. Grazie all'introduzione delle SIM per applicazioni M2M (ad esempio, per ascensori, distributori automatici, Vodafone Station) è possibile ottimizzare le funzionalità della rete sfruttando la stanzialità invece della mobilità; in questo modo è possibile ridurre il traffico di segnalazione con cui la rete viene gestita e liberare spazio per il traffico dei clienti. Un altro progetto rilevante in quest'area ha avuto l'obiettivo di rispondere all'esigenza di individuare i punti in cui la "user experience" del cliente non è soddisfacente ed attuare delle azioni per migliorarla.

Service Enabler

Vodafone Italia ha studiato una soluzione architettureale per lo sviluppo e l'attivazione della tecnologia NFC (Near Field Communication) utile all'abilitazione di diversi servizi tra i quali i micro-pagamenti. Sono state inoltre individuate soluzioni tecniche e dispositivi che consentono all'operatore del Customer Care di offrire al cliente un supporto più semplice e immediato nella configurazione dei servizi sui device dei clienti.

End User Services Enrichment

L'area di "End User Services Enrichment" raggruppa quei progetti che servono ad arricchire e migliorare l'esperienza del cliente nell'utilizzo dei servizi offerti. Ad esempio **"My Network"** è un'applicazione gratuita che permette di visualizzare le mappe nazionali di copertura della rete Vodafone 2G e 3G, di verificare la massima velocità disponibile, la potenza del segnale e consente di inviare a Vodafone Italia segnalazioni in caso di disservizi sulla rete.

Financed and Institutional Projects

La maggior parte delle attività sviluppate in quest'area sono legate a progetti finanziati dall'Unione Europea o in ambito nazionale. Ha già avuto esito positivo il progetto **"Superhub"**, che analizza e studia l'aggregazione di informazioni utili per sviluppare attività, linee guida e campagne di sensibilizzazione sull'uso sostenibile dei mezzi di trasporto nella pianificazione degli spostamenti privati. Nel corso dell'anno, inoltre, sono state presentate diverse proposte di progetto in ambito di Cloud Computing, sulla gestione intelligente delle risorse energetiche in contesti urbani e sull'utilizzo di soluzioni radio mobili per l'individuazione di dispersi a sostegno di missioni di soccorso.

4.2 La relazione con il cliente

L'ascolto del cliente

Attraverso le iniziative di ascolto dei clienti, Vodafone Italia ha la possibilità di migliorare costantemente la qualità dei servizi e dei prodotti offerti. Per essere sempre più vicina ai propri clienti, l'azienda continua a investire nello sviluppo di ricerche di mercato con l'obiettivo di misurare la soddisfazione della propria customer base, la percezione del brand e la relazione con la clientela, anche alla luce delle mutate esigenze di mercato. Sono diversi gli strumenti di misurazione e di analisi utilizzati dall'azienda, fra i quali: l'indicatore Net Promoter Score, il Customer Delight Index, il tracking della Brand Image, le analisi dei trend di mercato e dei comportamenti di acquisto, le analisi di segmentazione dei clienti e di profilazione per area geografica, tipologia di tariffe e promozioni, canali di contatto. In questo modo l'azienda è in grado di sviluppare specifiche azioni commerciali sulla base delle esigenze espresse dal cliente.

In particolare, il Net Promoter Score permette di valutare la "propensione dei clienti nel raccomandare il proprio operatore". La suddivisione in categorie permette la profilazione dei consumatori e la progettazione di azioni mirate sui diversi segmenti. Assieme al Customer Delight Index, queste misurazioni consentono di registrare in maniera oggettiva il livello di soddisfazione e le "aspettative" dei clienti privati e aziende verso il servizio offerto dagli operatori, sia di telefonia *mobile* che fissa, e misurare l'impatto di ogni singolo aspetto sulla soddisfazione complessiva del cliente. Tra i trend di mercato analizzati, un focus particolare è stato rivolto al mondo degli smartphone. Le indagini qualitative condotte hanno consentito di comprendere le aspettative dei consumatori, i loro comportamenti, le abitudini di utilizzo e la relazione con il gestore per supportare l'ideazione di prodotti sempre più vicini alle esigenze dei clienti.

Vodafone Italia premiata per le migliori campagne pubblicitarie

Premiata la campagna video di Vodafone Italia "**Smartphones Domino Machine**", realizzata con smartphone e con la tecnica del domino tra oggetti da ufficio. La campagna è stata premiata con il **Webby Award** (premio internazionale presentato all'Accademia Internazionale delle Arti Digitali e delle Scienze), e con il **Media Stars**, un premio tra i più autorevoli a livello nazionale.

Premiata la campagna "**Vodafone One Cent**" con l'**NC Award 2011** per il miglior evento dell'anno realizzato da Vodafone Italia. L'evento si è tenuto a Roma intorno alla Fontana di Trevi, grazie alla massiccia presenza di partecipanti è stato ottenuto il Guinness dei Primati per il maggior numero di monetine gettate in una fontana. L'originalità dell'evento è data anche dal fatto che tutte le persone che hanno partecipato sono state contattate solo ed esclusivamente attraverso Social Network.

Il servizio 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 Clienti con l'obiettivo di offrire la miglior customer experience possibile, integrata omogenea e semplice su tutti i canali di contatto: il Customer Care tradizionale, il sito web, il risponditore auto-

matico, gli SMS, i servizi di *mobile* self-care e i Social Network.

Trasparenza e tutela del consumatore

Il sito Vodafone si è arricchito di una nuova sezione che contiene informazioni relative alla trasparenza e alla tutela del consumatore (assistenza.vodafone.it/per_il_consumatore), dove il cliente trova tutti i dettagli su piani telefonici, privacy e sicurezza, garanzia e punti di contatto con l'azienda.

Il **risponditore automatico evoluto (IVR)** consente l'aggiornamento in tempo reale delle informazioni e permette di veicolare contenuti personalizzati a tipologie diverse di clienti. Questo canale di contatto è stato sviluppato e rivisto con una nuova tecnica di comunicazione che introduce particolari regole di sintassi che consentono al cliente una più immediata e facile comprensione dei contenuti.

È stato 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 se desidera approfondire temi trattati nella precedente conversazione telefonica.

Gli strumenti di self-care a disposizione dei clienti sul sito vodafone.it si sono evoluti e arricchiti, ad esempio i manuali interattivi online consentono al cliente di scoprire, passo passo e in piena autonomia, come utilizzare il proprio smartphone. Per i clienti che hanno aperto segnalazioni di disservizi tecnici relativi alla loro utenza ADSL, è stato reso disponibile un servizio di tracking online in modo da tenerli informati sullo stato di avanzamento della lavorazione pratica. L'Area Assistenza online offre contenuti relativi a tutti i prodotti e servizi dell'offerta di Vodafone Italia.

Le applicazioni e il sito *mobile* My 190 consentono al cliente di accedere alle informazioni sul proprio traffico telefonico, alle promozioni, a Vodafone You e a tutti i servizi Vodafone attivi, direttamente dal proprio smartphone o tablet, quando vuole, ovunque si trovi.

oltre

10 mila

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)

Le attività 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 microbusiness, piccole e medie imprese e grandi aziende).

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.

I Competence Center di Vodafone Italia

I Competence Center gestiscono le richieste commerciali, amministrative e tecniche dei clienti di Vodafone Italia. Gestiscono circa 110 mila chiamate al giorno con operatori che rispondono a circa il 70% di clienti entro 20" e un tasso di abbandono delle chiamate del 4%.

La sicurezza nell'utilizzo dei prodotti Vodafone

Tutti i prodotti di Vodafone Italia (telefoni e smartphone, Internet key, tablet, device di rete fissa) sono immessi sul mercato solo dopo aver controllato il rispetto degli standard di salute e sicurezza previsti dall'Unione Europea nell'ambito della Direttiva 1999/5/EC "R&TTE" sulle apparecchiature terminali per radio e telecomunicazioni, il rispetto del Regolamento "REACH" concernente la registrazione, la valutazione, l'autorizzazione e la restrizione delle sostanze chimiche, della Direttiva "RoHS" concernente le sostanze pericolose, e della Direttiva "WEEE" sul corretto smaltimento del prodotto al termine del suo ciclo di vita.

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

Informazioni sui campi elettromagnetici

Sul sito www.vodafone.it, nell'area "Sostenibilità", sono aggiornate costantemente le pagine dedicate ai campi elettromagnetici con tutte le informazioni sui più recenti sviluppi scientifici.

Oltre a garantire il rispetto dei limiti quando il telefono *mobile* è utilizzato a contatto con la testa, Vodafone richiede alle aziende produttrici di verificare il rispetto dei limiti ICNIRP per il SAR anche quando il terminale si trova vicino al corpo, ad esempio quando è in tasca o durante l'uso dell'auricolare. Per questi test, Vodafone supporta attivamente anche l'adozione dello standard internazionale pubblicato dalla IEC (International Electrotechnical Commission) nell'aprile

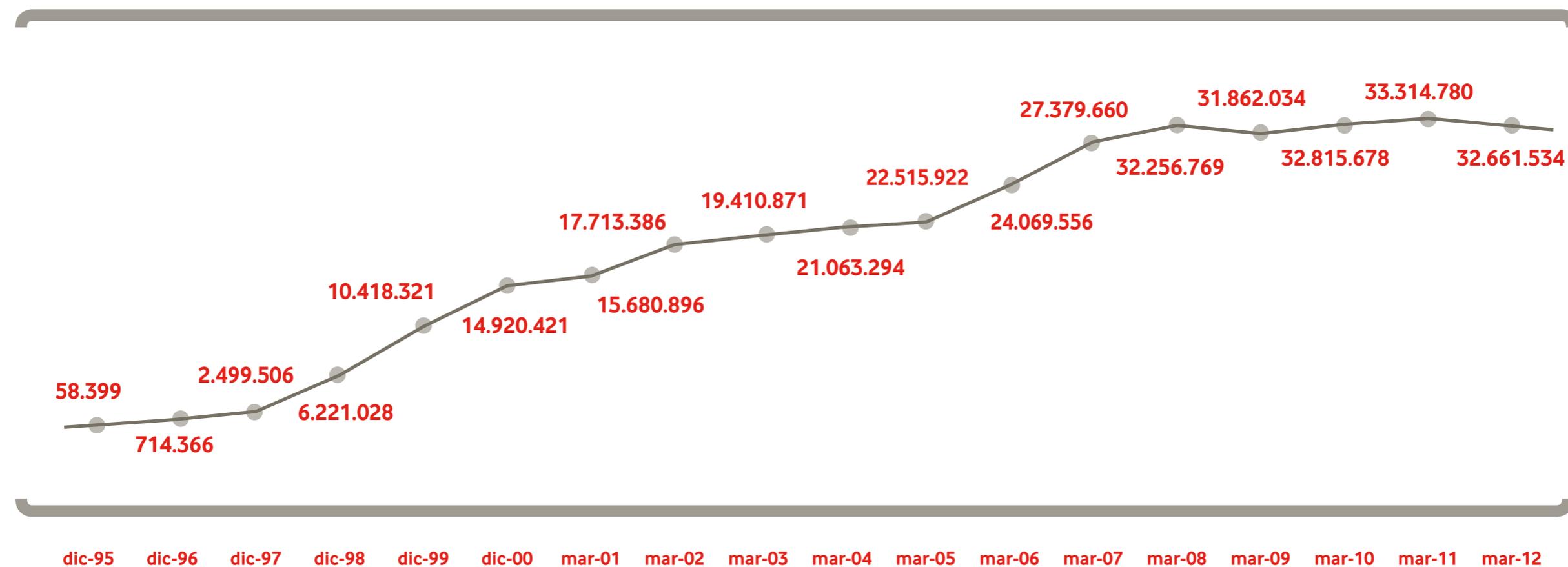
2010, che non è stato ancora accolto dalla normativa europea. Finché il nuovo standard non sarà recepito, Vodafone continuerà comunque a richiedere alle aziende produttrici di condurre questi test secondo la metodologia prevista dalla FCC (Federal Communication Commission) negli Stati Uniti.

Vodafone Italia si è dotata di un processo interno per la verifica delle informazioni sulla salute e sulla sicurezza che devono essere presenti all'interno del manuale di istruzioni: in particolare, prima dell'immissione sul mercato, si verifica la presenza nel manuale di tutte le informazioni e i simboli previsti dalle Direttive Europee R&TTE e WEEE, relativi alla salute e alla sicurezza e al corretto smaltimento del prodotto. In aggiunta agli obblighi normativi, viene verificato anche che il manuale di istruzioni contenga i valori massimi di SAR associati ad ogni telefono, sempre inferiori al limite fissato dall'ICNIRP (2 W/kg), e le indicazioni dell'Organizzazione Mondiale della Sanità su come le persone che lo desiderano possono facilmente ridurre la propria esposizione alle onde elettromagnetiche.

I mercati di Vodafone Italia

Le attività di Vodafone Italia sono orientate verso tre principali mercati: Consumer Mobile focalizzato sull'offerta dei clienti consumer; Residential focalizzato sull'offerta fissa dedicata ai clienti consumer di Vodafone e di TeleTu; Enterprise focalizzato sull'offerta dedicata ai clienti corporate e business che comprende aziende di piccole, medie e grandi dimensioni e clienti con Partita IVA.

Andamento dei clienti Vodafone Italia (n. clienti)

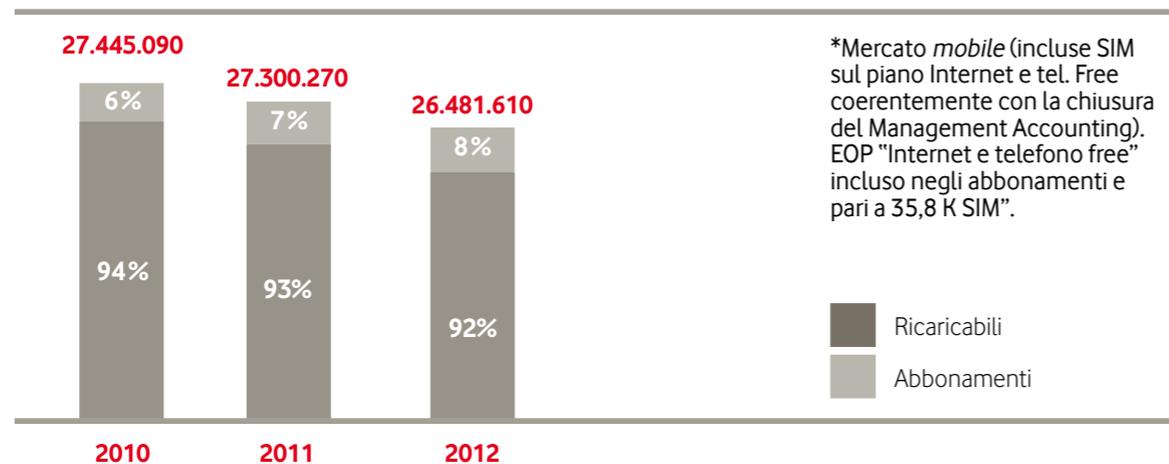


Nota: a partire dal 2008 i dati sono comprensivi dei clienti TeleTu (Opitel S.p.A.).

Il mercato Consumer

Il mercato Consumer è stato caratterizzato quest'anno dall'inasprimento della fortissima competizione sui prezzi, già iniziata l'anno precedente, e dall'accentuarsi dell'attenzione alla spesa da parte del consumatore, sempre più consapevole ed esigente. In risposta a queste tendenze, Vodafone Italia ha adottato valide iniziative commerciali per le reti fissa e *mobile* e il traffico dati e Internet in mobilità.

Suddivisione dei clienti consumer (n. SIM*)



L'offerta per la clientela etnica

Le offerte di Vodafone Italia sono rivolte anche al segmento etnico, che è oggi costituito in Italia da più di 5 milioni di immigrati regolari. L'opzione My Country, lanciata alla fine di settembre 2011 e che ha già superato 600 mila attivazioni, vuole fornire un'offerta vantaggiosa che soddisfi i bisogni di comunicazione sia verso il Paese d'origine, sia in Italia. Il lancio di My Country è stato accompagnato da una campagna di comunicazione dedicata che testimonia la volontà dell'azienda di rafforzare la relazione di vicinanza con il segmento etnico.

Rete mobile

- **Clienti prepagati.** Vodafone Italia ha affrontato la competizione focalizzando la propria strategia commerciale sulla semplicità e sulla differenziazione.
 - A settembre è stata comunicata la più significativa operazione commerciale dell'anno: l'offerta "Vodafone+" che conta ad oggi circa 5 milioni di attivazioni. Il forte elemento di differenziazione dei pacchetti "Vodafone+" è dato dalla possibilità di avere incluse tutte le chiamate al numero Vodafone preferito, un beneficio distintivo ed emozionale, su cui si è basato anche il successo delle relative campagne di comunicazione.
 - Per rispondere al meglio al mercato dei giovani l'offerta "Zero Limits Smart" è stata rimodulata a settembre in "Smart Zero Limits +". Questo pacchetto, al prezzo molto accessibile di 10 euro al mese, offre messaggi illimitati verso Vodafone, Internet e chiamate illimitate al numero preferito. Il successo è testimoniato dai 2 milioni di attivazioni che hanno permesso a Vodafone Italia di restare leader di quota sul segmento.
- **Clienti postpagati.** Vodafone Italia ha focalizzato la propria strategia commerciale sull'innovazione e sulle offerte tutto incluso, con i nuovi piani Vodafone Smart+ commercializzati a partire da novembre. In un contesto di mercato sempre più competitivo e aggressivo la risposta di Vodafone Italia è stata semplice ed efficace: offrire uno sconto sul canone dei pacchetti Vodafone+ sia ricaricabili che abbonamento. Questa tipologia di offerta è stata giudicata semplice ed efficace, il beneficio si è dimostrato chiaro e determinante nella scelta del pacchetto da parte dei clienti.

**Chiamate,
Messaggi
e Internet
inclusi**

Mercato dati e Internet in mobilità

- **Telefoni.** La continua diffusione delle tariffe **Smart+** sia ricaricabili che abbonamento ha permesso ai clienti principalmente interessati alle componenti tradizionali di voce e messaggi, di provare e poi continuare ad usare anche la parte Internet.
- **Tablet.** Vodafone ancora una volta si è dimostrata leader nel campo dell'innovazione dell'offerta, lanciando la proposition "**Tablet per te**" volta a differenziarsi e accompagnare il cliente nel nuovo mondo dei tablet.
- **Reti.** Per continuare a mantenere la leadership Vodafone ha acquistato le licenze e avviato lo sviluppo dei piani operativi per l'offerta dei primi servizi 4G ai propri clienti, mentre continuano gli investimenti per il potenziamento del 3G, la riduzione del digital divide con il progetto **1.000 Comuni** e il piano di rinnovamento di tutti gli apparati di rete.

Offerta
dei primi
servizi
4G

Rete fissa

Nel mercato dei servizi di rete fissa, Vodafone ha consolidato nel corso dell'anno la propria leadership sulle vendite di ADSL consumer, con una base clienti che è cresciuta del 50% rispetto allo scorso anno arrivando così a superare gli 850.000 clienti.

Crescita
della base
Clienti
ADSL
+50%

- Vodafone ha deciso di continuare ad investire nell'innovazione facendo evolvere la Vodafone Station nella **Vodafone Station 2**, lanciata a dicembre e dotata di un set di funzionalità che migliorano e semplificano ulteriormente

l'esperienza del cliente; in particolare il nuovo schermo interattivo, unico sul mercato, permette di visualizzare le chiamate perse e di controllare sempre lo stato della propria rete di casa.

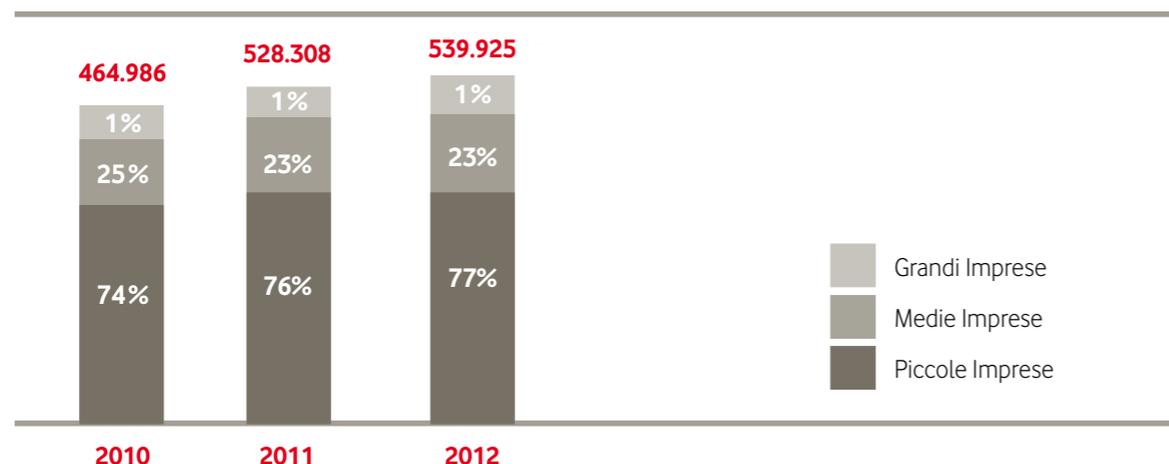
- Sempre con lo scopo di innovare e differenziare la propria proposizione commerciale, Vodafone ha lanciato il **TV Solution**, la nuova soluzione per la TV digitale in alta definizione che consente di accedere alle più importanti Web TV e YouTube, la più grande video community al mondo. Inoltre, è possibile condividere sulla TV di casa tutti i contenuti digitali (foto, video, musica) salvati su altri dispositivi, come PC, tablet e smartphone. In più consente di trasformare tablet e smartphone in veri e propri secondi schermi, per poter vedere in diretta un programma TV oppure accedere a contenuti precedentemente registrati.

Vodafone ha inoltre lanciato **SmartPass**, la prima carta prepagata per gestire e controllare gli acquisti a misura di smartphone. Esclusiva per i clienti Vodafone permette di effettuare acquisti in Italia e nel mondo dove presente il logo CartaSi o Mastercard, in oltre 32 milioni di esercizi commerciali tradizionali e sui canali Internet e *mobile*. La carta è legata al numero di cellulare e con lo smartphone è disponibile un'APP dedicata per controllare e gestire la carta.

Il mercato Business

Continua il focus di Vodafone Italia sull'innovazione e il servizio nel mercato Business. Per quanto riguarda l'innovazione, gli ingenti investimenti nella rete hanno permesso l'acquisizione di nuove frequenze e l'ulteriore potenziamento della rete con l'obiettivo di garantire al cliente una qualità di connessione coerente con le sue esigenze lavorative. Dal lato del servizio, l'azienda ha ulteriormente rafforzato la focalizzazione sulla qualità dell'assistenza e la presenza di una forza vendita specializzata.

Suddivisione dei clienti business (n. Imprese)



Con l'obiettivo di servire al meglio il mercato Business, Vodafone Italia ha ulteriormente rafforzato il suo impegno per offrire a Titolari di Partita IVA, Piccole, Medie e Grandi Aziende soluzioni integrate fisso-*mobile* dati, un servizio specializzato e un portafoglio di offerte che garantisca ai clienti la certezza della spesa.

Grandi Aziende

Vodafone Italia ha definitivamente consolidato la propria leadership attraverso un nuovo modello per servire i clienti, un portafoglio in continua evoluzione con le esigenze del mercato, focalizzato sempre più sulle richieste di ogni singola industry:

Nuovo servizio di assistenza "dedicato"

- la continua ricerca della soddisfazione dei clienti ha portato al lancio e al consolidamento di un **nuovo modello di servizio** dedicato ai grandi clienti, unico sul mercato e innovativo nei contenuti. Il nuovo modello, oltre a prevedere un'assistente dedicato che segue il cliente in modo continuo e strutturato per soddisfare tutte le sue richieste, ha inoltre reso disponibile nuove funzionalità on-line, per rendere il cliente sempre libero di gestire la propria spesa telefonica in maniera veloce e efficace, in totale autonomia;
- la proposizione per le Grandi Aziende si è evoluta ulteriormente con l'introduzione della soluzione **Global Machine-to-Machine Service** per la gestione di servizi e connettività M2M dentro e fuori i confini nazionali e per servire clienti su grande scala. L'unicità della soluzione è legata all'utilizzo di SIM globali che consentono di realizzare progetti su scala internazionale, un'infrastruttura di rete centralizzata a livello globale e una squadra di oltre 150 specialisti distribuiti su oltre 15 Paesi, dedicati esclusivamente al mercato M2M.

Piccole-Medie Aziende

Offerta fisso - mobile integrata

Sul segmento Piccole-Medie Aziende Vodafone ha rafforzato il suo posizionamento di operatore unico di riferimento per tutte le esigenze di comunicazione di fisso, *mobile* e dati.

Le principali novità che hanno caratterizzato l'acquisizione di nuovi clienti:

- **portafoglio completo** per tutte le esigenze, con un ampio ventaglio di soluzioni differenziate per contenuto e livello di prezzo;
- **offerta fisso-mobile sempre più integrata**, sia dal punto di vista del livello di convenienza tariffaria che del livello di servizio;
- **offerta smartphone sempre più completa** e in linea con la velocità di evoluzione dei device: smartphone, Internet key e tablet esclusivi di ultima generazione integrati nell'offerta tariffaria, ampiezza di portafoglio su tutte le fasce di prezzo e elevata differenziazione di marca.

Partita IVA

L'azione sul segmento Partita IVA si è basata su un approccio strategico guidato dalla centralità del cliente. Nel corso dell'anno è stato lanciato il nuovo portafoglio di Offerta Vodafone Partita IVA "Extra" che rappresenta un insieme di soluzioni 'tutto incluso', minuti, messaggi, mail, *mobile* Internet e smartphone di ultima generazione.

Soluzione "tutto
incluso": minuti,
SMS, *mobile*
Internet
e smartphone

La tutela e la protezione dei dati del cliente

La protezione dei dati dei clienti assume un valore fondamentale all'interno del contesto in cui Vodafone Italia opera. La valenza attribuita agli investimenti sostenuti in questo ambito diviene strategica e rimane un fattore di differenziazione tra le aziende operanti nel settore: Vodafone Italia ha trasformato gli obblighi di legge in opportunità, investendo ingenti risorse per rendere servizi e prodotti di qualità e sicuri. In quest'ottica, le spese per l'adeguamento alle modifiche legislative o per l'implementazione di un nuovo modello di governance sono in grado di generare valore in ottica strategica.

Durante l'anno è continuata l'attività di progettazione e realizzazione di attività e campagne di Training & Awareness sui temi della privacy e della sicurezza, utilizzando diversi canali e piattaforme di erogazione e distribuzione, in modo da raggiungere specifici target di popolazione aziendale.

Inoltre, con l'obiettivo di garantire la sicurezza dei dati affidati alle terze parti, sono state intensificate le attività di sorveglianza sulla Privacy (ad esempio tramite audit) con una particolare attenzione sui fornitori esterni che trattano i dati personali dei clienti.

3 mln €

Nel 2012 Vodafone Italia ha investito circa 3 milioni di euro per la protezione dei dati relativi alle carte di credito dei clienti

Global Security Operation Center

Vodafone ha rafforzato le proprie misure di sicurezza informatiche con progetti internazionali che hanno portato alla costituzione di un centro di gestione centralizzato per il monitoraggio degli incidenti informatici, denominato Global Security Operation Center.

Le attività di formazione e sensibilizzazione del personale sul tema della sicurezza dei dati

Nel corso dell'anno sono coinvolte oltre 3.600 persone in attività di formazione relative alle tematiche di security. Un'attenzione particolare è stata data ai Competence Center coinvolti in attività di formazione sulla privacy, con la partecipazione di 1.525 persone e attraverso corsi dedicati su altre tematiche specifiche quali la sicurezza informatica.

"Get the C code"

Campagna sulla confidenzialità e il trattamento dei dati aziendali realizzata attraverso l'affissione di poster in tutte le sedi principali e con materiali dedicati a facilitare la classificazione dei documenti (quick guide) su "Noilab" e sulla Intranet.

"Supermobile in sicurezza"

Campagna dedicata alla protezione dei dati informatici ed al *mobile computing* attraverso il Noilab e una newsletter dedicata.

"Security Pills"

Campagna relativa alle principali regole di sicurezza e protezione dei dati dei clienti distribuite a tutti i Competence Center e allegate ai contratti con terze parti.

"Il decalogo della sicurezza"

Flyer dedicato ai canali di vendita Consumer ed Enterprise contenente le fondamentali regole sulla privacy, la gestione documentale e la protezione dei dati personali dei clienti.

Sensibilizzazione dei negozi

Brochure "Norme di comportamento generale – Tutto quello che devi sapere per proteggere il tuo negozio e i tuoi clienti" rivolta a tutti i negozi di proprietà Vodafone Italia per adottare comportamenti organizzativi finalizzati alla protezione dei dati personali dei clienti.

Per quanto riguarda le campagne di awareness rivolte verso il mondo esterno, in accordo con il Servizio Centrale della Polizia Postale e delle Comunicazioni, condividendo l'attenzione all'innovazione, alle tecnologie e alla diffusione di una cultura digitale, Vodafone Italia ha svolto una serie di conferenze che hanno coinvolto tutti i 20 compartimenti presenti sul territorio nazionale, affrontando temi sulle prestazioni obbligatorie, la security neutrality, il cybercrime e le sinergie tra pubblico e privato.

4.3 I Fornitori

La responsabilità sociale nella gestione dei fornitori

Vodafone, quale grande azienda di telecomunicazioni, 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.

Cosa si aspetta Vodafone dai suoi fornitori

- Fondamentale rispetto dei diritti umani
- Etica nelle pratiche di business
- Responsabilità nelle policy di Health and Safety
- Applicazione di policy e procedure di gestione degli impatti ambientali
- Promozione di impatti positivi nelle comunità in cui si opera
- Impegno nelle pari opportunità per i propri dipendenti
- Intolleranza verso la corruzione

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 per entrare a far parte della lista di "vendor 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.

Le principali novità dell'anno fiscale 2011- 2012 per una gestione responsabile della catena di fornitura sono le seguenti:

- è stata adottata una piattaforma che consente l'integrazione del processo di valutazione dei fornitori con il processo di qualifica dei fornitori;
- è stata elaborata una nuova procedura aziendale per la qualifica di appaltatori e subappaltatori conforme ai requisiti di salute e sicurezza previsti D. Lgs. 81/08 e che contempla la redistribuzione delle responsabilità nella funzione Supply Chain Management (SCM), l'erogazione di corsi di formazione a tutte le risorse SCM, il coinvolgimento di tutti i "clienti interni", l'assegnazione

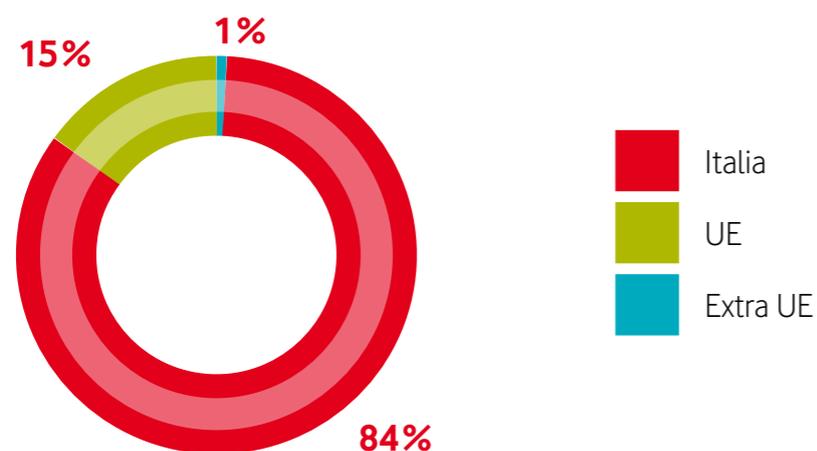
- formale delle deleghe aziendali in ambito salute e sicurezza;
- è stato sostituito il sistema sanzionatorio "Penalty System" con il sistema "Remedy System", che prevede maggiori controlli e azioni correttive con l'obiettivo di incentivare i fornitori al rispetto dei requisiti H&S e all'adozione di un proprio sistema di gestione salute e sicurezza.

84% Forniture ordinate da realtà industriali italiane o sussidiarie italiane di realtà multinazionali

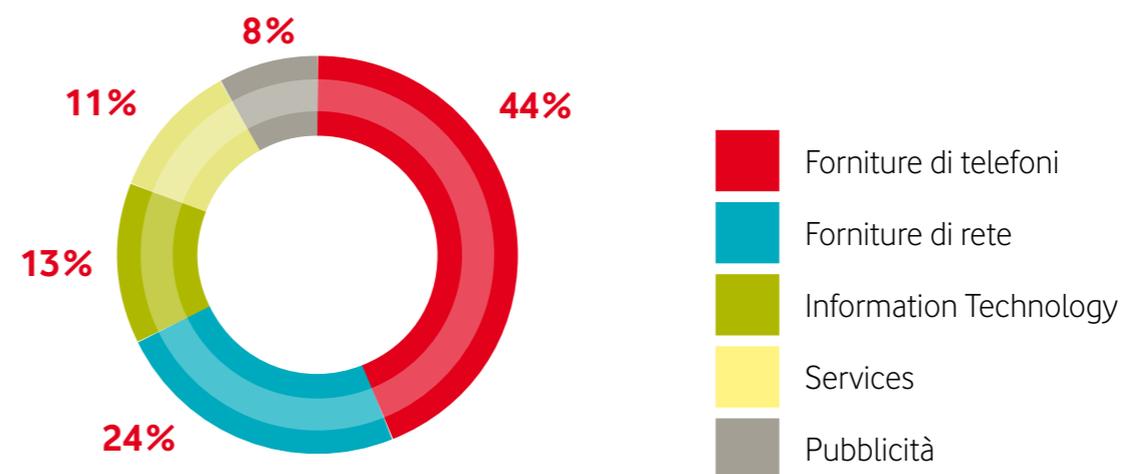
Gli acquisti di Vodafone Italia e la valorizzazione dell'economia locale

I primi 20 fornitori di Vodafone Italia rappresentano il 66% del valore ordinato pari ad una spesa di 1.874 milioni di euro con prevalenza per le forniture di telefoni (44%) e le forniture di rete (24%). Tutti i servizi di rete implicano l'utilizzo di fornitori locali per garantire meglio il rispetto delle normative di sicurezza (come il D. Lgs. 81/2008) e per rendere più efficace il processo interno di implementazione. Anche buona parte dei servizi commerciali vengono gestiti da fornitori locali.

Provenienza dei fornitori per valore ordinato - 2012



Tipologia di fornitura per valore ordinato (% sui primi 20 fornitori) - 2012





People

7.648

Dipendenti
di Vodafone Italia

5,6 mln €

Investimento
nella formazione

7,8 mln €

Investimento della
Fondazione Vodafone
Italia in progetti sociali

5. People

5.1 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 in grado di valorizzare i differenti profili professionali. In termini di composizione, il personale si caratterizza per eterogeneità di esperienze formative e differenti background culturali.



54% Dipendenti donne

335 Persone con contratto di somministrazione

39 anni Età media

Il livello minimo d'istruzione del personale impiegato è il diploma e il 36% dei dipendenti ha conseguito la laurea.

La quasi totalità dei dipendenti è di nazionalità italiana, a conferma del forte radicamento territoriale che caratterizza da sempre Vodafone Italia. Negli ultimi anni si evidenzia un continuo aumento del numero di giovani con età inferiore ai 25 anni, principalmente legato alle assunzioni tramite il Vodafone Discover Program (evoluzione del Graduate Program), creato per inserire giovani laureati e laureandi all'interno del Gruppo.

L'attenzione alle persone passa anche attraverso l'impegno a garantire la stabilità, nel tempo, delle relazioni di lavoro. A conferma di ciò, la quasi totalità dei dipendenti è assunta con contratto a tempo indeterminato.

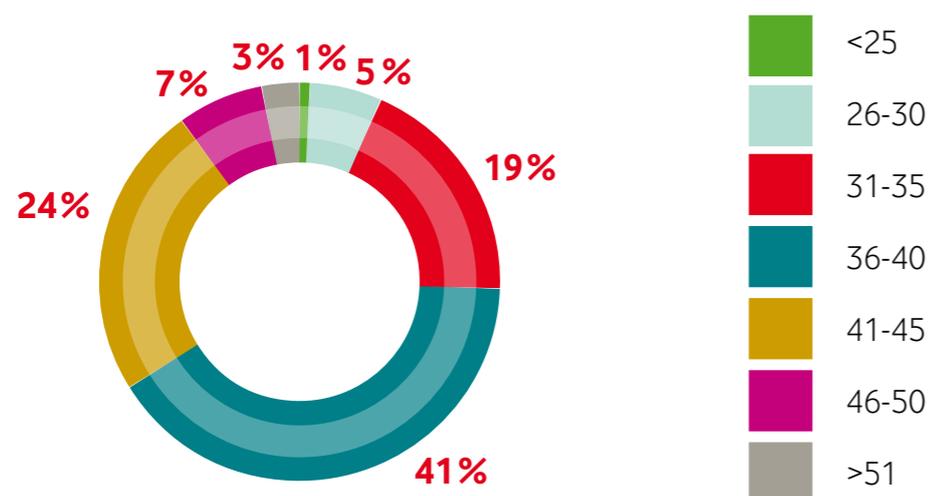
99% Percentuale di dipendenti assunti a tempo indeterminato

95% Dipendenti dei Competence Center di Vodafone Italia assunti a tempo indeterminato

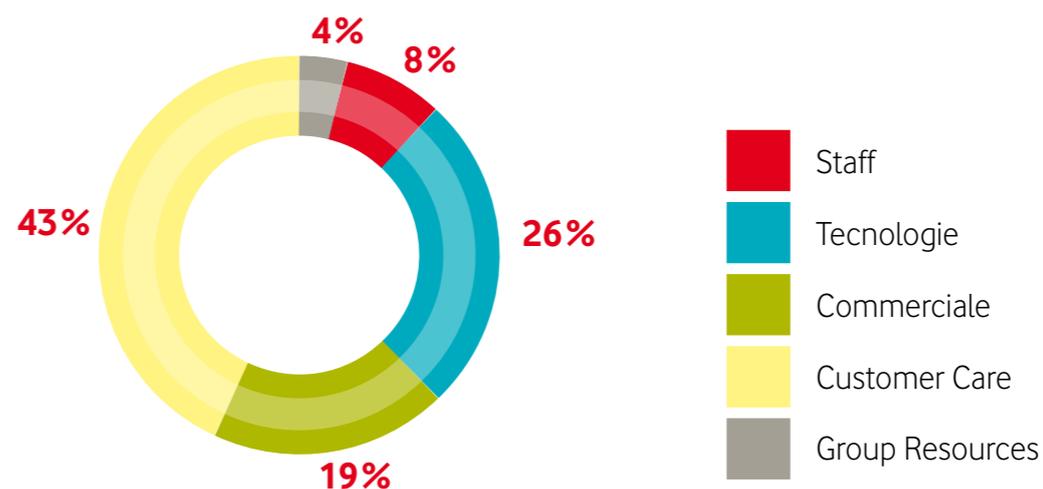
25% Percentuale di dipendenti assunti con contratto part-time

97,8% Percentuale del management di nazionalità italiana

Dipendenti per fascia di età - 2012



Dipendenti per funzione di appartenenza - 2012



Diversity

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. I dipendenti hanno a disposizione diversi canali attraverso cui comunicare eventuali episodi di discriminazione, tra i quali le comunicazioni scritte all'Organismo di Vigilanza e le segnalazioni su una sezione dedicata della Intranet aziendale. Ad ogni modo, durante l'anno non si sono verificati episodi di discriminazione.

28% Dirigenti donne

34% Quadri donne

36% I primi riporti del CEO hanno il 36% di donne fra le loro prime linee

Management al femminile

Il 50% delle nuove posizioni manageriali e il 44% delle nuove posizioni di middle management nel 2011-2012 sono state ricoperte tramite assunzione o promozione di candidate donne.

Le iniziative al femminile e attività di wellbeing

Vodafone Italia è da tempo impegnata nell'individuazione di modelli di lavoro volti a favorire una migliore gestione ed integrazione fra la vita lavorativa e la vita privata dei propri dipendenti, con particolare riferimento alle lavoratrici madri con figli a carico. La collaborazione con le organizzazioni sindacali ha consentito, nel tempo, l'individuazione di soluzioni coerenti ed equilibrate attraverso il raggiungimento di specifici accordi.

Valore D

Vodafone è socio fondatore e contribuisce ogni anno al progetto "Valore D", i cui scopi sono:

- supportare le aziende nello sviluppo di percorsi di crescita per i loro talenti femminili;
- sostenere le donne nel loro percorso verso il vertice aziendale;
- creare consenso intorno a un comune obiettivo, al fine di elevare la discussione pubblica sul tema e promuovere il cambiamento.

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, è prevista inoltre 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.

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.

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.

Le politiche di assunzione

Lo sviluppo e l'attuazione di politiche di assunzione trasparenti rappresenta una prerogativa per Vodafone Italia.

Nel pieno rispetto delle pari opportunità e della valorizzazione delle diversità sono ricercate persone ad alto potenziale sia per profili junior che senior. I criteri su cui si basa la selezione dei candidati sono la professionalità e l'idoneità alla posizione ricercata.

La strategia di recruiting di Vodafone si è focalizzata sul garantire ai candidati un'esperienza all'altezza del brand. Il progetto "Candidate Experience" mira proprio ad esprimere in maniera consistente e coerente la "personalità del brand" Vodafone in tutti i punti di contatto con il candidato durante il processo di assunzione; l'obiettivo del progetto è far sperimentare al candidato un'esperienza di selezione unica e di valore, coerente con la personalità di brand e indipendentemente dall'esito del processo.

In particolare, il progetto "Candidate Experience" si articola nelle seguenti iniziative:

Nuovo Career Website

Il sito (lavoraconnoi.vodafone.it) presenta informazioni e contenuti specifici pensati per i diversi profili (studenti e neolaureati, MBA, professional & manager), una descrizione chiara del processo di selezione e delle posizioni aperte, contenuti multimediali, storie personali e immagini dei dipendenti.

Desmo Award 2011

Vodafone Italia ha vinto il Desmo Awards 2011 nella categoria Best Employer Branding Program. Il riconoscimento è stato conferito per i progetti di employer branding realizzati da Vodafone Italia (tra cui la Vodafone Youniversity) per la loro capacità di attrarre in modo coinvolgente gli studenti, utilizzando il web.

HR Innovation Award

La ricerca dell'Osservatorio HR Innovation Practice della School of Management del Politecnico di Milano ha approfondito temi quali l'evoluzione dei modelli organizzativi e gli impatti dei nuovi strumenti ICT sui processi di gestione e sviluppo delle risorse umane, coinvolgendo 108 Direttori HR di aziende operanti in Italia. Una giuria, composta da ricercatori e docenti della School of Management del Politecnico di Milano, ha premiato Vodafone Italia come azienda tra le più innovative e ICT-oriented.

Vodafone & Supermobile Experience

Il percorso all'interno del nuovo Vodafone Village permette al candidato di vivere e conoscere l'azienda da vicino, con i suoi prodotti e servizi. Durante questa

esperienza, l'utilizzo di device (smartphone e tablet) a supporto del colloquio di selezione semplifica i processi interni e consente una prima "presa di contatto" del candidato con gli strumenti che sono parte del business aziendale.

Candidate Experience Education Program

Il programma (che sta coinvolgendo circa 600 manager) prevede un workshop di una giornata per tutti i manager, durante il quale si lavora sulle modalità che consentono ai candidati di vivere un'eccellente esperienza di recruiting e sulle tecniche di selezione adottate in azienda. Partecipando a questo workshop i manager ottengono una certificazione interna che li abilita a sostenere i colloqui di selezione.

Candidate Net Promoter Score

Al termine del processo di selezione, indipendentemente dall'esito, viene inviata a ciascun candidato una breve survey online in cui è richiesta una valutazione dell'esperienza di selezione. A breve la certificazione delle competenze di "Candidate Experience" verrà estesa anche agli Head Hunter esterni partner di Vodafone.

270 Persone assunte da Vodafone Italia nel corso dell'anno, di cui il 48% sono donne

130% Rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti e lo stipendio minimo locale

70% Persone assunte nel corso dell'anno con contratto a tempo indeterminato

L'inserimento graduale di personale con un background internazionale consente a Vodafone Italia di arricchire il proprio capitale umano e la sua capacità di innovare. Nell'anno, sono stati inseriti con contratto a tempo indeterminato 14 dipendenti provenienti da Paesi esteri.

È importante segnalare che nel 2011-2012, Vodafone ha riaperto le posizioni di internship dedicate agli studenti degli ultimi due anni della laurea specialistica attraverso il Vodafone Internship Program, che offre uno stage retribuito su tutte le aree funzionali dell'azienda e tutte le sedi e dà, inoltre, la possibilità di scrivere

Two+

Con l'obiettivo di promuovere l'integrazione fra differenti generazioni, il programma consente ad ogni neoassunto di essere accompagnato da un collega senior di Vodafone (il "Buddy") nel suo percorso di inserimento in azienda. Nei primi sei mesi il Buddy aiuta il neoassunto a orientarsi, inserirsi e comprendere la cultura dell'azienda (Vodafone Way); negli altri sei mesi sarà il neoassunto a trasferire al proprio Buddy la sua esperienza, punti di vista e idee innovative. Il beneficio del programma è duplice: il neoassunto può comprendere meglio la cultura di Vodafone, sviluppare una migliore comprensione dell'organizzazione e migliorare il suo network interno, mentre il Buddy ha la possibilità di confrontarsi con un nuovo modo di pensare e di lavorare, sviluppare nuove conoscenze ed esperienze. Nel 2011-12 il programma ha coinvolto 128 coppie di neoassunti e senior e proseguirà anche per il nuovo anno fiscale.

la tesi di laurea sulla base dell'esperienza svolta.

Nel 2011-2012, hanno lasciato Vodafone Italia 677 dipendenti, per la maggior parte uomini, e il tasso di turnover è stato del 3,7% circa. L'aumento di uscite rispetto all'anno precedente è motivato, in particolare dalla cessione del ramo d'azienda "Field Operation" alla società Ericsson.

Il Discover Program e la Youniversity

Il "Vodafone Discover Program", alla sua terza edizione, favorisce l'inserimento in azienda di profili formativi differenziati, anche perseguendo una graduale internazionalizzazione del proprio personale. Obiettivo del progetto è inserire a tempo indeterminato laureandi e neolaureati, offrendo loro la possibilità di intraprendere un percorso di crescita interfunzionale interno alla Società: dopo due mesi presso i Competence Center, nelle vendite e nei negozi è prevista una job rotation all'interno di due progetti della durata di almeno 5 mesi l'uno, in due dipartimenti funzionali diversi da quello di destinazione finale.

Il Vodafone Discover Program rappresenta anche un canale privilegiato per acce-

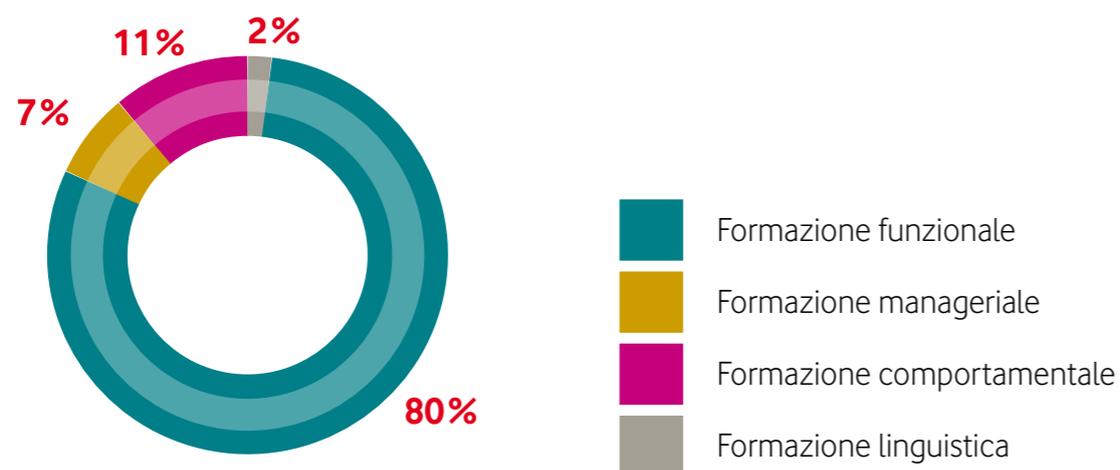
dere al progetto Columbus, iniziativa internazionale che dà la possibilità di lavorare per 18/24 mesi all'estero presso la sede di uno dei 30 Paesi dove è presente il Gruppo Vodafone.

Youniversity è, invece, la community online nata con lo scopo di mettere in contatto tutti i neoassunti del Discover Program del Gruppo Vodafone e conta, ad oggi, 1.500 iscritti.

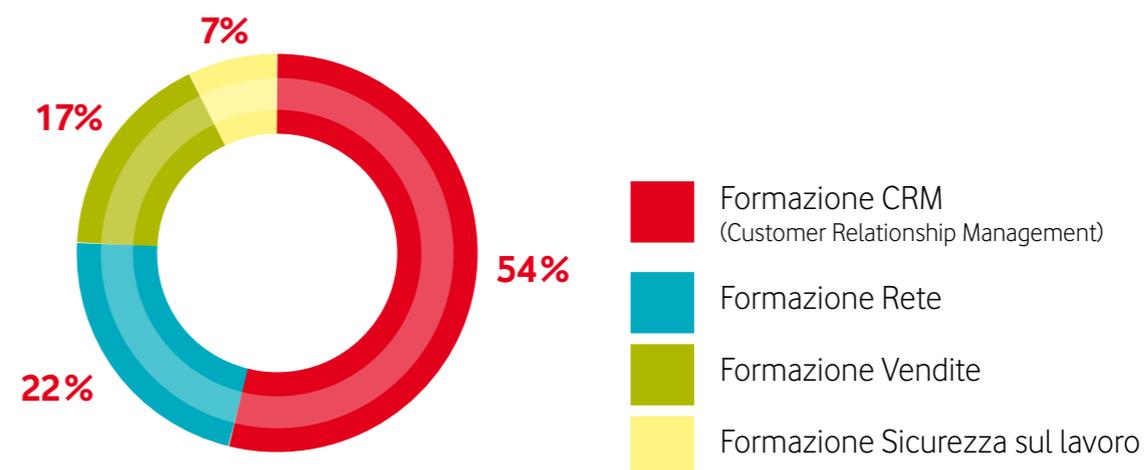
I numeri del Discover Program

Nel corso dell'anno, sono stati coinvolti nel Vodafone Discover Program 81 giovani neolaureati, di cui la gran parte provenienti dall'Italia e gli altri da Spagna, Romania, Austria, Venezuela, Regno Unito e India e prevalentemente studenti di economia e management e ingegneria.

Aree di formazione - 2012



Formazione funzionale - 2012



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, Vodafone ritiene la formazione una leva strategica: garantire lo sviluppo delle competenze dei propri dipendenti significa, infatti, garantire a tutti la possibilità di essere più efficaci nel ricoprire il proprio ruolo e nell'assicurare ai clienti la qualità del servizio.

L'offerta formativa, ogni anno, si fonda sui bisogni del mercato locale e globale, sugli stimoli che emergono dalla survey dei dipendenti e sui contributi di tutti gli stakeholder, che vengono raccolti attraverso i molteplici canali di comunicazione interna. Grazie a ciò, l'offerta formativa è sempre funzionale alle necessità reali di sviluppo delle persone.

Nel 2011-2012 l'offerta formativa è stata costruita ponendo particolare attenzione a quattro specifiche aree:

Business

Per approfondire le conoscenze del mercato, con particolare attenzione alla sua dimensione evolutiva; in questo filone un investimento significativo è stato dedicato all'area Supermobile.

CRM

Per non smettere mai di migliorare le capacità di gestire al meglio la relazione con i clienti e rispondere con soluzioni eccellenti ai loro bisogni.

Managerial & Organizational Enablers

Per rafforzare le abilità manageriali di guida, sviluppo e motivazione dei collabo-

ratori (Managerial Enablers) e fornire alle persone gli strumenti per aumentare l'efficacia e l'autorevolezza personale (Organizational Enablers).

Orientation Programs

Per supportare i colleghi nei momenti più significativi e delicati della loro vita organizzativa (percorsi formativi per neoassunti, neo-manager e neo-graduates).

Una particolare attenzione è stata anche dedicata alla costruzione di programmi in grado di facilitare gli scambi generazionali (progetto Two+) e la condivisione delle differenze come risorse per migliorare ogni giorno il livello dei risultati e la qualità della vita organizzativa.

125 mila

Giornate di formazione erogate a personale interno ed esterno

+9%

Aumento delle giornate di formazione rispetto allo scorso anno

5,6 mln €

Investimento per attività di formazione dell'anno

6,6

Giornate di formazione medie annue per dipendente (personale interno)

Sistemi di valutazione e incentivazione

Vodafone Italia attua una politica retributiva che mira a riconoscere, in modo equo e concreto, l'impegno e il contributo delle persone al successo dell'azienda.

La retribuzione mensile costituisce la parte fissa del sistema retributivo ed è erogata sulla base delle previsioni contrattuali e di riconoscimenti meritocratici monetari, quali bonus e aumenti. Il livello retributivo è differenziato in base al ruolo ricoperto, alle responsabilità assegnate, alle competenze acquisite, alle performance e agli obiettivi individuali raggiunti. Anche il mercato esterno rappresenta un riferimento molto importante.

Ad integrazione della retribuzione mensile, sono previsti elementi variabili quali:

Premio di Risultato (PDR)

Il Premio di Risultato consiste in un ammontare variabile legato a obiettivi annuali di performance economico-finanziarie (EBITDA e Total Communication Revenues) e di qualità del servizio (Customer Delight Index – CDI). Questo istituto è regolato in accordo con le Organizzazioni Sindacali.

Short Term Incentive Plan (STIP)

Il Piano di incentivazione a breve termine è una formula di retribuzione variabile che viene assegnata in funzione del ruolo organizzativo. Può essere annuale, se destinato alla popolazione manageriale e incentrato principalmente su indicatori economico-finanziari aziendali, o semestrale, se 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, correlato alla valutazione della performance individuale.

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.

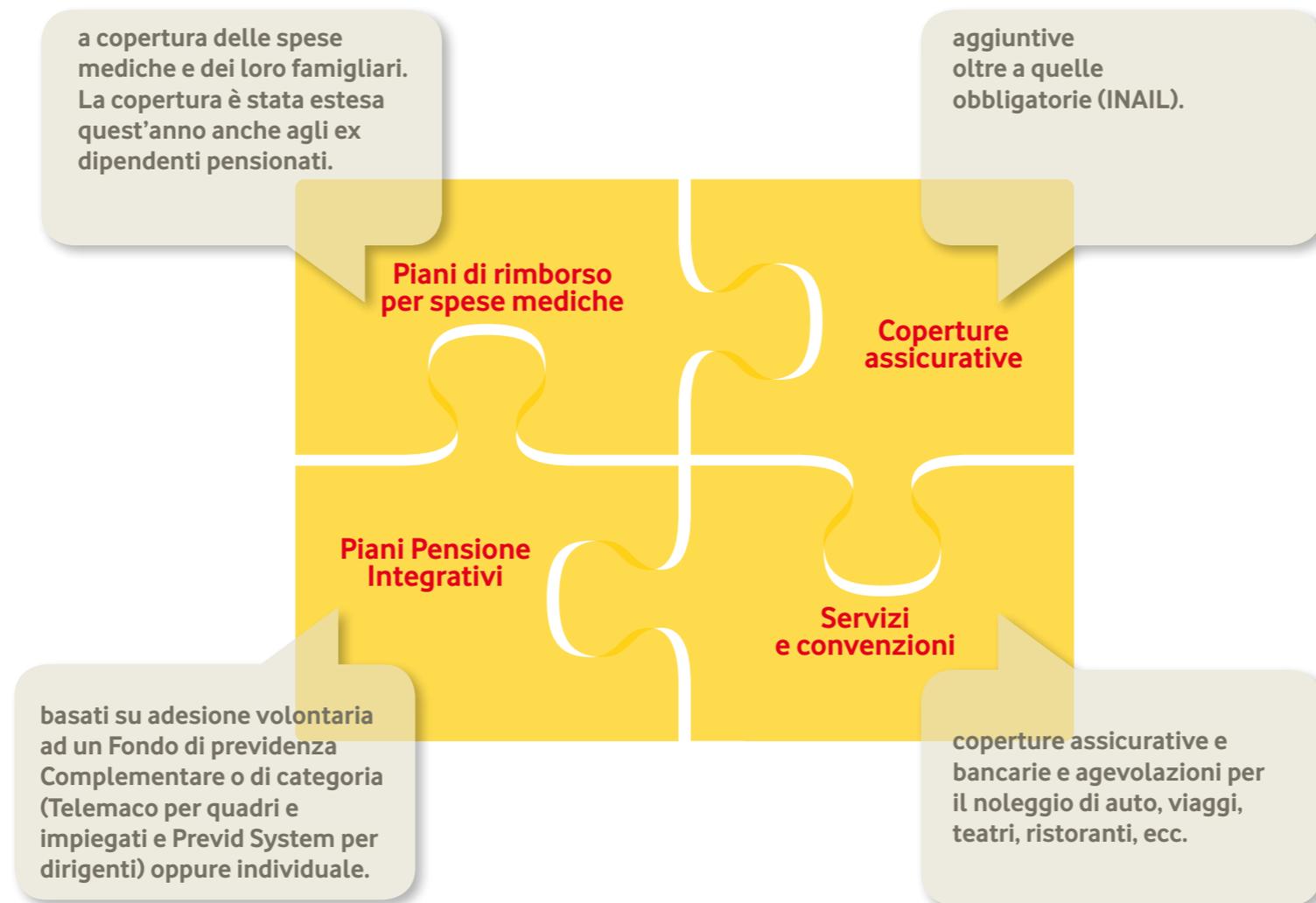
Piani azionari

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

Nel corso di quest'anno è stato sviluppato 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 Total Reward è formato anche da elementi non monetari che hanno l'obiettivo di proteggere e tutelare le persone e di migliorare la qualità della vita, favorendo l'equilibrio fra vita familiare e professionale:



Performance Dialogue

Anche nell'anno fiscale 2011-2012, 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.

6.700

Dipendenti che hanno concluso il processo di valutazione nel corso dell'anno

Coach the Vodafone Way

Coach the Vodafone Way è un percorso di sviluppo pensato per tutti i manager che gestiscono persone che ha l'obiettivo di favorire lo sviluppo del "Capo come Coach" e sviluppare comportamenti manageriali efficaci in linea con la Vodafone Way.

Il programma si articola in tre giornate distribuite in un arco temporale di 6 mesi, nelle quali i partecipanti condividono le loro esperienze per imparare ad individuare e gestire con efficacia situazioni reali di coaching, lavorando sulla corretta diagnosi del problema e sull'individuazione di piani di azione migliorativi.

Nel corso dell'anno sono stati coinvolti 150 manager HR e di linea con una giornata di formazione sul Coaching e sui valori della Vodafone Way, oltre 360 persone che gestiscono risorse umane, con 3 giornate per ognuna in un periodo di 6 mesi e 60 coach volontari.

La crescita del potenziale in Vodafone

Il potenziale è un elemento che sta diventando sempre di più distintivo per i percorsi di carriera sia dei Senior Manager, sia per il Middle Management. Il workshop sul potenziale, della durata di mezza giornata, ha visto coinvolte 400 persone e ha avuto l'obiettivo, attraverso teoria ed esercitazioni concrete, di diffondere la cultura del potenziale e di far conoscere le principali leve da utilizzare per la sua valorizzazione.

Vodafone People Survey

La misurazione del clima aziendale e del livello di "Engagement" è avvenuta anche quest'anno ascoltando le persone attraverso la "Vodafone People Survey", l'indagine di clima condotta annualmente sui dipendenti assunti a tempo indeterminato o con contratto d'inserimento presenti nel Gruppo a fine giugno 2011.

Il questionario ha registrato, in questa nuova edizione svoltasi in ottobre, un ulteriore miglioramento rispetto al passato: tutti i principali indicatori (Engagement Index, Manager Index, Employee Net Promoter Score) sono cresciuti confermando un elevato attaccamento delle persone a Vodafone Italia e sono nettamente migliorati anche rispetto ai risultati delle altre società del Gruppo.

L'**Engagement Index (EI)** valuta la soddisfazione generale nei confronti di Vodafone, la valutazione dell'azienda come posto di lavoro, l'orgoglio di lavorare per Vodafone Italia, l'intenzione di consigliare Vodafone come posto di lavoro ai propri amici e conoscenti, l'intenzione di continuare a lavorare per Vodafone nel futuro e la volontà di dare nel proprio lavoro quotidiano anche di più di quanto richiesto. Il risultato di quest'anno è migliorato di 2 punti percentuali rispetto allo scorso anno.

Il **Manager Index (MI)** è un indicatore che offre la possibilità ai manager di ricevere dalle persone del proprio team un riscontro su aspetti di lavoro direttamente influenzabili da loro. In questo modo i responsabili possono trarre spunti di miglioramento delle loro capacità manageriali. Il risultato di quest'anno è migliorato di 2 punti percentuali rispetto allo scorso anno.

L'**Employee Net Promoter Score (ENPS)** indaga quanto i dipendenti sono portati a raccomandare i prodotti e i servizi Vodafone a parenti, amici e conoscenti. L'indicatore è cresciuto di 5 punti percentuali rispetto al passato.

La promozione della salute e sicurezza

La strategia e le azioni per la tutela della salute e sicurezza sul lavoro

La salute e la sicurezza sul lavoro sono temi fondamentali di cui l'azienda si occupa da sempre quale parte integrante del business e della strategia.

La strategia di prevenzione riveste infatti 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.

L'attività si sviluppa attraverso alcuni punti fondamentali che garantiscono il mantenimento e il miglioramento degli standard raggiunti:

- sul tema della sicurezza sul lavoro, Vodafone Italia ha ottenuto negli anni un trend di riduzione significativa degli infortuni in orario di lavoro, anche grazie all'attenzione rivolta alla progettazione, realizzazione e manutenzione degli spazi (sedi, call center e siti tecnici);
- è stata rivolta estrema attenzione alla sicurezza degli appaltatori, coinvolgendoli fortemente al rispetto delle Absolute Rules che riguardano le aree a maggiore rischio (sicurezza alla guida, ai lavori in quota ed elettrici) e per le quali saranno promosse campagne di comunicazione;
- sono continuate le attività di sensibilizzazione ed engagement di tutti i dipendenti e manager affinché tutti i dipendenti si facciano promotori della tutela della salute e sicurezza sul lavoro.

Indagine sul benessere organizzativo

A fine 2011, in continuità con il precedente progetto sui Competence Center, è partito il progetto "Benessere organizzativo in Vodafone" la cui finalità è stata quella di valutare lo stato di salute e benessere lavorativo delle persone che lavorano in Vodafone Italia e di indicare eventuali obiettivi di miglioramento delle condizioni di lavoro. L'indagine è stata condotta mediante questionario e ha riguardato un campione pari al 17,2% della popolazione aziendale, rappre-

sentativo per sesso, età, sede, direzione, qualifica e funzione. I risultati ottenuti saranno di supporto alla definizione di eventuali misure preventive e correttive ai fini della gestione del rischio stress lavoro-correlato ai sensi del D.Lgs. 81/2008.

Salute e benessere delle persone

Sul tema della salute e del benessere delle persone, l'obiettivo è di promuovere una diffusa cultura della salute non solo legata ai rischi professionali, ma finalizzata a offrire ai dipendenti un servizio di prevenzione e di attenzione attraverso nuovi strumenti di telemedicina e di informazione virtuale rivolta ai temi della prevenzione oncologica, cardiologica e di educazione alimentare.

Premio al sistema Contractors Control di Vodafone Italia

Anche nel 2011-2012, l'impegno di Vodafone è stato riconosciuto esternamente con il premio della Prefettura di Pisa nell'ambito del progetto "Buone prassi per la sicurezza e la salute nei luoghi di lavoro". Il premio è stato assegnato al sistema Contractors Control, che monitora i fornitori che svolgono attività di natura operativa su committenza di Vodafone al fine di garantire che le loro attività siano rispondenti agli obblighi legislativi in tema di salute e sicurezza sul lavoro e ai requisiti del sistema di gestione salute e sicurezza di Vodafone Italia.

Audit interni di verifica del Sistema di Gestione Salute e Sicurezza

Il Dipartimento di Safety ha condotto un'attività di verifica della conformità alla normativa SSL e allo standard internazionale BS OHSAS 18001/2007. La verifica ha coinvolto a livello nazionale il Dipartimento di Network Development (Technology) e il Dipartimento di Facilities analizzati sui seguenti punti della norma: identificazione dei pericoli e valutazione dei rischi, identificazione dei requisiti normativi e verifica conformità. Le risultanze hanno evidenziato il soddisfacimento dei requisiti della norma.

Annualmente Vodafone Italia svolge, in conformità a quanto previsto dall'art. 35 del D.Lgs. 81/08, le riunioni periodiche di sicurezza a cui partecipano i datori di lavoro, i medici competenti, i responsabili del Servizio di Prevenzione e Protezione e i Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS). Nell'ambito delle riunioni si affrontano tematiche di Salute e Sicurezza quali, ad esempio, la valutazione dei rischi, l'andamento degli infortuni, la formazione e i dispositivi di protezione individuale.

La formazione sui temi di salute e sicurezza

Nel corso dell'anno sono state effettuate 854 giornate di formazione (corrispondenti a 6.802 ore), che hanno coinvolto 1.133 persone in attività di formazione SSL: 418 giornate di formazione sulla prevenzione del rischio correlato all'attività svolta e 436 giornate di formazione sul ruolo e sulle responsabilità nell'ambito del Sistema di Gestione SSL.

Le attività principali di formazione sulla salute e sicurezza, condotte nel corso dell'anno fiscale 2011-2012, riguardano i seguenti ambiti:

- guida sicura rivolta a personale che utilizza l'auto in modo continuativo per motivi di lavoro;
- benessere organizzativo, rivolto ai Team Leader del Customer Care in collaborazione con Customer Operations e il Servizio di Medicina Occupazionale;
- aggiornamento Addetti Emergenza e Primo Soccorso;

- ruoli e responsabilità nell'ambito del Sistema di Gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro;
- aggiornamento per addetti del Servizio Prevenzione e Protezione e per i Rappresentanti dei Lavoratori della Sicurezza;
- principi di igiene vocale e utilizzo corretto della voce per gli operatori di call center.

Il totale delle giornate di formazione è diminuito rispetto allo scorso anno principalmente a causa delle modifiche organizzative che hanno visto la scomparsa di attività lavorative con obbligo di formazione; la riduzione è anche conseguenza delle intense attività di formazione degli anni precedenti e all'incremento della popolazione formata, che ha necessitato solo di aggiornamenti periodici o di formazione specifica a seguito del cambio mansione.

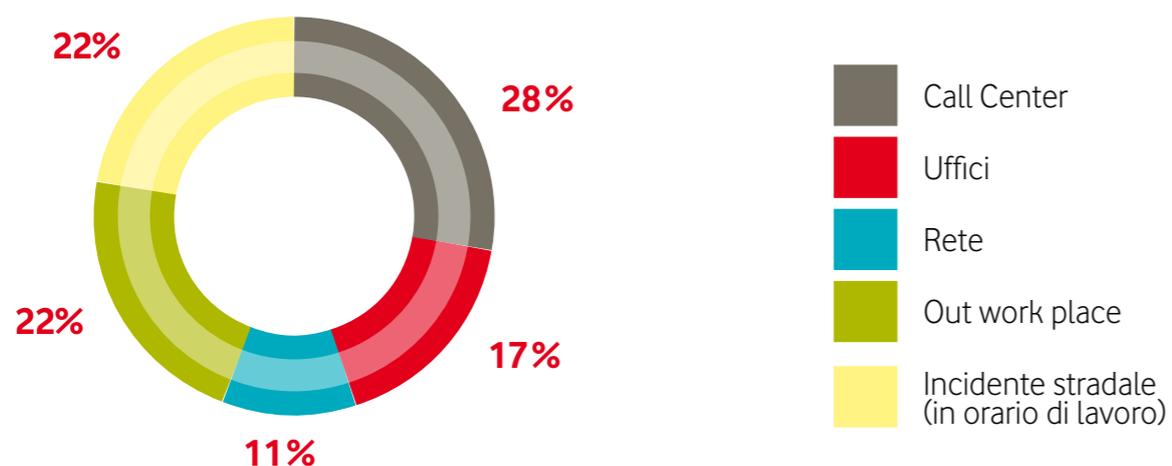
Nell'ambito dei progetti formativi trasversali della Direzione Safety, Security&Facilities dedicati ai team leaders di Customer Operations, alle figure manageriali delle Direzioni Consumer ed Enterprise e alle figure gestionali di Human Resources, una specifica sezione è stata dedicata alle tematiche sul ruolo e la responsabilità nell'ambito del Sistema di Gestione Salute e Sicurezza sul Lavoro coinvolgendo complessivamente 100 persone.

I risultati ottenuti

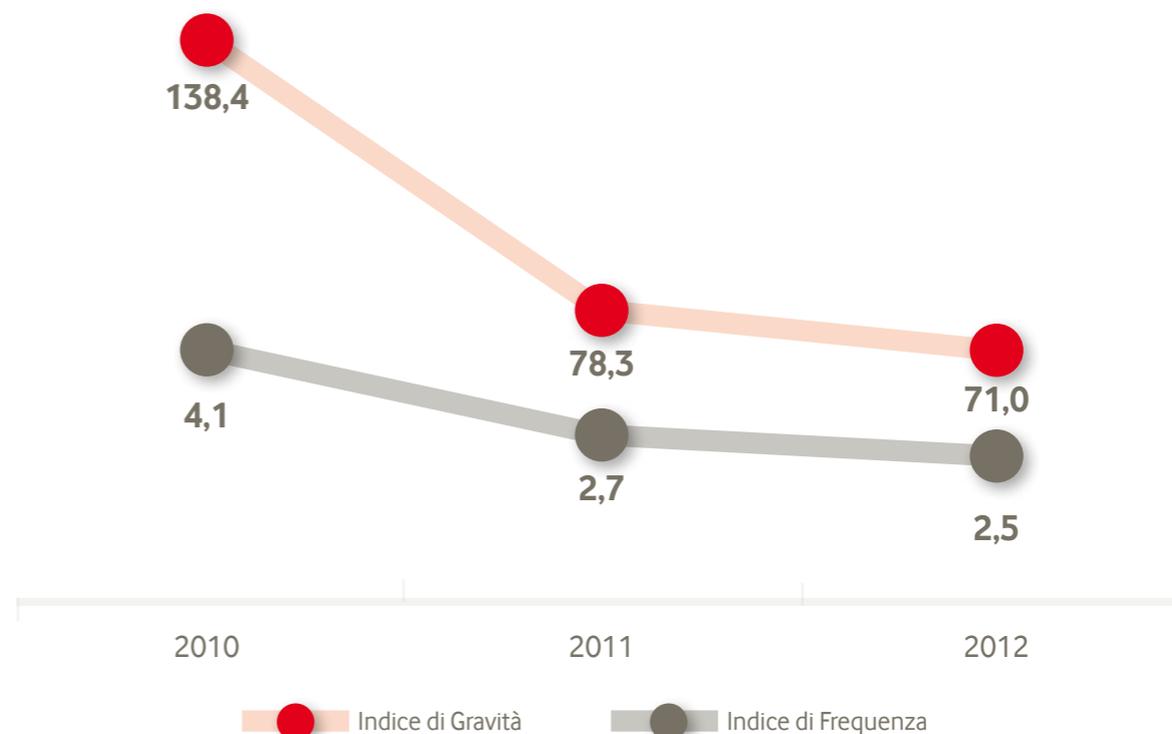
Nel corso dell'anno fiscale, Vodafone Italia ha registrato un miglioramento degli indici infortunistici rispetto ai precedenti esercizi. Il risultato è dovuto alla particolare attenzione agli aspetti di salute e sicurezza posta in fase di progettazione, realizzazione e manutenzione di tutti i luoghi di lavoro, al monitoraggio e analisi delle situazioni critiche, con conseguente implementazione di immediate azioni correttive, e all'attività di formazione specifica. Tutte queste azioni hanno portato ad una riduzione sia del numero di infortuni sul lavoro, sia dei giorni di assenza relativi.

Gli incidenti stradali in orario di lavoro e le cadute in piano sono le cause più frequenti d'infortunio. Il 78% dei casi d'infortunio non ha richiesto azioni correttive (eventi accidentali). Negli altri casi sono state immediatamente implementate le necessarie misure di prevenzione per evitare il ripetersi di episodi analoghi rafforzando anche l'informazione dei lavoratori.

Luogo degli infortuni sul lavoro - 2012



Indici infortunistici



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.

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. Di seguito sono riassunte le principali attività di relazioni industriali avvenute durante l'anno.

Progetto per un accordo ferie nazionale unico

È stata portata a termine la prima fase di un progetto di realizzazione di un accordo ferie nazionale unico che raccolga l'armonizzazione delle prassi esistenti e porti ad uniformità gli accordi presenti sui diversi Competence Center per arrivare alla semplificazione del processo di gestione dei piani ferie, permettendo così, tra l'altro, di garantire maggiore equità e una maggiore fruizione delle ferie e dei permessi.

Accordi sulla formazione professionale delle persone

La Commissione Paritetica per la Formazione Continua ha sottoscritto importanti accordi sulla formazione professionale delle persone, confermando un sano ed efficace utilizzo dei fondi interprofessionali a sostegno della formazione professionale delle persone di Vodafone Italia e una positiva tendenza nella relazione azienda-sindacati sulle tematiche della professionalità con apertura anche alle nuove modalità di formazione quali l'e-learning.

Estensione del fondo di solidarietà interno a pensionati e ceduti

È stato sottoscritto un importante accordo per la modifica dello Statuto e del Regolamento del Fondo di Solidarietà Interna (FSIO). Tra i vari interventi, è stato previsto un adeguamento economico su diverse prestazioni mediche, il diritto alle prestazioni del Fondo per il convivente more uxorio, che non lavori o che ri-

sulti in possesso di un reddito inferiore ai limiti fissati per l'erogazione degli assegni familiari, l'intervento del Fondo fino ad un massimo dell'85% della normale retribuzione lorda per malattie croniche gravi. È stata data la possibilità di aderire al Fondo anche ai dipendenti delle Società che, per effetto di ristrutturazioni societarie del gruppo Vodafone Omnitel N.V., si trovino a non far più parte del Fondo e ottengano l'adesione all'associazione, nonché a tutti gli ex dipendenti delle Società che divengano, senza soluzione di continuità, titolari di pensione diretta a carico di una gestione previdenziale obbligatoria e che si iscrivano al Fondo.

La percentuale di persone iscritte al sindacato a marzo 2012 è pari al 23% per Vodafone Italia e al 7,41% per TeleTu. Il tasso di assenteismo è stato del 2,72% nel 2011 per Vodafone Italia mantenendosi sostanzialmente in linea con gli anni precedenti e 1,30% per TeleTu. Durante il 2011 si è registrata una riduzione delle ore di assenza per assemblee e permessi sindacali e un aumento delle ore di assenza per scioperi, legato a questioni di rilevanza nazionale (riforma del lavoro) o, in taluni casi, riferibili a Vodafone Italia (operazione di cessione del ramo d'azienda denominato Field Operations).

Durante l'anno, si sono verificati anche dei cambiamenti che hanno riguardato società del Gruppo. Infatti, è stata portata a termine l'operazione di cessione del ramo d'azienda delle Tecnologie denominato "Field Operations" alla Società Ericsson Telecomunicazioni Spa. Il trasferimento ad un gruppo leader nelle infrastrutture di rete e nei servizi di TLC è funzionale alla strategia di rafforzamento delle posizioni di mercato di entrambe.

Le attività del ramo di azienda trasferito sono oggetto di un contratto di appalto di durata quinquennale decorrente dal 1° luglio 2011; per tutta la durata del contratto di appalto di servizi tra le due società sarà mantenuta la garanzia occupazionale per i dipendenti trasferiti.

Infine, nel dicembre 2011 è intervenuta una decisione del Giudice del lavoro presso il Tribunale di Roma che prevede la reintegra e il conseguente ordine di ricostituzione del rapporto di lavoro per 33 lavoratori che erano addetti ad attività di back office presso il Competence Center di Vodafone e che nel novembre 2007 sono stati ceduti alla società Comdata Care; il relativo accordo con i sindacati di categoria prevede la stabilità occupazionale per tutto il personale ceduto, almeno fino a marzo 2015. Il reintegro dei lavoratori ha reso necessaria l'adozione di una misura strutturale di riduzione di personale per cessazione dell'attività, poiché le attività oggetto della cessione del ramo d'azienda del 2007 non sono più gestite dai contact center di Vodafone in Italia.

A febbraio 2012 è stata pertanto aperta una procedura di mobilità, che si è conclusa con un verbale di mancato accordo, e il 25 maggio è stata sottoscritta un'intesa importante nella quale le organizzazioni sindacali hanno preso atto delle ragioni aziendali che hanno condotto all'apertura della procedura di mobilità, riconoscendo il valore della cessione del 2007 e delle tutele concesse nell'accordo di cessione collegato e l'importanza della riduzione del contenzioso. Per rafforzare gli impegni presi, Vodafone Italia ha dichiarato di voler continuare il rapporto commerciale con il gruppo Comdata oltre il tempo originariamente previsto e compatibilmente con le condizioni di mercato, contestualmente Comdata ha dichiarato che porrà in essere un'integrazione organizzativa strategica e funzionale attraverso la fusione per incorporazione di Comdata Care in Comdata Spa entro il 2014, che coinvolgerà unicamente i lavoratori che saranno dipendenti di Comdata Care al 31 ottobre di quest'anno.

La comunicazione interna

La Comunicazione Interna ha svolto un ruolo chiave – in collaborazione con tutti i dipartimenti – a supporto della strategia aziendale e dei processi di cambiamento. Tra i canali di comunicazione utilizzati: la Intranet e principalmente il Noilab, uno dei primi esempi di Social Network esclusivamente dedicato ai dipendenti che oggi, a tre anni dal lancio, evolve e diventa fruibile anche in mobilità da smartphone, rispondendo così alle esigenze dei dipendenti che possono navigare sempre e ovunque.

Attraverso il Noilab è possibile fare commenti, proporre idee ed essere costantemente aggiornato sulle novità aziendali.

Il **Noilab** è suddiviso in cinque sezioni principali:

- la sezione **Blog**, dove la redazione del Noilab racconta, attraverso video e post, i progetti principali e le iniziative delle diverse funzioni aziendali;
- l'area **Idee**, dove ognuno può condividere spunti e idee riguardanti la vita in azienda, il business, i clienti, la sostenibilità e ogni altro tema in cui sente di poter proporre una soluzione innovativa;
- lo spazio **Gruppi e Progetti**, in cui sono identificate alcune aree tematiche per favorire lo scambio di idee relative a un determinato argomento o tra persone dello stesso gruppo di lavoro, oltre che per lanciare i progetti e le iniziative dedicate ai dipendenti;
- la sezione **Tempo Libero**, in cui i dipendenti possono condividere le proprie passioni e i propri interessi come Sport, Cinema, Lettura o Musica;
- l'area **Sondaggi**, in cui è possibile esprimere la propria opinione sui diversi argomenti proposti.

7
mila

Noilabbers dipendenti iscritti al Social Network aziendale interamente dedicato al personale di Vodafone Italia

Children's Day

Vodafone Italia ha aperto le porte delle proprie sedi ai figli dei dipendenti. Quasi 5.000 le persone coinvolte, inclusi colleghi, bambini e accompagnatori, per vivere insieme l'esperienza dei laboratori di magia proposti dagli animatori dell'iniziativa.

SuperMobile

Vodafone Italia ha deciso di dotare tutti i dipendenti di una SIM e di uno smartphone di servizio, attraverso il programma "My Smart Vodafone". È stata lanciata anche "Vodafone per Noi", una vetrina di prodotti e servizi innovativi a cui i dipendenti e i loro conoscenti possono accedere a prezzi vantaggiosi. Per spingere, invece, tutti i dipendenti a provare in modo simpatico e divertente, ma al tempo stesso formativo, le funzionalità più diffuse e utilizzate del mondo dei dati e degli smartphone, è stato lanciato un Game Training su *mobile*.

Innovation Community

È nata a luglio 2011 la Innovation Community, un gruppo di persone appassionate di tecnologia e nuovi servizi, provenienti dalle diverse funzioni aziendali, con cui il team di Innovation & New Products di Vodafone Italia condivide le attività in corso in modo da raccogliere spunti, commenti e suggerimenti, sia in fase di brainstorming che di test del prodotto. Altissima la redemption da parte dei dipendenti: quasi 900 persone si sono candidate all'iniziativa, rispondendo alle domande del quiz di selezione.

Vodafone Village

Il Vodafone Village è molto di più di un luogo fisico di lavoro: rappresenta un modo di lavorare moderno improntato alla collaborazione, che favorisce il confronto e lo scambio di idee.

La Comunicazione Interna ha contribuito a coinvolgere i 3.000 dipendenti nelle diverse fasi della realizzazione e dello sviluppo del Village, dalla scelta stessa dei nomi degli spazi comuni a spunti fotografici realizzati dagli stessi dipendenti, nonché attraverso workshop dedicati e video che hanno progressivamente accompagnato le persone nella scoperta degli spazi e delle funzionalità del Village.

5.2 La Collettività

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

È la soluzione che Vodafone metterà a disposizione dei dipendenti della nuova sede del Village di Milano. Il nuovo kit conterrà il device medico che, opportunamente indossato, consentirà ai dipendenti di effettuare un self test a casa propria e di comunicare all'ospedale, via SMS, i risultati del proprio tracciato cardiaco insieme ad alcuni segni vitali; i medici potranno collegarsi via secure WEB per eseguire le refertazioni. I referti generati saranno 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. Al termine del trial si valuterà se offrire il servizio su scala più ampia.

Guide multimediali

Il museo della Scienza e della Tecnica di Milano, attraverso il tool di configurazione web messo a disposizione da Vodafone, ha completato la configurazione ed il caricamento di tutto il materiale multimediale che verrà gestito dalla Guida *mobile* di Vodafone per l'orienting Indoor. Questa guida sarà fruibile dai visitatori su iPhone e Android ed utilizzerà la tecnologia Barcode per l'auto-localizzazione nelle stanze del museo. Sarà possibile consultare informazioni relative ai percorsi

predefiniti, liberi, costruiti dall'utente o scaricati dal sito Facebook del museo, sul quale altri utenti hanno scaricato i propri percorsi già realizzati con la stessa guida. Questo strumento può essere utilizzato come piattaforma per sviluppare una serie di servizi di orientamento al servizio per il cittadino e il turista.

"Abbiamo a Cuore il tuo Cuore"

Il progetto, sviluppato da Vodafone in collaborazione con Pfizer Italia e l'Ordine dei farmacisti, aiuta i pazienti a seguire con costanza le terapie farmacologiche assegnate dal medico.

I pazienti possono registrarsi in qualunque farmacia della provincia e richiedere l'attivazione del sistema automatico di invio SMS per essere avvisati che stanno 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 con 100 farmacie della provincia di Cosenza è proseguita con l'attivazione della provincia di Brescia-Val Camonica e di Pistoia.

Lotta alla dipendenza da tabagismo

La soluzione è stata sviluppata da Vodafone in collaborazione con Pfizer Italia e importanti dipartimenti di Ospedali dedicati alla cura delle dipendenze. A partire dal Centro di Medicina delle Dipendenze di Verona e a seguire per il 2012 con altre decine di ospedali italiani, Vodafone mette a disposizione la propria piattaforma Web "Città Informa" per consentire ai dipartimenti per la cura delle dipen-

denze, 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.

Venis

Dal 2010 Vodafone fornisce al comune di Venezia un servizio di invio e ricezione SMS, con il quale il Comune può tempestivamente informare i cittadini sullo stato delle maree e altre informazioni utili per la vita in città. Il cittadino può iscriversi al servizio e ricevere gratuitamente gli avvisi sulle alte maree. La piattaforma fornita da Vodafone include anche il servizio Telepago, per il pagamento dei parcheggi cittadini tramite SMS.

Inoltre, si ricorda che è ancora valido l'Accordo quadro con il Centro Internazionale Radio Medico e che si è chiusa durante l'anno la sperimentazione della Terapia Anticoagulante Orale (TAO).

Le attività di pubblico soccorso e protezione civile

Vodafone Italia è costantemente impegnata nel garantire il supporto alle Autorità Istituzionali per il pubblico soccorso e per la gestione delle emergenze. Al fine di garantire la loro continuità operativa, Vodafone Italia gestisce in continuità le richieste di localizzazione di clienti in difficoltà veicolate dai servizi di emergenza 112 e 113 e garantisce, assieme alle strutture di disaster recovery aziendali, la disponibilità del servizio di telefonia nei casi in cui la rete risultasse congestionata a seguito di eventi naturali (alluvione, terremoti etc.). Numerose sono state le attività svolte nel corso dell'anno, tutte contraddistinte da forte coinvolgimento, impegno e passione.

Gestione dell'emergenza alluvione

A seguito delle avverse condizioni meteorologiche che hanno interessato le Cinque Terre, Genova, l'alta Toscana e successivamente il Centro/Sud Italia, Vodafone è stata chiamata a supporto del Dipartimento della Protezione Civile, per la gestione delle emergenze e il ripristino dei servizi essenziali, garantendo il ritorno alla normalità.

Test del sistema di Disaster Recovery

Diverse le esercitazioni di Protezione Civile svolte, nel corso dell'anno, sia a livello regionale che nazionale, la più importante è stata Calabria 2011. L'esercitazione è servita a testare la risposta operativa delle strutture presenti sul territorio su specifici scenari d'intervento che hanno interessato le cinque province calabresi, focalizzandosi su diversi aspetti legati alla gestione dell'emergenza coinvolgendo tutti gli attori del servizio nazionale della Protezione Civile.

L'attivazione del Disaster Recovery Vodafone, simulata al fine di valutare l'efficacia e la tempestività nell'attuazione delle misure messe in campo e i possibili impatti su altre infrastrutture critiche, è stata l'occasione per testare la capacità di risposta e la capacità di collaborare tra diversi operatori, fornitori di servizi essenziali e ha permesso di affinare processi e procedure fondamentali per la gestione delle emergenze.

In Vodafone Italia, al fine di garantire continuità operativa e supportare l'Autorità Giudiziaria e le Forze dell'Ordine nell'adempimento dei loro compiti istituzionali, è operativo un servizio di reperibilità, disponibile anche in orari extra lavorativi. Nel corso dell'anno, sono stati assicurati 6.488 interventi in reperibilità (+16% rispetto al precedente anno fiscale), di cui 1.383 per pubblico soccorso.

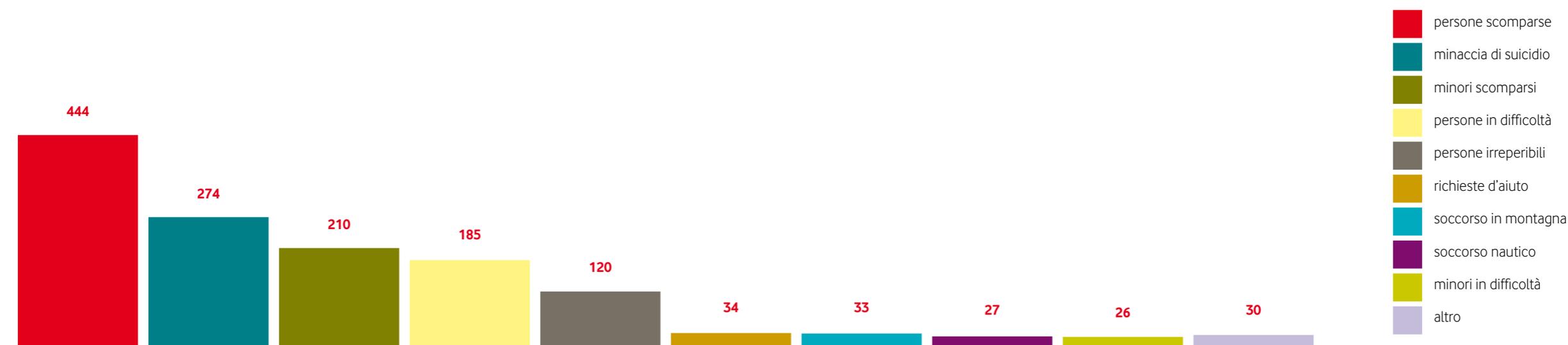
SMS Fund Raising

Il Super Messaggio Solidale, strumento di raccolta fondi a disposizione del terzo settore da 10 anni, è diventato uno dei principali mezzi di donazione in Italia, ed esempio unico nel suo genere. Un gesto semplice e immediato che permette ai clienti di sostenere i progetti delle Associazioni.

Durante il 2011-2012, Vodafone ha sostenuto 118 raccolte fondi che hanno portato a donazioni per oltre 10 milioni di euro.

In particolare, negli ultimi anni, le raccolte telefoniche si sono dimostrate utili anche per le raccolte fondi per situazioni di emergenza proprio per l'immediatezza con cui, attraverso questo strumento, si può rispondere agli eventi. Nel corso di quest'anno, i clienti Vodafone hanno contribuito a fronteggiare le emergenze create dalle alluvioni che hanno colpito i territori di Liguria, Toscana e della Provincia di Messina con donazioni pari a oltre 2 milioni di euro.

Tipologia interventi per pubblico soccorso (%) - 2012



Il sostegno alle iniziative sociali attraverso la Fondazione

La Fondazione Vodafone Italia, giunta quest'anno al suo decimo anno di attività, vuole contribuire attivamente alla crescita di una società più equilibrata e solidale. L'obiettivo concreto è offrire un contributo alla soluzione delle criticità del contesto sociale attuale e contrastare l'insorgere di nuove forme di disagio; per questo motivo la Fondazione dedica le proprie risorse:

- alla diffusione dei valori di solidarietà, sussidiarietà e responsabilità collettiva;
- alla ricerca di soluzioni efficaci per il miglioramento della qualità della vita delle persone, attraverso la costruzione e il coordinamento di reti solidali che vedano coinvolti tutti gli attori sociali.

Negli ultimi anni, la Fondazione Vodafone Italia ha interagito più strettamente che in passato con l'azienda e il suo business, sia sviluppando il coinvolgimento nelle proprie attività di clienti e dipendenti (ad esempio, attraverso il programma World of Difference o l'iniziativa Ricarica Insieme), sia utilizzando la tecnologia *mobile* al servizio del sociale e delle realtà da essa finanziate.

I progetti che sono stati realizzati nel corso dell'anno, dunque, sono esempi concreti di come Vodafone Italia e la Fondazione possano lavorare insieme in modo sinergico, di come sia possibile coinvolgere clienti e dipendenti nelle scelte più strategiche e di come questi contribuiscano volontariamente ai progetti.

2002-2012
dieci anni di
attività della
Fondazione
Vodafone
Italia

61 mln € destinati ai progetti

352 progetti finanziati

Ricarica Insieme

L'auspicato coinvolgimento dei clienti nelle attività della Fondazione è stato raggiunto grazie al nuovo programma "Ricarica Insieme", la ricarica telefonica dedicata a tutti i clienti Vodafone che vogliono essere protagonisti dei progetti di solidarietà della Fondazione Vodafone Italia. Facendo una ricarica da 20 euro, il cliente può decidere di donare 1 euro a favore di un progetto per la cura dei giovani e dei bambini; la Fondazione ne aggiunge un altro, raddoppiando così il valore della donazione effettuata dal cliente. Saranno 11 i progetti che beneficeranno di "Ricarica Insieme". Per favorire la partecipazione e il coinvolgimento, a distanza di un mese dall'acquisto della ricarica, ogni cliente riceve un aggiornamento sullo stato della raccolta fondi. Al 31/03/2012 sono stati donati 2,5 milioni di euro per la cura dei bambini. Alla data di pubblicazione del presente documento sono stati donati più di 4 milioni di euro.

Fellow

Come negli scorsi anni, grazie al Progetto Fellow, i dipendenti di Vodafone Italia sono stati coinvolti nelle attività di monitoraggio dei progetti finanziati dalla Fondazione su tutto il territorio nazionale. I Fellow "accompagnano" le Associazioni facendo delle visite periodiche, che vengono considerate giornate lavorative a tutti gli effetti. Il progetto è giunto ormai alla sua quinta edizione, coinvolgendo dal 2005 ad oggi ben 238 persone, quest'anno con una versione speciale. Infatti, i 22 colleghi selezionati stanno seguendo, in particolare, le undici Associazioni sostenute attraverso l'iniziativa "Ricarica Insieme" ed hanno dunque una responsabilità differente e maggiore rispetto agli altri anni dovendo gestire i fondi raccolti con la partecipazione dei clienti. Il progetto Fellow ha lo scopo di avvicinare i colleghi alle attività della Fondazione e dar modo, inoltre, di appagare il desiderio di volontariato: anche dopo il termine del coinvolgimento in veste di Fellow, infatti, molti colleghi continuano ad intrattenere rapporti con le Associazioni che hanno avuto modo di visitare.

World of Difference

World of Difference (WoD) è un programma che mette al servizio del Terzo settore la professionalità, la passione e l'energia del "mondo Vodafone", attraverso il diretto coinvolgimento dei clienti e dipendenti Vodafone, che avranno l'opportunità di svolgere un'attività lavorativa presso gli Enti non profit sostenuti dalla Fondazione, per un tempo determinato di 3 mesi. Attraverso WoD, la Fondazione finanzia le diverse professionalità indispensabili per lo svolgimento dei progetti sostenuti, promuovendo un processo di trasferimento di competenze dai partecipanti del programma alle Associazioni. Il programma, lanciato da Vodafone Foundation nel Regno Unito, è attualmente attivo in oltre 20 Paesi e coinvolge più di 1.500 persone. In Italia, la prima edizione del World of Difference è stata organizzata nel 2008, con il coinvolgimento di circa 150 persone.

Vodafone Angel

Fondazione Vodafone Italia, di intesa con il Ministero dell'Interno e la Polizia di Stato, mette a disposizione uno strumento per dare aiuto alle donne vittime di violenza. Vodafone Angel è un servizio fornito attraverso un semplice telefono cellulare che, grazie ad un sistema di geo-localizzazione di ascolto ambientale e di registrazione, consente di contattare il centro anti violenza predisposto; in caso di pericolo allerta le forze dell'ordine e fornisce tutte le informazioni necessarie per intervenire. Il progetto è strutturato in modo da poter raggiungere una potenziale diffusione per 2.000 casi in Italia. È in corso la fase di sperimentazione di Vodafone Angel a Roma su un campione di donne ad alto rischio di violenza segnalate da Fondazione Pangea insieme ad un centro anti violenza attivo da anni nella capitale, in collaborazione con la Questura di Roma per l'azione di pronto intervento. Le donne attualmente coinvolte sono 33.

Premio Marisa Bellisario a Vodafone Angel

Nell'ambito della XXIV Edizione del Premio Marisa Bellisario dal titolo "Donne: l'Italia che vogliamo", è stato ritirato da Maria Cristina Ferradini (Head of Sustainability and Foundation Vodafone) il Germoglio D'Oro, attribuito dal gruppo giovani della Fondazione Marisa Bellisario per il progetto Vodafone Angel.

Biblioteche e coesione sociale

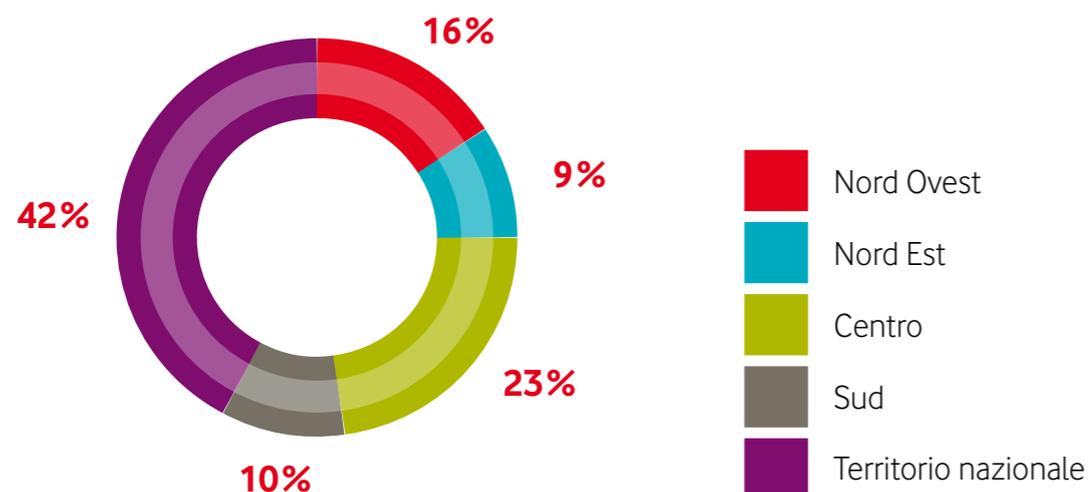
Il progetto, promosso dalla "Fondazione Vodafone Italia" e dalla "Fondazione CON IL SUD", è rivolto alle Organizzazioni del volontariato e del terzo settore e a biblioteche comunali localizzate in piccoli centri urbani delle province di Sardegna, Sicilia e Campania, caratterizzati da condizioni di disagio economico e sociale. Lo scopo di questo progetto è valorizzare il ruolo delle biblioteche di pubblica lettura, aiutandole a trasformarsi da semplici istituzioni culturali in "agenti culturali che favoriscono la coesione sociale", avviando politiche economicamente sostenibili nel corso del tempo. In particolare, l'iniziativa ha promosso interventi capaci di arricchire e migliorare l'offerta e l'organizzazione delle biblioteche, rendendole sempre più luoghi deputati alla diffusione, alla produzione e al confronto culturale, favorendo l'accesso e il coinvolgimento di fasce sempre più ampie della popolazione – con particolare riferimento agli immigrati – tradizionalmente escluse dalla fruizione e produzione culturale delle istituzioni bibliotecarie. Le risorse messe a disposizione dalle due Fondazioni ammontano a 600.000 euro e sono state distribuite agli otto progetti selezionati interessanti tredici biblioteche comunali delle province di Napoli, Caserta, Palermo e Carbonia-Iglesias.

Teleassistenza sociale

In collaborazione con l'Arcidiocesi di Napoli, è stato sostenuto un progetto di teleassistenza con l'obiettivo di strutturare un call center finalizzato a supportare i cittadini in difficoltà (poveri, ammalati, anziani, senza tetto, ecc.), per individuare sul territorio le strutture più idonee all'erogazione dei servizi sociali richiesti. Si è voluto mettere a fattor comune l'esperienza di Vodafone nel campo del Customer Care e assistenza clienti con la sensibilità della Fondazione Vodafone Italia nella scelta delle realtà sociali che possono espletare taluni servizi di assistenza sociale.

30 Progetti sociali finanziati dalla Fondazione Vodafone Italia

Aree geografiche di intervento della Fondazione - 2012

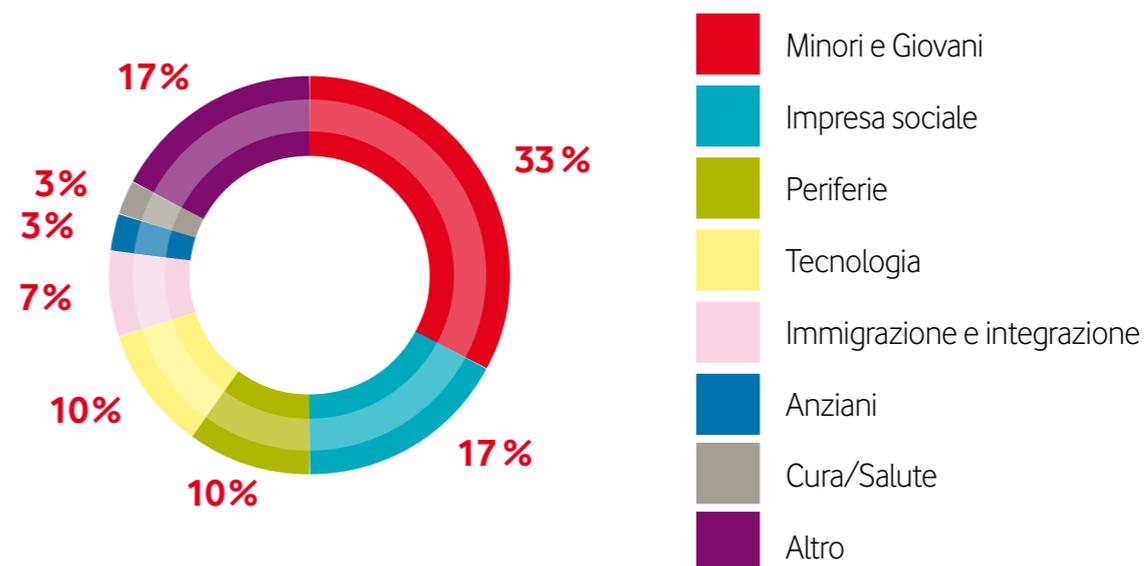


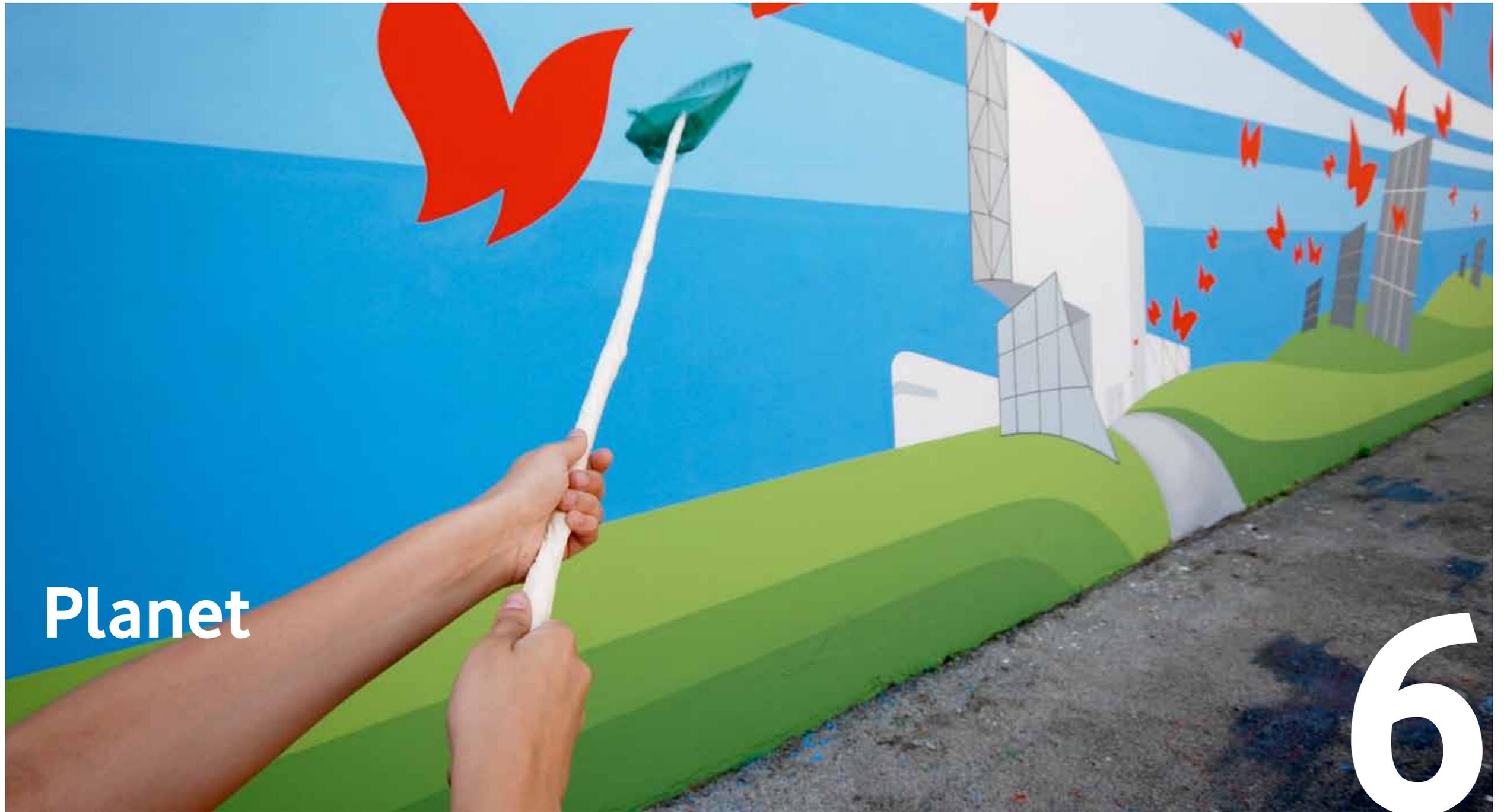
7,8 mln € Investimento in progetti sociali

7 mln € Fondi erogati da Vodafone Group Foundation e da Vodafone Italia alla Fondazione

10 Progetti dedicati alla tutela dei minori

Ambiti di intervento della Fondazione - 2012





Planet

6

34 GWh

Risparmio energetico
degli interventi
sulla rete

76%

Energia elettrica
da fonti
rinnovabili

14 mila t CO₂

Emissioni evitate grazie a
interventi nella rete, negli
uffici e nella mobilità

6. Planet

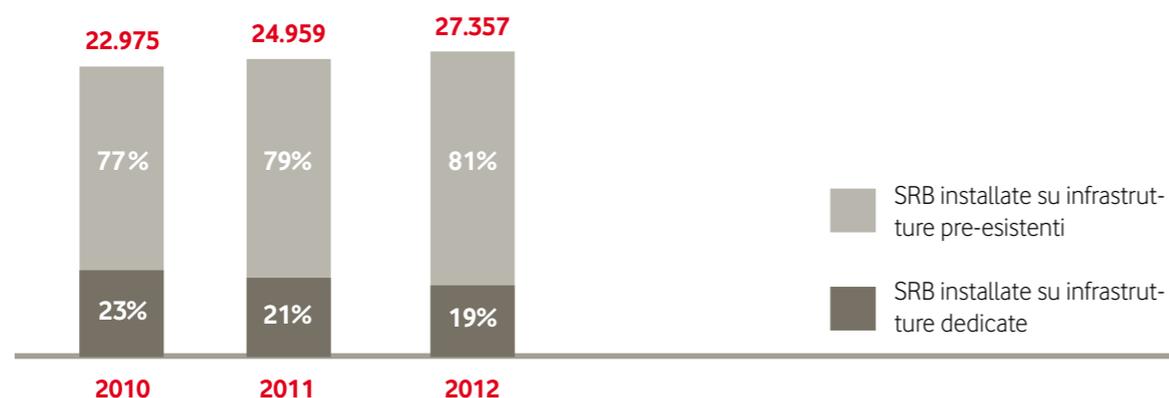
6.1 Sviluppo della rete, territorio e ambiente

Vodafone Italia continua ad investire nello sviluppo della rete al fine di garantire ai clienti una qualità del servizio voce e dati sempre migliore. La rete Vodafone in Italia, al 31 marzo 2012, conta 16.217 siti fisici presso i quali sono installate le Stazioni Radio Base in tecnologia GSM (13.468 impianti, prevalentemente dedicati al servizio voce, SMS ed MMS) ed in tecnologia UMTS (13.889 impianti, principalmente per servizi dati di terza generazione).

46%

Siti di Vodafone Italia condivisi con altri operatori. La percentuale è in costante aumento dal 2010.

Stazioni Radio Base - SRB



La soluzione del Site Sharing, ossia di condivisione dei siti fisici con altri operatori *mobile* per l'housing delle proprie Stazioni Radio Base (SRB), consente di ridurre l'impatto visivo e ambientale delle Infrastrutture Radio. 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.

Lo sforzo di Vodafone nel corso dello scorso anno si è concentrato, in modo particolare, sull'aumento della copertura 3G (UMTS), in modo da garantire la connettività dati in mobilità nella maggior parte del territorio italiano.

Da gennaio 2011 Vodafone Italia ha avviato l'iniziativa 1.000 Comuni allo scopo di contribuire direttamente con propri investimenti a colmare il digital divide in Italia e, al 31 marzo 2012, ha coperto con la rete dati 3G a larga banda (HSPDA+) 465 Comuni in digital divide primario segnalati da Amministrazioni e cittadini.

Elettromagnetismo

Vodafone Italia valuta l'impatto elettromagnetico di ogni nuovo impianto per garantire il costante rispetto dei limiti previsti dalle normative e minimizzare le possibili ricadute ambientali derivanti dallo sviluppo della rete. Come previsto dal Codice delle Comunicazioni Elettroniche (Decreto Legislativo n. 259 del 2003) ciascun intervento è programmato e attuato solo dopo aver considerato anche le specifiche istanze del territorio di riferimento, rispondendo a tutte le richieste degli enti locali sia nell'ambito del procedimento autorizzativo degli impianti, sia mediante specifici protocolli di intesa.

Vodafone Italia progetta, realizza e gestisce le proprie Stazioni Radio Base nel rispetto della normativa italiana sui campi elettromagnetici, che prescrive limiti fino a 100 volte inferiori rispetto a quelli definiti dall'ICNIRP e applicati nel resto d'Europa (i limiti ICNIRP proteggono da tutti gli effetti già accertati sulla salute umana, introducendo fattori di sicurezza fino a 50 volte inferiori rispetto ai livelli di esposizione associati ai primi effetti sulla salute).

Quando un impianto viene installato in aree naturali o in prossimità delle stesse, gli enti e le autorità preposte valutano preventivamente i loro effetti sull'ambiente e provvedono a rilasciare le necessarie autorizzazioni (nulla osta idrogeologico, nulla osta paesaggistico nelle zone vincolate paesaggisticamente e culturalmente, speciali autorizzazioni previste da leggi nazionali e regionali per impianti posti in zone destinate a parchi, riserve od oasi naturali).

Sviluppo e qualità della rete

Lo sviluppo della rete Mobile Broadband è continuato nel corso dell'anno, con particolare attenzione allo sviluppo delle fasi preliminari per l'introduzione della nuova tecnologia 4G in grado di garantire un servizio dati in mobilità sempre più veloce ed esteso, in linea con lo sviluppo delle tecnologie.

Mobile Broadband

Per offrire 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 fatta l'attività di upgrade della capacità radio e della connettività delle Stazioni Radio Base in tecnologia UMTS. In particolare al 31 marzo 2012, le Stazioni Radio Base UMTS nelle principali città italiane (Roma, Milano, Napoli, Torino, Palermo, Genova, Bologna, Firenze, Bari, Catania, Venezia, Verona, Padova, Brescia, Cagliari, Perugia, Bergamo, Livorno, Taranto e Trieste) sono 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.

Sempre nelle principali città italiane, Vodafone ha rinnovato le tecnologie della propria rete di accesso con l'introduzione di connettività Ethernet (microwave links in IP, fibra ottica al nodo).

Single RAN

Vodafone Italia ha continuato l'attività di rinnovamento tecnologico delle proprie Stazioni Radio Base in tecnologia "Single RAN" (SRAN) che rappresenta l'evoluzione e l'integrazione di tutte le tecnologie radio *mobile* oggi disponibili. La tecnologia SRAN è costituita da un unico apparato in grado di gestire il traffico dei sistemi 2G, 3G e 4G, con notevole risparmio energetico e ottimizzazione degli spazi. Al 31 marzo 2012 Vodafone ha completato la sostituzione di tutte le proprie Stazioni Radio Base in Sicilia, Sardegna, Calabria, Basilicata, Puglia, Veneto e Friuli Venezia Giulia per un totale di circa 6.000 impianti installati in tecnologia SRAN.

4G

Nei primi mesi del 2012 Vodafone Italia ha continuato le sperimentazioni sulla connettività 4G grazie alla tecnologia LTE (Long Term Evolution), che consentirà una velocità fino a 100 Mbps, per la prima volta è stata portata a termine la copertura di un'intera città, Ivrea (To). Il progetto, il primo all'interno del Gruppo Vodafone, è stato possibile grazie ad una licenza sperimentale che ha consentito di utilizzare le frequenze a 1.800 MHz, solitamente dedicate alla comunicazione GSM. La copertura 4G della città di Ivrea ha permesso di verificare su vasta scala la risposta dei servizi e delle tecnologie attualmente commercializzate rispetto all'implementazione della rete 4G, per le cui frequenze Vodafone Italia ha investito circa 1.300 milioni di euro nell'ottobre 2011.

Qualità certificata della rete di Vodafone Italia

P3 Communications, società tedesca leader nella certificazione della qualità dei servizi di rete, ha attribuito a Vodafone Italia la più alta velocità di trasferimento dati e il miglior servizio di trasferimento file tra tutte le reti mobili GSM/UMTS presenti nelle aree metropolitane d'Italia.

I test che hanno portato alla certificazione della rete di Vodafone Italia sono stati effettuati dalla società P3 in 79 città, con una copertura di circa il 25% della popolazione italiana, nel mese di febbraio 2012. La società P3 ha condotto le verifiche in spazi aperti, sia in posizione statiche che in mobilità, attraverso una Internet Key 42.2

La ricerca scientifica sui campi elettromagnetici

Vodafone continua a seguire tutti gli sviluppi scientifici connessi agli impatti dei campi elettromagnetici sulla salute, come parte integrante dell'approccio alla sostenibilità.

Dopo la classificazione dell'Agenzia Internazionale per la Ricerca sul Cancro, che nel maggio 2011 ha classificato i campi elettromagnetici a radio frequenza come "possibili cancerogeni" (classe 2B) in riferimento all'uso del telefono cellulare, il chairman del gruppo di lavoro della IARC ha chiarito che questo significa solo che "ci potrebbe essere qualche rischio" associato all'uso del telefono cellulare, e che occorre continuare a monitorare gli sviluppi scientifici. Successivamente la IARC ha specificato che la classificazione si basa su evidenze che, per l'uso del telefono cellulare, sono state giudicate "limitate" dalla maggioranza del gruppo di lavoro, e "inadeguate" da alcuni membri dello stesso gruppo di lavoro.

Nel giugno 2011 l'Organizzazione Mondiale della Sanità ha confermato che "fino ad oggi, non sono stati accertati effetti nocivi associati all'uso del telefono cellulare", e che sono comunque previsti ulteriori studi epidemiologici, già in corso, per analizzare ulteriormente gli eventuali effetti a lungo termine.

Nel luglio 2011 l'ICNIRP (Commissione Internazionale per la Protezione dalle Radiazioni Non Ionizzanti) ha pubblicato la più recente review degli studi epidemiologici su telefoni cellulari e tumori, concludendo che "sebbene ci siano ancora delle aree di incertezza, l'evidenza scientifica che si sta accumulando è contraria all'ipotesi che i telefoni cellulari possano essere causa di tumori cerebrali negli adulti".

Nel novembre 2011 il Ministero della Salute ha confermato che finora non è stato dimostrato alcun legame tra l'uso del cellulare e l'insorgenza di malattie: tuttavia, essendoci ancora ricerche in corso, il Ministero raccomanda di adottare maggiori precauzioni per l'utilizzo da parte dei bambini.

Survey di Gruppo sui campi elettromagnetici

Anche nel 2012 il Gruppo Vodafone ha commissionato ad una società indipendente, Penn Schoen and Berland, una survey 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 stati intervistati 100 esperti con i quali Vodafone ha avuto contatti nell'ultimo anno, e l'87% degli intervistati ha confermato che Vodafone agisce in modo responsabile, consentendo di raggiungere l'obiettivo del Gruppo di mantenere la percentuale superiore all'80% su una media degli ultimi 3 anni.

Vodafone Italia è la operating company del Gruppo che ha segnalato il maggior numero di esperti disposti ad essere intervistati (29 su 100 intervistati in Italia). I risultati sulla responsabilità di Vodafone Italia sono molto positivi, in linea con quelli di Gruppo: ad esempio 25 intervistati su 29 hanno confermato che Vodafone Italia agisce responsabilmente nella gestione dei campi elettromagnetici emessi dalle proprie Stazioni Radio Base.

6.2 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 gli uffici e la mobilità

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. Ad eccezione delle sedi presso le quali le forniture sono gestite direttamente dai condomini e riguardano energia da fonti convenzionali, tutti i contratti di energia elettrica stipulati da Vodafone Italia prevedono la fornitura di energia certificata da fonti rinnovabili. Inoltre, nell'ultimo anno fiscale, l'impianto fotovoltaico di Roma Torrimo ha aumentato la sua generazione di energia del 15%, nel 2013 contribuirà anche la messa in produzione dell'impianto del Vodafone Village.

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. I reintegri, che sono stati minimi, sono dovuti principalmente a guasti non preventivabili.

Energy management dei negozi Vodafone

Nell'ottica di estendere a tutta la filiera l'attenzione all'efficientamento energetico, è terminata l'installazione dei sistemi di monitoraggio e rilevazione dei consumi elettrici nei negozi Vodafone. Nel corso dell'anno sono iniziati il monitoraggio e la rilevazione dei dati che consentiranno di gestire e regolare i carichi elettrici presenti nei vari negozi Vodafone, razionalizzando anche in quest'ambito i consumi energetici.

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 di viaggio ecocompatibili.

Oltre ad aver adottato una Travel Policy, Vodafone Italia fornisce ai dipendenti indicazioni su come organizzare gli impegni di lavoro in modo tale da limitare al minimo la durata del viaggio, il numero dei partecipanti coinvolti e gli eventuali pernottamenti.

Auto elettrica

L'attenzione alla riduzione delle emissioni dovute ai trasporti si è concretizzata nel 2011 con il Progetto e-mobility Italy, sviluppato in collaborazione con Enel, grazie al quale lo scorso anno sono state attivate due postazioni per la ricarica dei veicoli elettrici a Milano e a Roma. Seguendo la stessa logica, nel corso del 2011-2012, sono state acquistati due veicoli elettrici a supporto dei trasferimenti interni tra le sedi del personale Vodafone Italia.

Viaggi di lavoro

Il personale è incoraggiato, quando possibile, ad utilizzare le videoconferenze per ridurre le trasferte solo in caso di effettiva necessità. Come ogni anno è continuato l'Hotel Program, con l'obiettivo di rendere gli spostamenti più efficienti e più consoni al budget aziendale, favorendo la selezione delle strutture alberghiere più vicine alle sedi di lavoro.

Trasporto privato

Vodafone Italia sensibilizza il personale nel preferire forme di trasporto privato sostenibili, attraverso la proposta di soluzioni alternative all'uso individuale dell'auto privata. Nel 2011-2012, le iniziative principali sono state l'adesione alla convenzione ATM per la sottoscrizione a prezzi agevolati di abbonamenti annuali al trasporto pubblico e l'adesione alla campagna GASati! promossa dalla Provincia di Milano, che prevede incentivi per la trasformazione dell'impianto della propria auto da benzina a GPL o Gas Metano.

Il sistema di prenotazione delle trasferte aziendali consente di visualizzare la quantità di CO₂ emessa rispetto al volo prescelto, contribuendo a sensibilizzare le persone sull'impatto ambientale degli spostamenti. In questo modo vengono monitora-

te costantemente le emissioni di CO₂ derivate da voli aziendali, che nel 2011-2012 sono state pari a 1.864 tonnellate; l'aumento rispetto allo scorso anno è dovuto alla crescita dei viaggi aerei verso le destinazioni continentali (+38%).

In linea con le raccomandazioni della nuova policy, che favorisce fortemente l'utilizzo del treno in alternativa al volo aereo su determinate tratte, è stato registrato anche un aumento dei viaggi su rotaia per destinazioni nazionali pari all'11%.

Le iniziative per la rete

Nel 2011-2012 sono continuate le attività volte a rendere la rete Vodafone sempre più efficiente, particolare attenzione è stata dedicata al monitoraggio dei consumi, alla climatizzazione dei siti e all'utilizzo degli apparati Single RAN.

Il monitoraggio dei consumi elettrici della rete radio, effettuato attraverso i dispositivi AMR (Automatic Meter Reading), è stato esteso nel corso dell'ultimo anno fiscale a oltre 5.700 siti, ovvero un campione di 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.

Con la fine dell'anno fiscale 2011-2012, anche tutte le centrali MSC risultano monitorate con AMR. Su tutte queste sedi sono stati installati dispositivi di misura delle correnti continue che alimentano gli apparati di telecomunicazione. In questo modo è possibile determinare, come rapporto tra il consumo complessivo del sito e l'energia utilizzata per gli apparati, l'efficienza energetica complessiva del sito (Power Usage Effectiveness); un dato che permette di discriminare dove è necessario concentrare ulteriori azioni sugli impianti tecnologici per migliorare le prestazioni complessive delle sedi.

Nel corso dell'anno è stato avviato l'utilizzo di condizionatori di tipo split ad inverter, che durante il funzionamento modulano la potenza frigorifera in funzione del raffreddamento effettivamente richiesto, fino ad arrivare al minimo necessario per mantenere la temperatura impostata. Questa tipologia di macchine viene prevalentemente utilizzata per la conversione degli impianti che ancora utilizzano gas R22, secondo un piano di sostituzione su più anni: si ottengono in questo modo risparmi diretti in termini di minor consumo di energia e ridotto impatto ambientale dei gas refrigeranti.

Infine, 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 notevolmente esteso. In particolare, considerando sia le nuove installazioni che lo swap della rete esistente, alla fine dell'anno fiscale 2011-2012 la rete Vodafone comprende 6.480 siti equipaggiati con apparati 2G e 3G Single RAN.

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, tanto che nell'anno si è potuto beneficiare di un risparmio di circa 33,7 GWh.



Le iniziative di tutela ambientale per la rete

- Monitoraggio dei consumi dei siti radio e dei siti core grazie al sistema AMR (Automatic Meter Reading)
- Ottimizzazione dei sistemi di climatizzazione dei siti che consente risparmi energetici e di consumi di gas ozonolesivi (R22)
- Nuove installazioni e swap per arrivare a 6.480 siti Single RAN che hanno consentito una riduzione dei consumi di circa 34 GWh



Le iniziative di tutela ambientale per gli uffici

- Fornitura di energia certificata da fonti rinnovabili per i contratti di energia elettrica stipulati da Vodafone Italia
- Aumento del 15% della produzione di energia fotovoltaica dell'impianto fotovoltaico di Roma Torrino
- Definizione di un piano di sostituzione progressivo degli impianti di condizionamento obsoleti

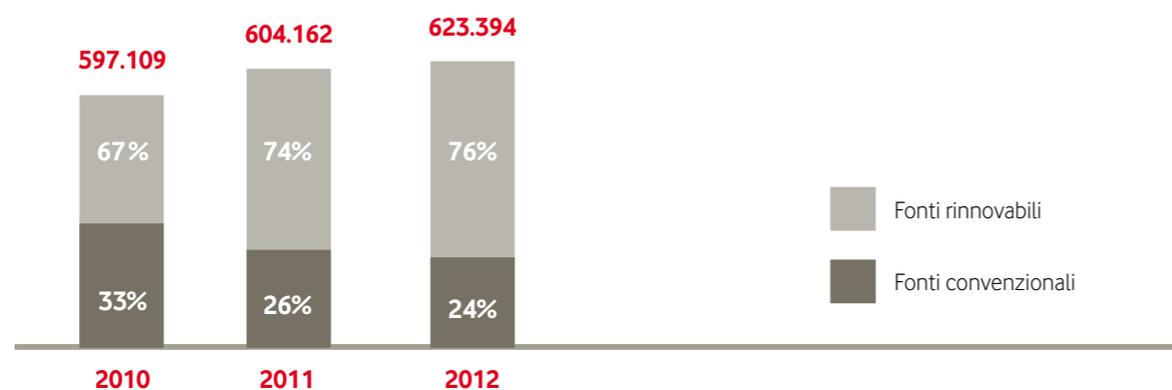
6.3 Utilizzo e gestione delle risorse

Consumi energetici ed emissioni

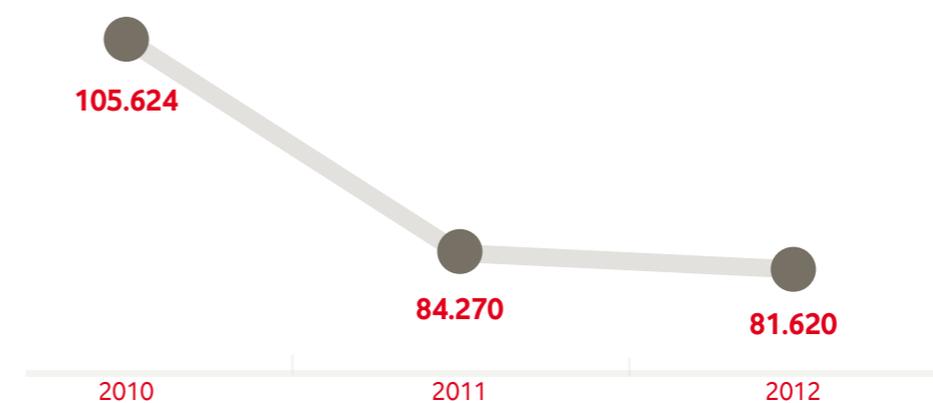
Per un'azienda come Vodafone Italia, il rispetto dell'ambiente passa anche attraverso la scelta consapevole dell'energia necessaria allo svolgimento delle attività e il monitoraggio continuo dei consumi energetici.

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. Come mostrano i grafici, a fronte di un aumento del consumo di energia elettrica, è aumentata la quota proveniente da fonti rinnovabili e sono diminuite le emissioni di CO₂ relative.

Consumi totali di energia elettrica per fonte (MWh)



Emissioni indirette di CO₂ della rete e degli uffici (t)



Carbon efficiency



Carbon efficiency



Nota: i valori delle emissioni relative al 2010 e 2011 sono stati rettificati a seguito dell'affinamento nella metodologia di calcolo.
Il fattore di emissione utilizzato è quello pubblicato da Terna nel documento "Confronti Internazionali 2010" (fonte: Enerdata).

La riduzione dei gas a effetto serra e ozonolesivi

Vodafone Italia si impegna a ridurre l'utilizzo di gas a effetto serra ed 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 (minimi) sono dovuti principalmente a guasti non preventivabili.

Filiera dei rifiuti

Vodafone Italia ha adottato, in via volontaria e preventiva, un Sistema di Gestione Ambientale che, partendo dall'analisi dei processi che generano rifiuti, garantisce gli adempimenti legislativi riducendo i rischi di impatto ambientale legati ad una non corretta gestione dei rifiuti.

Vodafone Italia con lo scopo di contribuire in modo rilevante a diffondere all'interno dell'azienda la cultura sul tema ambientale ha informato e formato il personale coinvolto nella gestione sia sui continui aggiornamenti legislativi sia sulle procedure aziendali, quali la gestione dei RAEE, la compilazione dei registri di carico e scarico, la gestione dei fanghi e la gestione dei toner.

In attesa della partenza ufficiale del SISTRI, più volte rinviato dal Governo e ad oggi sospesa fino a giugno 2013, Vodafone Italia ha continuato con l'opera di razionalizzazione e semplificazione della filiera dei rifiuti. Ad esempio, sono state concentrate tutte le attività di produzione dei rifiuti in due magazzini logistici di Rete e sono stati creati depositi temporanei dei rifiuti nei due magazzini centrali, in accordo con la legislazione vigente e con i suggerimenti dell'audit.

Il trend dei rifiuti non pericolosi prodotti dalla gestione delle rete denota un aumento dovuto principalmente alla forte accelerazione del piano di swap verso la tecnologia Single RAN in alcune regioni italiane, che hanno fatto rientrare grandi quantitativi di tecnologie obsolete. I condizionatori e le batterie, che costituiscono

no la maggior parte dei rifiuti pericolosi prodotti dalla rete, sono invece diminuiti grazie al progetto di Site Sharing con gli altri gestori del settore telecomunicazioni, che impone alla società ospitante di provvedere alla manutenzione e allo smaltimento degli impianti obsoleti installati su tali siti.

Gestione dei rifiuti nella supply-chain

Durante l'anno, è stato completato un audit che ha evidenziato il sostanziale accordo ai requisiti contrattuali e legislativi del sistema di gestione dei beni e dei rifiuti da parte dei magazzini e dei rottamatori cui si affida Vodafone Italia. Le aree di miglioramento evidenziate hanno portato ad azioni risolutive sotto la diretta supervisione del Dipartimento di H&S e del Dipartimento di Material Management.

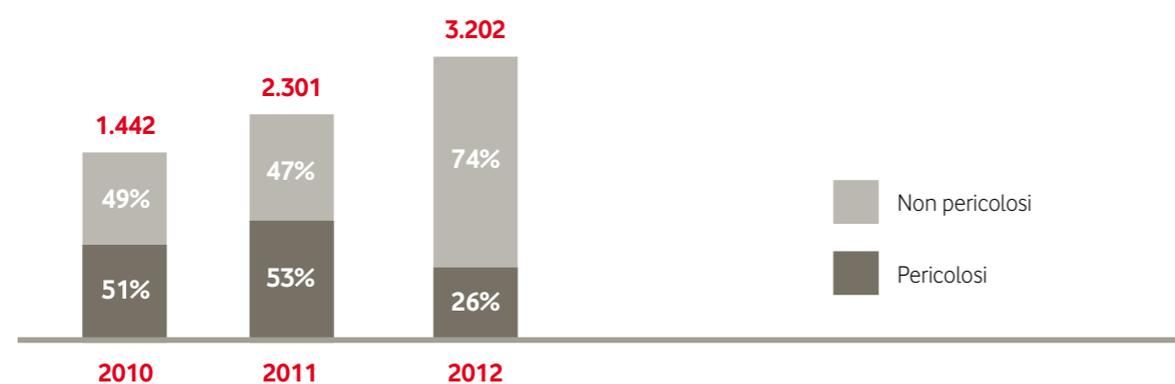
Consumi idrici

Gli acquedotti sono la principale fonte idrica di Vodafone Italia, con acquisti effettuati in parte attraverso aziende municipalizzate ed in parte attraverso aziende private.

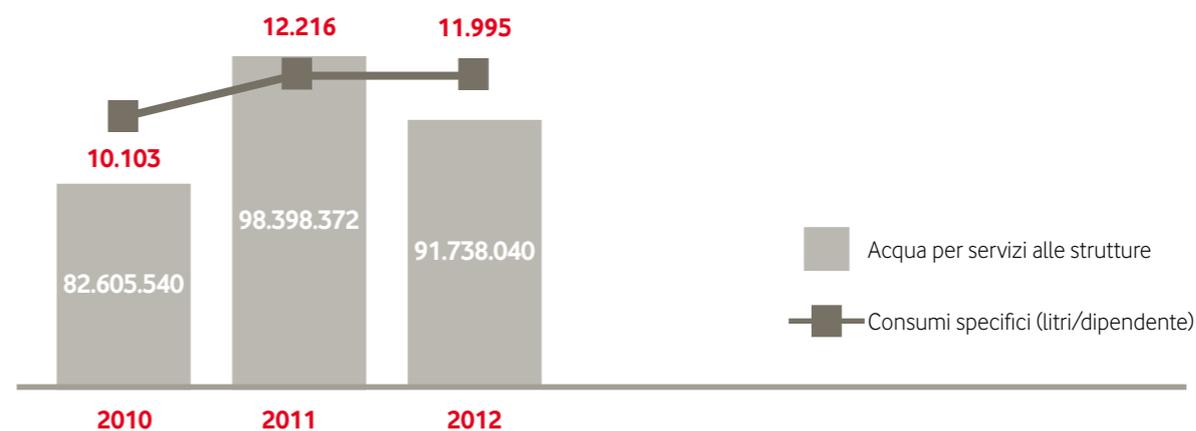
Non si registrano fonti idriche significativamente interessate da prelievi di acqua da parte dell'organizzazione.

Il consumo di acqua per servizi alle strutture è diminuito del 6,8% rispetto allo scorso anno, principalmente grazie al completamento dei lavori di ristrutturazione delle sedi Office ed a minori guasti agli impianti.

Rifiuti speciali prodotti dalla gestione della rete (t)



Consumi idrici (litri)



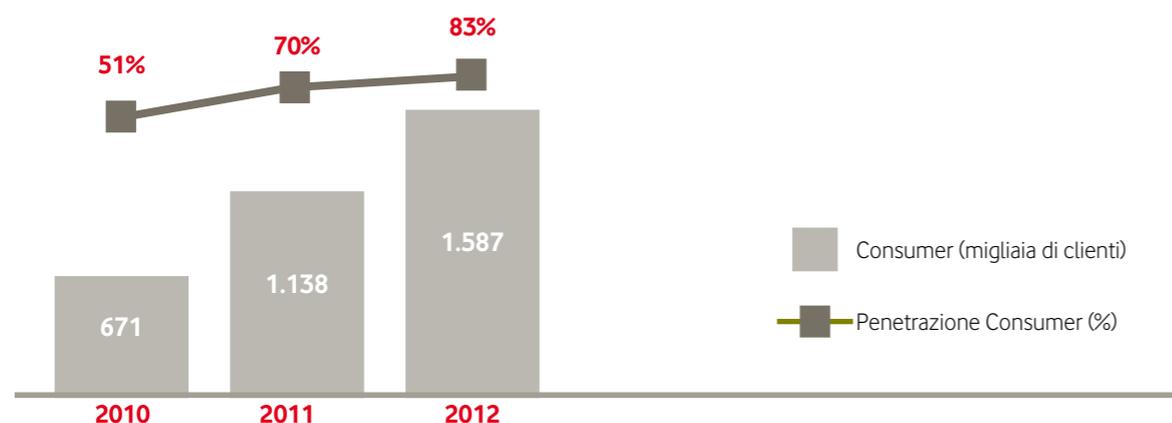
Paperless billing e utilizzo di carta

Nel corso dell'anno sono state effettuate azioni di promozione del servizio e-billing sui canali web e nei Competence Center. Sui canali di vendita è stato introdotto l'e-billing come modalità di fatturazione di base per tutti i nuovi clienti con metodo di pagamento automatico (domiciliazione bancaria o carta di credito). Sono state inoltre svolte campagne di attivazione automatica e-billing in modo da rendere semplice e immediata la fruizione da parte del cliente.

- 210 t CO₂

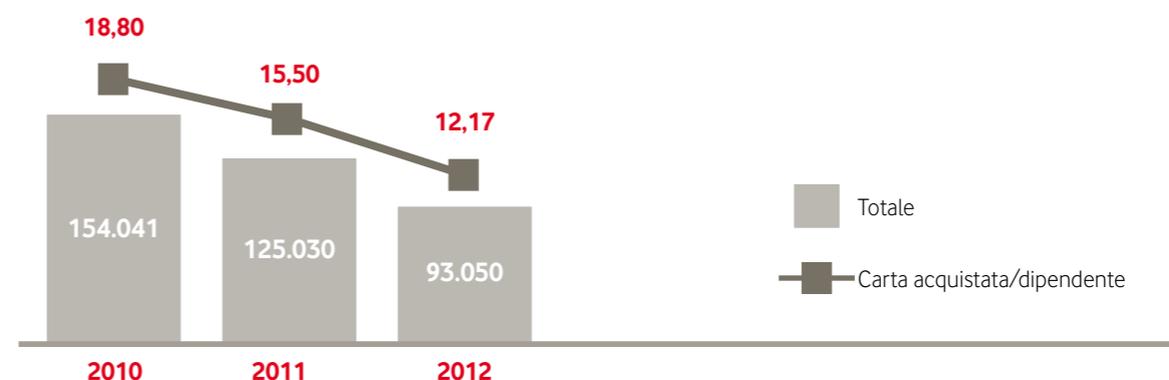
A marzo 2012, oltre 1 milione e 800 mila Clienti sono stati fatturati attraverso modalità elettronica. Questo processo ha consentito di risparmiare 161 tonnellate di carta da cellulosa vergine (43,1 milioni di fogli) corrispondenti a circa 210 tonnellate di CO₂ e 9,7 milioni di litri di acqua.

Fatturazione elettronica - Consumer

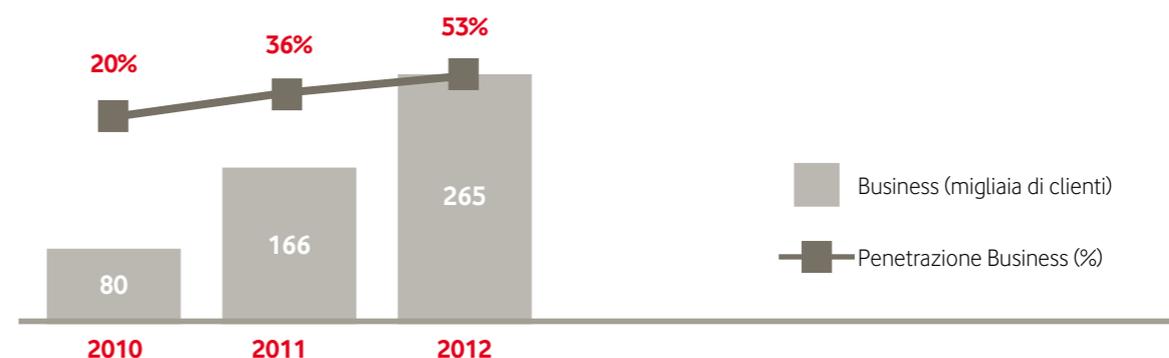


Nota: la percentuale di penetrazione è calcolata in rapporto alla Customer Base "addressable", da intendersi come la Customer Base che ha sottoscritto un metodo di pagamento automatico (domiciliazione bancaria o carta di credito) e non ha mai disattivato e-billing in precedenza. La Customer Base addressable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

Consumi di carta da ufficio (kg)



Fatturazione elettronica - Business





Performance

7

8,6 mld €

Ricavi
delle vendite
e delle prestazioni

2,3 mld €

Investimenti in
infrastrutture
tecnologiche

2 mld €

Tasse,
imposte e
contributi all'Erario

7. Performance

7.1 Performance economiche e finanziarie

In un anno di crisi economica nazionale e internazionale, con impatti anche sul settore delle telecomunicazioni, dove ricavi e margini restano costantemente sotto pressione, Vodafone Italia ha mantenuto un brand forte, difeso e confermato la leadership sul mercato *mobile*, realizzato una performance molto positiva nel mondo delle aziende e ha consolidato il potenziale dei servizi di rete fissa.

8.634 mln € Ricavi delle vendite e delle prestazioni
- 1,9% rispetto allo scorso anno

2.291 mln € Investimenti in infrastrutture tecnologiche

2.025 mln € Trasferimenti all'Erario

+45% Crescita dei ricavi da servizi Internet sul cellulare

+16,8% Ricavi da banda larga *mobile* e servizi multimediali

Un mix di fattori esterni importanti (lo scenario macro-economico più difficile, la forte contrazione dei consumi, l'intensificazione della dinamica competitiva e il conseguente calo dei prezzi sui servizi tradizionali, gli interventi regolatori con una significativa riduzione delle tariffe di terminazione) ha portato i ricavi delle vendite e delle prestazioni a 8.634 milioni di euro, in calo dell'1,9% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Tuttavia, i ricavi realizzati dai servizi in banda larga fissa e *mobile* hanno fatto registrare una buona performance.

In particolare, i ricavi da banda larga *mobile* e servizi multimediali sono cresciuti del 16,8%, grazie alla crescente diffusione degli smartphone e dei tablet su rete Vodafone (che hanno raggiunto i 7 milioni) e ai costanti investimenti sulla copertura e sulla qualità della rete.

Nel corso dell'anno, nonostante il calo dei prezzi e la riduzione dei margini, sono proseguiti gli investimenti in qualità, innovazione e servizio ai clienti. Sono stati realizzati investimenti sul fronte della banda larga e ultralarga *mobile*, per estendere la copertura e potenziare il servizio, contribuendo anche al superamento del digital divide e investimenti per l'acquisto delle frequenze di quarta generazione.

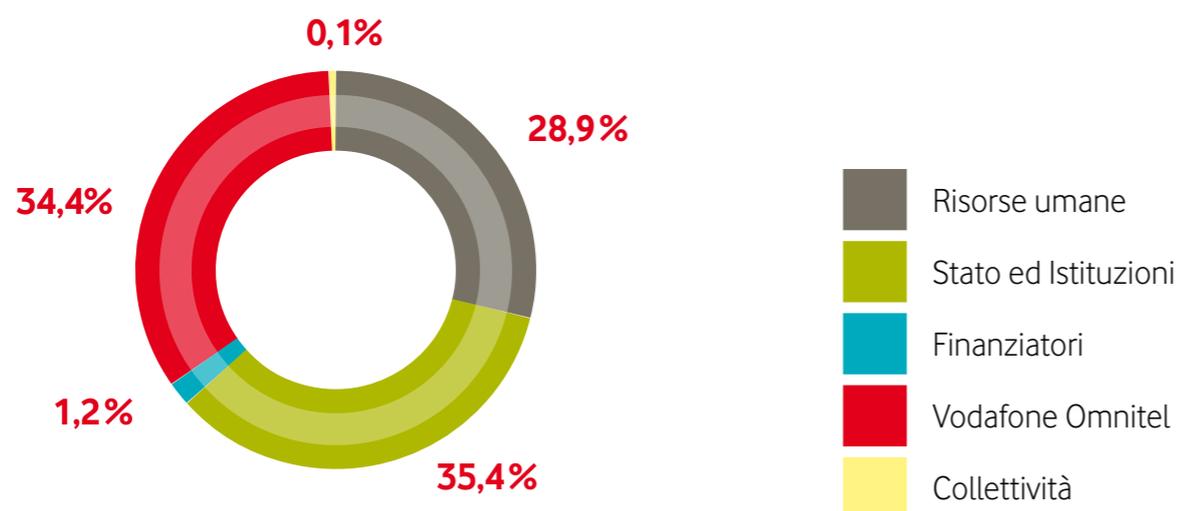
3.786 mln € EBITDA (Comunicato nell'Annual Report della Vodafone Plc predisposto secondo i principi contabili internazionali)

dati al 31 marzo 2012

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.

Distribuzione del Valore Aggiunto - 2012



1.906 mln € Totale Valore Aggiunto

550 mln € Risorse Umane

674 mln € Stato e Istituzioni

657 mln € Vodafone Italia

23 mln € Finanziatori

2 mln € Collettività

Oltre a queste risorse è importante ricordare quelle distribuite dalla Fondazione Vodafone Italia, che nel corso dell'anno ha investito circa 7,8 milioni di euro in progetti sociali finalizzati a migliorare la qualità della vita delle persone e di tutta la collettività.

Determinazione del Valore Aggiunto (milioni di euro)

	2012 (12 mesi)	2011 (12 mesi)	2010 (12 mesi)
A) Valore della produzione	9.043	9.230	9.462
1. Ricavi delle vendite e delle prestazioni	8.634	8.805	9.085
2. Variazione rimanenze prodotti in corso di lavoraz., semilavorati e finiti (e merci) incrementi di immobilizzazioni per lavori interni	76	77	67
4. Altri ricavi e proventi	333	348	310
B) Costi intermedi della produzione	(4.854)	(4.772)	(4.771)
6. Costi di materie prime (*)	(588)	(479)	(403)
7. Costi per servizi (**)	(3.629)	(3.693)	(3.780)
8. Costi di godimento di beni di terzi	(281)	(284)	(282)
9. Accantonamenti per rischi	(115)	(122)	(141)
10. Altri accantonamenti	(184)	(144)	(122)
11. Oneri diversi di gestione	(57)	(50)	(43)
VALORE AGGIUNTO CONSOLIDATO CARATTERISTICO LORDO (A-B)	4.189	4.458	4.691
C) Componenti accessori e straordinari	(358)	(282)	4
12. +/- Saldo gestione accessoria	5	4	4
Ricavi accessori	5	4	4
- Costi accessori	0	0	0
13. +/- Saldo componenti straordinari	(363)	(286)	0
Ricavi straordinari	8	0	0
- Costi straordinari	(371)	(286)	0
VALORE AGGIUNTO GLOBALE E LORDO	3.831	4.176	4.695
- Ammortamenti della gestione per gruppi omogenei di beni	(1.925)	(1.906)	(1.925)
VALORE AGGIUNTO NETTO	1.906	2.270	2.770

* 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.

Distribuzione del Valore Aggiunto (milioni di euro)

	2012 (12 mesi)	2011 (12 mesi)	2010 (12 mesi)
Risorse umane	550	546	571
Personale non dipendente	16	22	22
Personale dipendente			
a) remunerazioni dirette	362	363	375
b) remunerazioni indirette	172	161	174
Stato ed Istituzioni	674	777	813
Imposte dirette	642	740	791
Imposte indirette	35	36	28
- Sovvenzioni in c/esercizio	3	1	6
Finanziatori	23	22	21
Oneri per capitali a breve termine	23	22	21
Oneri per capitali a lungo termine	-	-	-
Soci	-	-	-
Dividendi (Utili distribuiti alla proprietà)	-	-	-
Vodafone Omnitel	657	923	1.363
+/- Variazioni riserve	657	923	1.363
Collettività	2	2	2
VALORE AGGIUNTO NETTO	1.906	2.270	2.770

Dati economici e finanziari consolidati

Conto economico

Nel corso dell'esercizio 2011-12, il valore della produzione si è attestato a 9.046 milioni di euro (-2%). I ricavi delle vendite e prestazioni, pari a 8.634 milioni di euro, sono diminuiti di circa l'1,9% e si riferiscono per 8.011 milioni di euro a

servizi di telefonia, per 460 milioni di euro alla vendita di telefoni ed accessori e ad altri ricavi per 163 milioni di euro.

Conto economico (milioni di euro)	31 marzo 2012	31 marzo 2011	31 marzo 2010
a) Valore della produzione	9.046	9.228	9.468
b) Costi della produzione	(7.372)	(7.275)	(7.301)
Costi operativi	(4.787)	(4.736)	(4.709)
Per il personale	(498)	(502)	(512)
Ammortamenti e svalutazioni	(1.925)	(1.906)	(1.925)
Svalutazione dei crediti	(184)	(144)	(122)
Variazione delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	22	13	(33)
Differenza tra valori e costi della produzione (a-b)	1.674	1.953	2.167
c) Proventi ed oneri finanziari	(18)	(18)	(16)
d) Rettifiche di valore di attività finanziarie	(371)	(283)	0
e) Proventi e oneri straordinari	7	(8)	3
Risultato prima delle imposte (a+b+c+d+e)	1.292	1.644	2.154
Imposte sul reddito di esercizio	(636)	(721)	(791)
Utile (perdita) di esercizio	656	923	1.363

Costo del lavoro (milioni di euro)	31 marzo 2012	31 marzo 2011	31 marzo 2010
Stipendi e salari	362	363	375
Oneri sociali	107	111	110
TFR accantonamento	29	29	27
Totale	498	502	512

Trasferimenti all'Erario (milioni di euro)	31 marzo 2012	31 marzo 2011	31 marzo 2010
Imposte sul reddito	642	740	791
IVA versata	999	1.004	919
Tassa di concessione governativa versata	359	350	342
Altre imposte e tasse	13	15	12
Contributi relativi al settore telecomunicazioni	12	11	7
Totale	2.025	2.120	2.071

Stato patrimoniale

Le attività totali ammontano a 10.097 milioni di euro e registrano, rispetto al periodo precedente, un incremento di circa 1,3% attribuibile principalmente all'incremento nel valore delle immobilizzazioni immateriali, compensato dalla diminuzione delle immobilizzazioni finanziarie.

La variazione delle immobilizzazioni immateriali si riferisce principalmente all'acquisizione della licenza LTE (4G) per 1.260 milioni di euro.

Attivo (milioni di euro)	31 marzo 2012	31 marzo 2011	31 marzo 2010
Immobilizzazioni	7.619	7.637	8.881
Immobilizzazioni immateriali	3.787	3.407	4.294
Immobilizzazioni materiali	1.582	1.610	1.684
Immobilizzazioni finanziarie (*)	2.250	2.620	2.903
Attivo Circolante	2.348	2.243	2.072
Rimanenze	127	105	92
Crediti commerciali	1.748	1.670	1.688
Crediti tributari	372	364	217
Crediti verso altri	69	69	53
Disponibilità liquide	32	35	22
Ratei e risconti attivi	130	93	112
Totale attivo	10.097	9.973	11.065

* Il saldo comprende anche il valore delle azioni proprie.

Patrimonio netto e Passivo (milioni di euro)	31 marzo 2012	31 marzo 2011	31 marzo 2010
Patrimonio netto	6.010	6.605	7.087
Capitale e riserve	5.022	5.393	5.715
Utili anni precedenti	332	289	9
Utili (perdita) d'esercizio	656	923	1.363
Fondi per rischi ed oneri	258	282	297
Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato	95	102	103
Debiti	3.196	2.451	3.091
Debiti verso banche	2	15	2
Debiti verso altri finanziatori	1.128	351	
Debiti commerciali	1.509	1.536	2.365
Debiti tributari	332	362	527
Altri debiti	225	187	197
Ratei e risconti	538	533	487
Totale passivo	10.097	9.973	11.065

Rendiconto finanziario

Il flusso di cassa netto generato dalla gestione è positivo per 482 milioni di euro. La posizione finanziaria netta risulta essere positiva per 32 milioni di euro. Oltre all'investimento nella tecnologia 4G per oltre 1,2 miliardi di euro, gli investimenti riguardano prevalentemente la costruzione e l'entrata in servizio di stazioni base di trasmissione e di controllo e 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 e UMTS e le migliorie eseguite su ponti radio, circuiti e amplificazioni, centrali ed impianti elettronici.

Rendiconto finanziario (milioni di euro)	31 marzo 2012	31 marzo 2011	31 marzo 2010
Utile d'esercizio	656	923	1.363
Ammortamenti	1.924	1.906	1.925
Dismissioni	16	11	9
Accantonamenti	670	586	315
Flusso di cassa generato dalla gestione	3.266	3.426	3.612
(Incremento)/Decremento dei crediti	(330)	(283)	179
Incremento/(Decremento) dei debiti	(161)	(242)	(101)
Variazione del Capitale Circolante Netto	(491)	(525)	78
Investimenti in immobilizzazioni materiali	(581)	(538)	(547)
Investimenti in immobilizzazioni immateriali	(1.711)	(418)	(463)
(Incremento)/decremento immobilizzazioni finanziarie	(1)		
Investimenti in immobilizzazioni	(2.293)	(956)	(1.010)
Flusso di cassa netto generato dalla gestione	482	1.944	2.680
Debiti verso banche e finanziamenti	765	(526)	17
Distribuzione di dividendi deliberati	(1.250)	(1.405)	(2.704)
Flusso di cassa netto generato dall'attività finanziaria	(485)	(1.931)	(2.687)
Variazione netta del saldo cassa e banche	(3)	13	(7)
Saldo iniziale di cassa e banche	35	22	30
Saldo finale di cassa e banche	32	35	23

7.2 Indicatori di performance

Market

La relazione con il cliente

Suddivisione dei Clienti Consumer (n. SIM)	2012	2011	2010
ricaricabili	24.423.273	25.466.912	25.831.637
abbonamenti	2.058.336	1.833.358	1.613.454
Totale	26.481.609	27.300.270	27.445.091

* Mercato *mobile* (incluse SIM sul piano Internet e tel. Free, coerentemente con la chiusura del Management Accounting) EOP "Internet e telefono free" incluso negli abbonamenti e pari a 35,8 K sim".

Suddivisione dei Clienti Enterprise (n. imprese)	2012	2011	2010
piccole imprese	413.736	400.993	343.251
medie imprese	121.503	123.032	117.873
grandi imprese	4.686	4.283	3.862
Totale	539.925	528.308	464.986

Clienti Residential	2012	2011	2010
Totale	1.546.067	1.525.568	1.226.478

I Fornitori

Ordinato concentrato su fornitori locali (%)	2012	2011	2010
% volumi di acquisto da realtà industriali italiane o sussidiarie locali di multinazionali*	84%	82%	85%

* Viene considerata facente parte dell'ordinato verso fornitori italiani anche quella quota parte di ordinato tramite VPC ma che ha per fornitore finale realtà industriali italiane o sussidiarie locali di multinazionali.

Forniture di servizi (€)	2012	2011	2010
Servizi di trasporto	0	82.866	78.838
Acquisti industriali per la rete	2.179.611.959	2.270.063.156	2.453.938.351
Servizi commerciali e pubblicitari	963.106.968	962.256.993	929.335.384
Servizi amministrativi e generali	157.729.626	148.116.461	159.119.120
Spese correlate al personale	40.426.544	41.662.113	39.248.180
Servizi resi da società del Gruppo Vodafone	344.517.476	327.476.355	259.132.857
Totale	3.685.392.573	3.749.657.943	3.840.852.730

Forniture di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci (€)	2012	2011	2010
Telefoni ed accessori	591.962.725	470.524.416	348.531.609
Carte telefoniche	11.138.046	12.803.024	11.761.022
Arredi punti vendita	793.802	1.733.873	2.207.941
Altri acquisti materiale di consumo e merci	5.812.858	7.541.454	8.119.697
Totale	609.707.431	492.602.767	370.620.269

People

Le persone di Vodafone Italia

Forza lavoro (n.)	2012	2011	2010
Dipendenti	7.648	8.055	8.176
- di cui donne	4.153	4.219	n.d.
Personale con contratto di somministrazione di lavoro	335	460	n.d.
- di cui donne	202	302	n.d.
Totale	7.983	8.515	n.d.
Dipendenti per tipologia contrattuale (n.)	2012	2011	2010
Tempo indeterminato	7.585	7.956	n.d.
- di cui donne	4.120	4.160	n.d.
Tempo determinato	63	95	n.d.
- di cui donne	33	56	n.d.
Contratto di inserimento	0	4	n.d.
- di cui donne	0	3	n.d.
Totale	7.648	8.055	8.176
- di cui donne	4.153	4.219	n.d.
Contratti trasformati da tempo determinato a tempo indeterminato - 2012		12	
Dipendenti part-time e full-time (n.)	2012	2011	2010
Full-time	5.739	6.136	n.d.
- di cui donne	2.481	2.553	n.d.
Part-time	1.909	1.919	n.d.
- di cui donne	1.672	1.666	n.d.
Totale	7.648	8.055	8.176
- di cui donne	4.153	4.219	n.d.

Dipendenti per livello di istruzione (n.)	2012	2011	2010
Laurea	2.727	2.694	2.635
Diploma	4.921	5.361	5.541
Totale	7.648	8.055	8.176

Competence Center	2012	2011	2010
Dipendenti di Vodafone Italia (n.)	2.794	2.945	n.d.
- di cui assunti a tempo indeterminato	2.661	2.906	n.d.

Dipendenti per inquadramento contrattuale, genere e appartenenza a categorie protette (n.)	2012		2011		2010	
	totale	di cui donne	totale	di cui donne	totale	di cui donne
Dirigenti	185	28%	189	28%	198	24%
- di cui appartenenti a categorie protette	0	0%	0	0%	n.d.	n.d.
Quadri	749	34%	738	34%	740	35%
- di cui appartenenti a categorie protette	5	60%	3	67%	n.d.	n.d.
Impiegati	6.714	57%	7.128	55%	7.238	55%
- di cui appartenenti a categorie protette	335	59%	348	58%	n.d.	n.d.
Totale	7.648	54%	8.055	52%	8.177	n.d.
- di cui appartenenti a categorie protette	340	59%	351	58%	n.d.	

Dipendenti per funzione di appartenenza (n.)	2012	2011	2010
Staff	634	608	631
- di cui donne	63%	59%	58%
Tecnologie	2.002	2.213	2.355
- di cui donne	20%	18%	18%
Commerciale	1.460	1.456	1.425
- di cui donne	51%	52%	52%
Customer Care	3.257	3.339	3.449
- di cui donne	76%	76%	76%
Group Resources	295	439	316
- di cui donne	40%	35%	39%
Totale	7.648	8.055	8.176
- di cui donne	54%	52%	52%

Dipendenti per fasce di età (n.)	2012	2011	2010
<25	117	86	74
26-30	406	458	606
31-35	1.440	1.978	2.490
36-40	3.103	3.260	3.167
41-45	1.842	1.615	1.298
46-50	519	447	352
>51	221	211	189
Totale	7.648	8.055	8.176

Componenti del Consiglio di Amministrazione per fasce di età e genere (n.)	2012	2011
<41	0	0
41-45	0	2
46-50	3	2
>51	6	5
Totale	9	9
- di cui donne	3	n.d.

Dipendenti per inquadramento contrattuale, per fasce d'età e genere (n.)	2012						
	<25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	>51
Dirigenti	0	0	8	39	79	43	16
- di cui donne	0	0	3	18	21	8	1
Quadri	0	17	76	219	258	127	52
- di cui donne	0	5	33	86	87	37	8
Impiegati	117	389	1.356	2.845	1.505	349	153
- di cui donne	58	183	849	1.783	787	134	52
Totale	117	406	1.440	3.103	1.842	519	221
- di cui donne	58	188	885	1.887	895	179	61
Età media	39						

Dipendenti per macro-funzioni, per fasce d'età e genere (n.)	<25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	>51
Staff	10	57	81	209	171	67	39
- di cui donne	5	35	53	149	94	45	17
Tecnologie	1	74	301	671	571	261	123
- di cui donne	0	14	50	142	132	46	20
Commerciale	79	137	284	526	318	87	29
- di cui donne	46	65	165	297	138	28	9
Customer Care	27	125	747	1.591	690	64	13
- di cui donne	7	69	609	1.251	499	42	9
Group Resources	0	13	27	106	92	40	17
- di cui donne	0	5	8	48	32	18	6
Totale	117	406	1.440	3.103	1.842	519	221
- di cui donne	58	188	885	1.887	895	179	61

Turnover per genere (n. e %)	2012		2011		2010	
	uomo	donna	uomo	donna	uomo	donna
Dipendenti assunti	140	130	147	139	n.d.	n.d.
Dipendenti che hanno lasciato il Gruppo	468	209	202	205	n.d.	n.d.
Totale assunti	270		286		n.d.	
Totale cessati*	677		407		n.d.	
Turnover (%)**	3,7%		3,3%		2,3%	

* Di cui 334 per cessione di ramo d'azienda.

** Tasso calcolato come totale cessati rispetto alla forza lavoro media nell'anno.

Assunzioni e uscite per fasce d'età (n.)

	2012						
	<25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	>51
Dipendenti assunti nell'anno	83	81	72	21	10	1	2
Dipendenti che hanno lasciato il Gruppo	14	51	148	338	88	35	3

Assunzioni e uscite per area geografica (n.)

	2012	2011	2010
Dipendenti assunti:	270	286	n.d.
- Nord-Ovest	202	192	n.d.
- Nord-Est	20	19	n.d.
- Centro	31	43	n.d.
- Sud	17	32	n.d.
Dipendenti che hanno lasciato il Gruppo:	677	407	n.d.
- Nord-Ovest	277	229	n.d.
- Nord-Est	121	48	n.d.
- Centro	151	74	n.d.
- Sud	128	56	n.d.

Formazione e sviluppo

Formazione del personale interno ed esterno	2012	2011	2010
Personale dipendente (n. giornate)	50.624	57.016	47.883
Personale esterno (n. giornate)	74.876	58.483	46.206
Totale giornate di formazione	125.500	115.499	94.089
Formazione media del personale dipendente (n. giornate pro-capite)	6,6	7,1	5,9
Investimenti in formazione (migliaia di euro)	5.600	5.000	6.000
Giornate di formazione rivolte al personale dipendente, per tipologia di formazione			
	2012	2011	2010
Formazione funzionale	40.500	44.716	37.666
Formazione manageriale	3.544	2.878	1.650
Formazione comportamentale	5.569	6.429	5.701
Formazione linguistica	1.012	2.993	2.866
Totale	50.624	57.016	47.883
Giornate di formazione funzionale rivolte al personale dipendente			
	2012	2011	2010
Formazione CRM (Customer Relationship Management)	21.959	27.918	21.743
Formazione Rete	8.981	8.072	6.417
Formazione Vendite	6.824	6.410	7.819
Formazione Sicurezza sul lavoro	2.736	2.316	1.687
Totale	40.500	44.716	37.666

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 della Sicurezza

	2012	2011	2010
Infortuni sul lavoro			
Infortuni sul lavoro (n.)	18	20	31
Giorni persi per infortuni sul lavoro	502	583	1.041
Dipendenti Full-Time Equivalent (FTE)	7.075	7.446	7.523
Indice di Frequenza	2,5	2,7	4,1
Indice di Gravità	71,0	78,3	138,4
Infortuni in itinere (n.)	74	96	107

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.

Le modalità per il monitoraggio e il reporting delle statistiche e degli indicatori degli infortuni sono definite da una procedura interna e in base allo standard diffuso dal Gruppo Vodafone.

Formazione Salute e Sicurezza sul Lavoro (n. persone coinvolte)	2012	2011	2010
Ruoli e responsabilità nell'ambito del Sistema di Gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro	402	1.163	856
Prevenzione dei rischi correlati all'attività svolta	731	1.954	1.219
Totale	1.133	3.117	2.075

Formazione Salute e Sicurezza sul Lavoro (n. giornate)	2012	2011
Ruoli e responsabilità nell'ambito del Sistema di Gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro	436	839
Prevenzione dei rischi correlati all'attività svolta	418	1.019
Totale	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 Annuale Lorda media delle donne rispetto a quella degli uomini (%)	2012	2011	2010
per inquadramento contrattuale:			
Dirigenti	91%	88%	n.d.
Quadri	94%	93%	n.d.
Impiegati	81%	81%	n.d.
Totale	74%	89%	n.d.
per macro-funzione:			
Staff	75%	72%	n.d.
Tecnologie	94%	100%	n.d.
Commerciale	78%	84%	n.d.
Customer Care	89%	86%	n.d.
Group Resources	102%	83%	
Totale	74%	83%	n.d.
Remunerazione Annuale Totale media delle donne rispetto a quella degli uomini (%)	2012	2011	2010
per inquadramento contrattuale:			
Dirigenti	87%	83%	n.d.
Quadri	92%	91%	n.d.
Impiegati	82%	80%	n.d.
Totale	72%	85%	n.d.
per macro-funzione:			
Staff	70%	64%	n.d.
Tecnologie	94%	100%	n.d.
Commerciale	74%	78%	n.d.
Customer Care	88%	78%	n.d.
Group Resources	107%	80%	
Totale	72%	78%	n.d.
Rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti e lo stipendio minimo locale (%)	2012	2011	2010
Rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti e lo stipendio minimo locale (%)	130%	130%	n.d.

Relazioni industriali e sindacali

Partecipazione ad attività sindacale	2012	2011	2010
Ore teoriche lavorate	14.664.068	15.304.439	14.830.168
Ore di assenza per assemblee e permessi sindacali	49.048	59.921	49.539
Ore di assenza per scioperi	20.812	3.572	2.136
Tasso di assenteismo (%)	2012	2011	2010
Tasso di assenteismo*	2,72	2,74	2,99

* Il dato non include TeleTu, pari a 1,30% nel 2012.

La Fondazione Vodafone Italia

Numero di progetti e investimento totale	2012	2011	2010
Progetti sostenuti (n.)	30	37	47
Investimento totale (€)	7.755.654	6.995.197	7.607.168
Risorse della Fondazione (€)	2012	2011	2010
- da Vodafone Group Foundation	3.175.000	3.955.162	5.500.000
- da Vodafone Italia	3.775.000	3.554.500	2.286.288
Fondi ricevuti	6.950.000	7.509.662	7.786.288
Fondi utilizzati per la gestione operativa	655.245	659.721	625.537
Fondi destinati per le iniziative deliberate dal CdA	7.755.654	6.995.197	7.607.168

Planet

Sviluppo della rete e campi elettromagnetici

Siti fisici	2012		2011		2010	
Siti fisici totali	16.217		15.130		14.114	
- di cui siti condivisi (shared)	46%		37%		24%	
Stazioni Radio Base - SRB	GSM	UMTS	GSM	UMTS	GSM	UMTS
Installate su Infrastrutture dedicate	2.326	2.773	2.698	2.615	2.973	2.290
Installate su Infrastrutture collocate	11.142	11.116	9.827	9.819	8.860	8.852
SRB installate	13.468	13.889	12.525	12.434	11.833	11.142
- di cui su infrastrutture pre-esistenti	83%	80%	78%	79%	75%	79%

Utilizzo e gestione delle risorse

Consumi di energia elettrica (MWh annui)	2012	2011	2010
Rete	581.017	562.789	554.771
Fonti convenzionali	141.088	146.882	166.595
Fonti rinnovabili	439.929	415.907	388.175
Uffici e negozi	42.377	41.374	42.338
Fonti convenzionali	11.473	10.633	30.832
Fonti rinnovabili	30.904	30.741	11.506
Totale	623.394	604.162	597.108
Fonti convenzionali	152.561	157.515	197.427
Fonti rinnovabili	470.833	446.648	399.681
CED*	74.455	76.918	78.590
Fonti convenzionali	74.455	76.918	78.590
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.
Nota: dati stimati.

Consumi di energia termica (MWh annui)	2012	2011	2010
Uffici	16.964	15.373	11.274

Nota: dati stimati.

Emissioni indirette di CO₂ (t)	2012	2011	2010
Rete	75.482	78.582	89.129
Uffici e negozi	12.890	11.807	20.982
Totale	81.620	84.270	105.624
CED	39.833	41.151	34.815

Nota: le stime non includono le emissioni di energia termica proveniente per la quasi totalità da impianti di cogenerazione.

Consumi diretti di energia (TEP)	2012	2011	2010
Gasolio da autotrazione	3.458	4.047	3.888
Benzina da autotrazione	6	8	11
Gasolio produzione energia da gruppi elettrogeni rete e uffici	484	654	632
Metano per caldaie e per il riscaldamento degli uffici	651	672	621
Totale	4.599	5.381	5.152
Gasolio produzione energia da gruppi elettrogeni CED	19	21	0
Nota: dati stimati.			
Energia elettrica autoprodotta (MWh annui)	2012	2011	2010
Gruppi elettrogeni - rete	1.578	2.106	2.052
Gruppi elettrogeni - uffici	58	110	85
Fonti rinnovabili (solare) - rete e uffici	49	46	29
Totale	1.685	2.262	2.166
Gruppi elettrogeni - CED	65	71	0
Emissioni dirette di CO₂ (t)	2012	2011	2010
CO ₂ da trasporti (flotta)	10.401	12.177	11.705
CO ₂ da produzione energia (gruppi elettrogeni)	1.454	1.964	1.898
CO ₂ da riscaldamento	1.572	1.536	1.419
Totale	13.427	15.678	15.022
Gruppi elettrogeni - CED	58	63	0
Altre emissioni indirette di CO₂ (t)	2012	2011	2010
CO ₂ da voli aerei	1.864	1.689	1.504
Carbon Intensity	2012	2011	2010
Kg CO ₂ /TB di traffico	786	1.309	2.494
Kg CO ₂ per cliente	4,2	4,3	4,8

Fattori di emissione utilizzati per il calcolo della CO ₂	fonte
Energia elettrica di rete prodotta da fonti convenzionali	"Confronti internazionali 2010", Terna (Enerdata)
Benzina da autotrazione	GHG Protocol Stationary Combustion, Version 4.0
Gasolio da autotrazione	GHG Protocol Stationary Combustion, Version 4.0
Gasolio per le caldaie e il riscaldamento degli edifici	GHG Protocol Stationary Combustion, Version 4.0
Gasolio produzione energia da gruppi elettrogeni	GHG Protocol Stationary Combustion, Version 4.0
Gas naturale per riscaldamento uffici	GHG Protocol Stationary Combustion, Version 4.0
Voli aerei	2011 Guidelines to Defra / DECC's GHG Conversion Factors for Company Reporting

Gas effetto serra (kg)		uso	stato	2012		2011		2010	
				Rete	Uffici	Rete	Uffici	Rete	Uffici
HFC (R407-R134-R417-R410)	refrigerante	detenuto		24.713	11.353	23.505	11.215	23.258	10.757
HFC (R407-R134-R417-R410)	refrigerante	reintegrato		1.658	660	1.036	653	2.274	1.278
HFC23	estinguento	detenuto		68.085	20.255	68.085	20.309	69.231	21.934
HFC23	estinguento	reintegrato		0	0	2.606	0	2.177	230
CO ₂	estinguento	detenuto		21.477	1.571	21.407	1.696	21.606	1.567
CO ₂	estinguento	reintegrato		86	0	160	0	649	0
Gas ozonolesivi (kg)		uso	stato	2012		2011		2010	
				Rete	Uffici	Rete	Uffici	Rete	Uffici
HCFC (R22)	refrigerante	detenuto		24.460	4.518	23.594	4.693	27.586	4.844
HCFC (R22)	refrigerante	reintegrato		425	110	273	40	2.686	240
Altre sostanze estinguenti (kg)		uso	stato	2012		2011		2010	
				Rete	Uffici	Rete	Uffici	Rete	Uffici
Polveri	estinguento	detenuto		65.824	11.183	66.379	12.409	69.930	11.237
Polveri	estinguento	reintegrato		570	0	793	42	3.647	66
NOVEC	estinguento	detenuto		13.558	1.056	5.216	0	3.182	0
NOVEC	estinguento	reintegrato		0	0	0	0	0	0
Altro (soyuz)	estinguento	detenuto		303	0	303	0	0	0
Altro (soyuz)	estinguento	reintegrato		0	0	0	0	0	0

Nota: per "reintegrato" si intendono le quantità di refrigeranti e estinguenti effettivamente disperse nell'ambiente.

Rifiuti speciali prodotti dalla gestione della Rete (t)	2012	2011	2010
Pericolosi	821	1.225	735
Non pericolosi	2.381	1.076	707
Totale	3.202	2.301	1.442
- di cui riciclati	100%	100%	100%

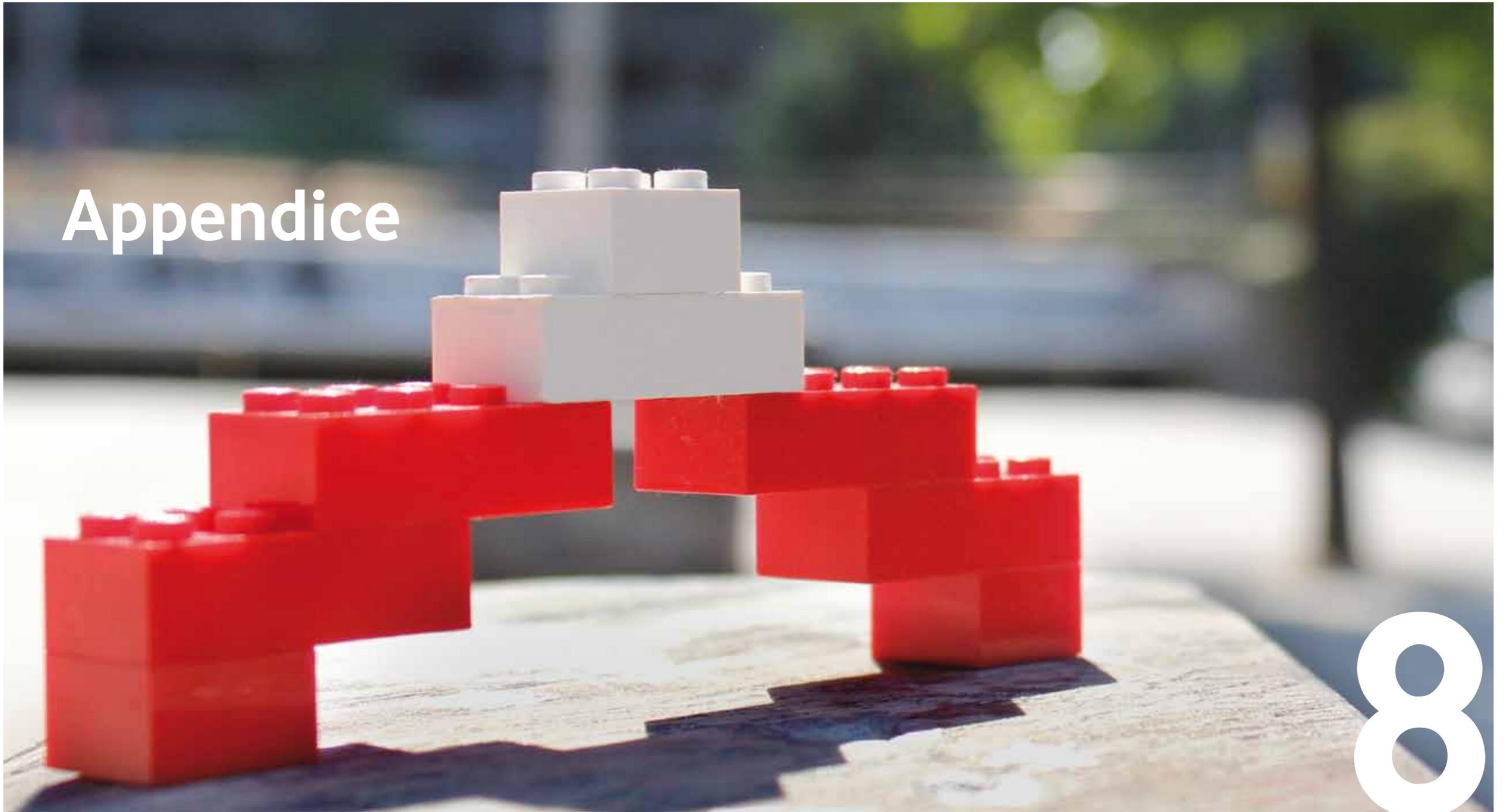
Consumi idrici da acquedotto (litri)	2012	2011	2010
Acqua per servizi alle strutture	91.738.040	98.398.372	82.605.540
Consumi specifici (litri/dipendente)	11.995	12.216	10.103

Nota: dati stimati.

Acquisti di carta da ufficio	2012		2011		2010	
	Kg	%	Kg	%	Kg	%
Comune	4.350	5%	10.880	9%	41.908	27%
Ecologica	88.700	95%	114.150	91%	112.133	73%
Totale	93.050	100%	125.030	100%	154.041	100%
Kg di carta acquistati / dipendente	12,17		15,50		18,80	

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

Appendice



8

8. Appendice

8.1 Nota metodologica

Il Bilancio di Sostenibilità di Vodafone Italia, giunto alla sua undicesima edizione, è pubblicato con cadenza annuale e rappresenta il principale strumento di comunicazione con gli stakeholder in merito alle performance di sostenibilità conseguite dall'azienda dal 1° aprile 2011 al 31 marzo 2012.

Il Bilancio di Sostenibilità 2011-2012 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 non è stato sottoposto ad attività di assurance da parte di una società di revisione, ma è stato valutato per la prima volta 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 2011-2012 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 2012 e il perimetro di rendicontazione del Bilancio corrisponde a quello di Relazioni e Bilancio Consolidato al 31 marzo 2012, da cui derivano i dati economici e finanziari riportati nel Bilancio di Sostenibilità.

Le società incluse nell'area di consolidamento e controllate da Vodafone Omnitel N.V. sono: Vodafone Gestioni S.p.A., Vodafone Servizi e Tecnologie S.r.l., TeleTu S.p.A.

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.

Vodafone Group Plc è detentrica 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 2011-2012.

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 2010" si intende l'anno fiscale dal 1° aprile 2009 al 31 marzo 2010. Per "anno" si intende l'anno fiscale.

8.2 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 generato per il Sistema Paese nell’arco temporale corrispondente all’anno fiscale 2011-2012.

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 dalle Direzioni di Vodafone Italia; in particolare, il contributo alle imprese è stato valutato tenendo in considerazione che l’84% 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 macro-categorie, sono stati stimati sulla base di dati pubblici e di dati provenienti dalle Direzioni di Vodafone Italia;
- l’impatto economico indotto è stato stimato sulla base dei dati raccolti dalle Direzioni di Vodafone Italia e da 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 dalle Direzioni di Vodafone Italia e da 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.

8.3 Obiettivi e risultati

Il contributo di Vodafone Italia al Paese

Il contributo economico

We said	We have
Digital divide geografico Vodafone porterà la banda larga con tecnologia radio in almeno 1.000 Comuni in digital divide. > Dicembre 2013	Al 31 marzo 2012, Vodafone ha portato la banda larga con tecnologia radio in 465 Comuni in digital divide.

Market

Innovazione e tecnologia al servizio della collettività

We said	We have
Digital divide Ridurre il divario culturale e generazionale nella nuova famiglia "neo-digitale" attraverso la realizzazione di iniziative rivolte sia ai genitori che ai giovani, in particolare attraverso attività ed iniziative di edutainment per far sì che i giovani utilizzino in modo sempre più consapevole Internet e il cellulare. > Marzo 2012	Sono state sviluppate iniziative e progetti specifici: <i>inClasse</i> , <i>inFamiglia</i> e Smart Tutor.
Revisione e aggiornamento della guida sull'Utilizzo Responsabile delle Tecnologie. > Marzo 2011	Il portale <i>inFamiglia</i> è stato rinnovato nella grafica e nei contenuti e sono stati aggiunti tutorial e infografiche di approfondimento.
Nell'ambito del progetto " <i>inFamiglia</i> ", continuare con la strategia messa in atto lo scorso anno con iniziative rivolte a genitori, nonni e ragazzi. > Marzo 2012	Il portale <i>inFamiglia</i> è stato rinnovato nella grafica e nei contenuti e sono stati aggiunti tutorial e infografiche di approfondimento.
Pubblicazione di un leaflet, nell'ambito del progetto " <i>inFamiglia</i> ", per avvicinare i giovani ad un utilizzo consapevole delle tecnologie. > Marzo 2012	È stata pubblicata una brochure che riassume per macroaree i temi approfonditi nel portale.
Entrare nel mondo delle scuole, con l'obiettivo di ridurre il digital divide tra studenti ed insegnanti attraverso l'utilizzo della tecnologia. > Marzo 2012	È stato avviato il progetto " <i>inClasse</i> ", per promuovere l'uso responsabile delle tecnologie tra studenti e insegnanti.
Valutare nuovi sistemi e servizi a tutela dell'accesso a Internet per la rete fissa e <i>mobile</i> (protezione dati, attacchi informatici) e per tutelare l'accesso dei minori rispetto a contenuti inappropriati. > Marzo 2012	È stato lanciato il servizio PC protection, sono inoltre in corso di sviluppo nuovi servizi per garantire sicurezza nella navigazione.

We will		
Digital divide	Sviluppare un'applicazione e un sito Internet per rispondere alle esigenze delle persone portatrici di disabilità motoria.	> Settembre 2012
	Sviluppare i servizi "Vodafone Mobile Protect" e "PC Protect" per garantire la navigazione sicura.	> Luglio 2013
Innovazione	Lanciare i servizi 4G nelle città principali.	> Marzo 2013
La relazione con il cliente		
We said	We have	
Il servizio al cliente	Proseguire nella direzione del self-care arricchendo le piattaforme mobili con il rilascio di nuove funzionalità. > Marzo 2012	La linea di applicazioni e il sito <i>mobile My 190</i> copre ora tutti gli smartphone e tablet; queste stesse funzionalità sono state portate su un'applicazione disponibile per tutti i PC e Mac. Per guidare il cliente nell'uso del proprio smartphone sono stati creati manuali interattivi online.
	Migliorare l'esperienza di navigazione del cliente nel sito <i>vodafone.it</i> : ottimizzare i processi e gli strumenti di e-commerce, aumentare la presenza di Vodafone nei Social Network sfruttando queste community come innovativo canale di assistenza. > Marzo 2012	Il sito di e-commerce è stato rivisto e semplificato, migliorato anche il flusso della logistica che gestisce le richieste d'acquisto dei clienti via web. Il Vodafone Lab e i Social Network sono utilizzati anche come canali di assistenza one to one.
Mercato Consumer	Al fine di consolidare e rafforzare la relazione con i clienti consumer, rinnovare il programma di fidelizzazione Vodafone One: favorire un maggiore coinvolgimento dei clienti, valorizzare coloro che sono in Vodafone da molto tempo attraverso azioni dedicate e incrementare il numero di clienti premiati. > Marzo 2012	È stato lanciato il nuovo programma di fidelizzazione Vodafone You, che consente a tutti i clienti di trovare sempre nuove offerte e premi speciali. Più di 15 milioni di offerte ogni mese sono dedicate ai clienti Vodafone, veicolate con SMS, direct mailing o attraverso i Competence Center.
Mercato Business	Puntare ad un'offerta sempre più integrata di fisso, <i>mobile</i> e dati per coprire tutte le esigenze di comunicazione della clientela business. > Marzo 2012.	Sono state proposte soluzioni sempre più integrate fisso- <i>mobile</i> -dati rivolte a titolari di Partita IVA, Piccole, Medie e Grandi Aziende. Sviluppato un portafoglio di offerte che garantisce sempre ai clienti la certezza della spesa.
	Aggiornare il portafoglio terminali dedicato ai clienti business con i migliori smartphone presenti sul mercato e gli strumenti più innovativi (applicazioni, tablet) per l'accesso ad Internet. > Marzo 2012	È stata creata un'offerta sempre più completa e in linea con la velocità di evoluzione del mercato: smartphone, Internet key e tablet esclusivi di ultima generazione sono stati integrati nell'offerta tariffaria con un'ampiezza di portafoglio su tutte le fasce di prezzo.
Settore non profit	Definire un "Pacchetto non profit" per l'offerta di servizi commerciali e non, destinati al terzo settore. > Giugno 2012	Sono stati facilitati i contatti tra il terzo settore e il mondo business di Vodafone; non è ancora stato definito uno specifico pacchetto per il non profit.

We will

Il servizio al cliente	Introdurre l'utilizzo della tecnologie di riconoscimento vocale sulla funzionalità del risponditore automatico facilitando e snellendo notevolmente il processo di individuazione ed acquisizione delle informazioni.	> Marzo 2013
	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
Mercato Consumer	Coinvolgere sempre di più i negozi Vodafone nella gestione del cliente con offerte esclusive e dedicate.	> Marzo 2013
	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
Mercato Business	Continuare a migliorare la qualità del servizio clienti attraverso l'offerta di un modello esclusivo dedicato a ciascun segmento.	> Marzo 2013
	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
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

I Fornitori

We said		We have
La responsabilità sociale nella gestione dei fornitori	Lanciare un nuovo processo di valutazione dei fornitori volto a garantire una maggiore integrazione dei processi di Suppliers Relationship Management con i processi di valutazione sulla qualità del prodotto fornito. > Marzo 2012	È stata adottata una piattaforma che consente l'integrazione del processo di valutazione dei fornitori con il processo di qualifica dei fornitori.
	Rivedere le responsabilità della funzione Supply Chain Management nel processo di garanzia dei requisiti H&S dei fornitori: mappatura ruoli e responsabilità, revisione delle procedure H&S all'interno delle categorie dei servizi. > Marzo 2012	È stata elaborata una nuova procedura aziendale per la qualifica di appaltatori e subappaltatori conforme ai requisiti di salute e sicurezza previsti D. Lgs. 81/08 e che contempla: la redistribuzione delle responsabilità nella funzione Supply Chain Management (SCM), l'erogazione di corsi di formazione a tutte le risorse SCM, il coinvolgimento di tutti i "clienti interni", l'assegnazione formale delle deleghe aziendali in ambito Salute e Sicurezza.
	Rivedere il "Penalty System" applicato ai fornitori per garantire una migliore tutela del rispetto delle garanzie H&S. > Marzo 2012	È stato sostituito il sistema sanzionatorio "Penalty System" con il sistema "Remedy System", che prevede maggiori controlli e azioni correttive con l'obiettivo di garantire l'azienda e incentivare i fornitori al rispetto dei requisiti H&S e all'adozione di un proprio sistema di gestione sulla salute e sulla sicurezza.
	Effettuare audit ambientali sui fornitori significativi relativamente alle tematiche ambientali .> Marzo 2012	Sono stati eseguiti tre audit sui depositi di gestione dei beni e smaltitori di rifiuti. Nei casi di non conformità sono state adottate tutte le azioni correttive.
We will		
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 ai fornitori e ai 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

People

Risorse Umane, Inclusion e condizioni lavorative

We said		We have
Sistemi di valutazione e incentivazione	Introdurre strumenti che premiano il contributo individuale al raggiungimento degli obiettivi aziendali destinati alle persone che non partecipano a programmi di reward strutturati. > Marzo 2012	Tutta la popolazione aziendale partecipa a programmi di reward che riconoscono il contributo individuale al raggiungimento dei risultati aziendali.
	Implementare il percorso "Coach the Vodafone Way", rivolto ai dirigenti. > Marzo 2012	Per favorire lo sviluppo del capo come "Coach" è stato avviato un percorso di sviluppo rivolto a tutti i manager gestori di risorse. Coinvolte oltre 500 persone e 60 volontari.
Salute e Sicurezza	Erogare a tutte le figure manageriali il corso "Le Responsabilità del Manager per gli aspetti di Salute e Sicurezza sul Lavoro". > Marzo 2012	Alle figure manageriali delle Direzioni Consumer ed Enterprise e alle figure gestionali di Human Resources è stata dedicata una specifica sezione sul ruolo e la responsabilità nell'ambito del Sistema di Gestione Salute e Sicurezza sul Lavoro.
	Avviare il processo di preparazione alla verifica precertificativa del Sistema di Gestione Salute e Sicurezza. > Marzo 2012	Diverse funzioni aziendali sono state coinvolte in un progetto di formazione e conoscenza sulla Salute e Sicurezza, stimolando la definizione di azioni semplici ed efficaci per l'impostazione del nuovo sistema.
Assunzioni e pari opportunità	Continuare ad investire sull'assunzione e sulla crescita di giovani neolaureati, raggiungendo il 50% sul totale delle assunzioni. > Marzo 2012	Assunti 81 neolaureati nell'ambito del Vodafone Discover Program, a fronte dei 40 assunti lo scorso anno, pari al 28% sul totale delle assunzioni.
	Incrementare il numero di donne assunte sul totale degli inserimenti, garantendo per ogni ricerca aperta almeno una candidatura femminile. > Marzo 2012	È stata garantita la presenza di almeno una candidatura femminile per ogni ricerca aperta, assunte il 45% di donne sul totale delle assunzioni, in leggera diminuzione rispetto allo scorso anno.
	Sviluppare nuovi programmi internazionali rivolti ai neoassunti, attraverso un costante dialogo con il resto delle altre Operating Company del Gruppo, favorendo anche l'attrazione di studenti internazionali. > Ottobre 2011	È stato introdotto il programma COLUMBUS e sviluppato il sito Youiversity.
Formazione	Progettare la nuova architettura formativa "My Learning" per tutta l'azienda con particolare attenzione a "Focus on Business", "Managerial Enablers", "Organisational Enablers" e "Academies". > Marzo 2012	L'offerta formativa è stata progettata e riformulata in base alle aree indicate, con particolare attenzione ai temi legati al business, alla relazione con il cliente, alle abilità manageriali e allo sviluppo delle persone.
	Diffondere e consolidare la cultura "Supermobile" in tutta l'azienda, sviluppare le competenze con particolare attenzione alla brand experience. > Marzo 2012	La formazione ha investito in modo significativo per sviluppare le competenze nell'area Supermobile. All'interno del Vodafone Village è stato realizzato un percorso che consente alle persone di fare esperienza attraverso l'utilizzo di device smartphone e tablet.
Relazioni industriali	Gestione del rapporto di partnership per la manutenzione della rete Vodafone con Ericsson. > Luglio 2011	La procedura di cessione del ramo della rete, denominato Field Operations, ha coinvolto 331 dipendenti addetti alla manutenzione della rete Vodafone. La trattativa si è conclusa nel mese di giugno 2011 con un importante accordo sindacale che ha premesso a tutti i lavoratori coinvolti già dal mese di luglio di diventare dipendenti Ericsson con il mantenimento di tutti i trattamenti economici e normativi che avevano presso Vodafone.

We will		
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
	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
Comunicazione e dialogo	Sviluppare la People Survey 2012-2013 per continuare a monitorare il grado di soddisfazione dei dipendenti.	> Marzo 2013
	Lanciare l'iniziativa "Tutto fa Brand" per rafforzare internamente la cultura del brand Vodafone.	> Marzo 2013
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
Assunzioni e pari opportunità	Sviluppare il programma Columbus e aumentare il numero dei partecipanti.	> Marzo 2013
Formazione	Progettare una formazione sempre più attenta nel recepire stimoli, testimonianze ed esperienze provenienti da altri settori e mercati.	> Marzo 2013
	Investire sullo sviluppo delle competenze utili a comprendere e ad anticipare l'evoluzione del contesto di business (es. Supermobile).	> Marzo 2013
	Sviluppare nuove metodologie di apprendimento in linea con le evoluzioni del contesto (formazione 2.0, Social Networking, ecc.).	> Marzo 2013

La collettività

We said		We have
Fondazione Vodafone Italia	Avviare la quinta edizione del programma World of Difference. > Marzo 2012	Hanno partecipato al progetto 62 persone e 3 ONG che operano all'estero.
	Avviare un progetto con tecnologia <i>mobile</i> . > Marzo 2012	È stato avviato il progetto Vodafone Angel per fornire alle donne vittime di violenza un dispositivo che consente di richiedere soccorso immediato agli enti preposti.
	Realizzare il Bilancio della Fondazione "Fond of Life" attraverso un progetto di formazione per persone svantaggiate. > Marzo 2012	È stata avviata la collaborazione con due Associazioni: Arteteca di Napoli e l'Associazione per la Tutela della Fanciullezza e dell'Adolescenza di Milano.
	Il edizione del Foundation Day con la partecipazione e il coinvolgimento anche dei clienti Vodafone Italia. > Marzo 2011	In seguito alla ridefinizione della strategie della Fondazione sono state riviste le iniziative di coinvolgimento dei clienti.
	Organizzare un workshop istituzionale. > Marzo 2012	Il progetto è stato rivisto nel corso dell'anno e rinviato per una futura valutazione.
We will		
Progetto "Abbiamo a cuore il tuo cuore"	Nel 2012 saranno attivate altre 10 province e e verrà coinvolto l'Ordine Nazionale dei Farmacisti con il proposito di estendere il servizio a tutto il territorio Italiano. > Marzo 2013	
	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	

Planet

Efficienza energetica e carbon footprint

We said		We have
Efficienza negli uffici	Vodafone Village: completamento del nuovo complesso edilizio a Milano, ad alta efficienza energetica, dotato di sistemi di trigenerazione a basso impatto ambientale per la produzione di energia elettrica e termica (riscaldamento e condizionamento). > Marzo 2012	Le diverse sedi di Milano sono state accorpate nel nuovo complesso direzionale, la maggior parte delle vecchie sedi sono state dismesse.
Efficienza nella rete	Estendere la copertura con AMR (Automatic Meter Reading) fino al 50% dei siti di rete radio su infrastrutture di Vodafone Italia. > Marzo 2012	Gli AMR coprono circa il 48% delle infrastrutture di proprietà di Vodafone Italia.
	Estendere l'uso della tecnologia Single RAN sia per la sostituzione di apparati (oltre 5.000 tra apparati GSM ed UMTS) nei siti esistenti sia per la realizzazione dei siti nuovi, dove il Single RAN rappresenterà circa il 70% dei nuovi apparati. > Marzo 2012	Tra nuove installazioni e swap della rete esistente, i siti Single RAN con apparati 2G e 3G sono 6480. La totalità dei nuovi apparati installati (100%) sono Single RAN.
Mobilità aziendale	Inserire due veicoli elettrici a disposizione del personale per eventi istituzionali e di rappresentanza. > Marzo 2012	È stata definita la policy che regola l'utilizzo dei due veicoli elettrici (Smart) e sviluppato un tool per la prenotazione delle auto da parte del personale abilitato.
Sviluppo della rete e campi elettromagnetici	Condivisione, nell'ambito dell'accordo di Site Sharing con Telecom Italia, di ulteriori 1.150 infrastrutture di rete sia esistenti sia di nuova generazione > Dicembre 2011. Estendere l'accordo con Wind per la condivisione di ulteriori 1.000 siti. > Settembre 2012	A dicembre 2011 sono stati raggiunti gli obiettivi stabiliti in linea con le previsioni e gli accordi intercorsi tra Vodafone, Telecom e Wind.

We will

Efficienza nella rete	Estendere la copertura dei siti di rete radio con AMR, installando ancora 700 dispositivi su infrastrutture Vodafone Italia.	> Marzo 2013
	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.	> Marzo 2013
	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.	> Marzo 2013
	Avviare su circa 300 siti lo sviluppo del sistema di "Free Cooling 2.0".	> Marzo 2013
Mobilità aziendale	Studiare la fattibilità per l'inserimento in flotta aziendale di nuovi veicoli elettrici e o 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

Utilizzo e gestione delle risorse

We said		We have
Paperless billing, acquisto e utilizzo di carta	Portare l'80% di penetrazione e-billing sulla Customer Base Consumer "addressable" ed il 50% sulla Customer Base Business "addressable". > Marzo 2012	A marzo 2012 la penetrazione e-billing è risultata pari all'83% sulla Customer Base Consumer e al 53% sulla Customer Base Business "addressable".
	Procedere, con il supporto dei colleghi di Comunicazione Interna, alla sponsorizzazione verso tutti i dipendenti del mini-catalogo di prodotti green. > Marzo 2012	Nel catalogo della cancelleria è disponibile un'intera gamma di prodotti a basso impatto ambientale, facilmente identificabili con il simbolo "Amici dell'ambiente". Sono in corso di valutazione ulteriori attività di comunicazione.
Filiera dei rifiuti	Effettuare audit ambientali interni sui dipartimenti coinvolti nella gestione dei rifiuti. > Marzo 2012	Sono stati verificati i processi legati alla gestione del deposito e allo smaltimento dei rifiuti, con particolare attenzione alla gestione documentale.
Consumi energetici ed emissioni	Rinnovare anche per il prossimo anno l'acquisto di circa il 40% circa di energia verde proveniente da produzione idroelettrica e acquisire certificazione RECS per i restanti volumi fino ad arrivare a coprire circa la stessa quota del 2011. > Marzo 2012	Le politiche di approvvigionamento di Vodafone Italia hanno privilegiato l'acquisto di energia elettrica da fonti rinnovabili, quali l'idroelettrica e altra energia certificata RECS. Rispetto al 2011 la quota di energia elettrica da fonti rinnovabili è aumentata.

We will

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

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

8.4 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 2011-2012" 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.

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, 8 agosto 2012



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 include link esterni, compreso eventuale materiale audiovisivo, la presente dichiarazione riguarda soltanto il materiale sottoposto al GRI al momento della verifica in data 26 luglio 2012. GRI esclude esplicitamente che la presente dichiarazione sia applicata a cambiamenti successivi.



Un particolare ringraziamento va alle Associazioni Arteteca e Fanciullezza per la loro collaborazione nell'ideare e realizzare l'apparato iconografico del Bilancio di Sostenibilità 2011-2012 di Vodafone Italia, sia nella versione stampata sia nella versione digitale.

Progetto e coordinamento editoriale
 Direzione Sustainability & Foundation di Vodafone Italia

Progetto creativo
 Associazione Culturale Arteteca e
 Associazione Nazionale per la tutela della Fanciullezza
 e dell'Adolescenza Onlus

Direzione creativa e sviluppo digitale
 Industree S.p.A.

Supporto Metodologico
 KPMG Advisory S.p.A.
 Climate Change & Sustainability Services

Pubblicazione del documento
 novembre 2012

Pubblicazione disponibile sotto forma di applicazione mobile per tablet e smartphone con sistema operativo **Apple iOS** e **Android** su **Apple Store** e **Google Play**.

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