

CLIENTI

I servizi innovativi dell'Azienda
per migliorare la vita delle persone

STRATEGIA

Le Società del Gruppo Telecom Italia fondano l'eccellenza dei prodotti e servizi offerti sull'attenzione alla clientela.

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

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

TEMI MATERIALI IN QUESTO CAPITOLO:

- *ascolto e trasparenza verso i clienti*
- *copertura della reteⁱ*
- *gestione dell'innovazioneⁱⁱ*
- *attività di gestione e protezione dei dati sensibili*
- *protezione dei minori*

Policy aziendali rilevanti: Carte dei servizi e Condizioni generali di abbonamento, Codici di autodisciplina per i servizi mobili e di condotta per i servizi a sovrapprezzo, Linee Guida per il marketing responsabile, Informative di Telecom Italia ai sensi dell'art. 13 del Codice privacy, disponibili sul sito www.telecomitalia.com.

Efficacia e monitoraggio: l'Azienda utilizza alcuni KPI numerici per tenere sotto controllo l'efficacia dei processi di gestione, oltre al monitoraggio previsto dai sistemi di gestione della qualità

e dalle strutture preposte al controllo interno. Il presente capitolo espone quelli relativi alla Customer Satisfaction, alla copertura del territorio con le infrastrutture di larga banda, il numero di domande di conciliazione pervenute e risolte, il numero di segnalazioni pervenute. In appendice al bilancio sono esposti i KPI per cui l'Azienda si è posta target numerici, in particolare, sono elencati i target di attivazione del servizio, dei reclami, di assistenza e manutenzione, disponibilità e copertura territoriale con reti a banda larga.

ⁱ Questo tema è trattato anche nella Parte I, Telecom Italia: un gruppo di rilevanza strategica.

ⁱⁱ Questo tema è trattato anche nel capitolo Comunità e nella Parte I, Telecom Italia: un gruppo di rilevanza strategica.



STAKEHOLDER RILEVANTI

Gli stakeholder rilevanti sono:

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

QUALITÀ DEL SERVIZIO E ASCOLTO DEL CLIENTE

[G4-DMA Product and Service Labeling] Sviluppare la capacità di soddisfare pienamente i clienti è, per Telecom Italia, un fattore strategico di crescita. La diffusione globale della digitalizzazione e dei social media ha potenziato la figura del consumatore, modificando il modo di costruire e gestire le sue relazioni con i brand. In questo contesto di trasformazione generale, capire e misurare le aspettative dei clienti, per offrire loro la migliore esperienza (Customer Experience) e adottare una cultura del miglioramento continuo, sono i driver di una reale affermazione della centralità del cliente, a beneficio della sostenibilità economica, della loyalty e del passaparola positivo.

Tra le principali attività condotte nel 2014, mirate sia al miglioramento della Customer Experience del cliente sia a rendere i dipendenti protagonisti attivi di soluzioni innovative ed efficaci per l'utente, si evidenziano:

- **Customer Experience Management:** Telecom Italia ha avviato negli ultimi mesi dell'anno un programma volto a ridefinire la misurazione della qualità percepita dai clienti, attraverso l'adozione di metodologie proprie del Customer Experience Management. Si tratta di una disciplina che fornisce i metodi e gli strumenti per progredire verso la cultura della centralità del cliente, in linea con l'evoluzione dei consumatori e le loro aspettative sempre più alte. Ha come elemento cardine l'ascolto continuativo e strutturato della "voce del cliente", che diventa la linea guida per il disegno dei prodotti, dei servizi e dei processi aziendali. Inoltre, favorisce un modo nuovo di operare stimolando la collaborazione tra funzioni a beneficio dell'esperienza globale del cliente;
- **Customer Journey Lab:** la verifica della Customer Experience è vissuta da un gruppo di colleghi/sperimentatori. Il progetto mira a far "vivere" l'esperienza del cliente consumer ai colleghi attraverso la scelta, l'acquisto, l'attivazione e l'utilizzo sia dei servizi TIM e Telecom Italia sia degli analoghi servizi della concorrenza, al fine di individuare il percepito del cliente ed i principali punti di attenzione/punti di forza relativamente all'offerta Tim/Telecom Italia e della concorrenza. Nel corso del 2014 questa metodologia è stata applicata al mondo fisso (offerta Fibra, processo di passaggio in Telecom Italia e migrazione tra operatori), al mondo mobile (offerta LTE), ai servizi di assistenza (APP di Caring) ed erogazione dei contenuti (intrattenimento, sport, editoria, musica);
- **"Chi-ama Telecom":** uno strumento con il quale i dipendenti Telecom Italia possono veicolare le segnalazioni di clienti amici o conoscenti relativamente alle esigenze di telefonia fissa della

clientela consumer, di tipo sia commerciale sia tecnico. Il progetto rende il dipendente parte attiva come promotore di soluzioni nella gestione dei clienti. Nel corso del 2014 si è registrato un aumento dell'utilizzo dello strumento da parte dei dipendenti;

- monitoraggio della qualità dei servizi di rete mobile percepita dal cliente: individua le azioni di miglioramento e valorizzazione della proposizione di offerta, caring e qualità del servizio erogata. Utilizza l'osservazione continua e oggettiva dei livelli di servizio sperimentati dal cliente, in relazione al suo comportamento e contesto d'uso dei vari servizi. Tale metodologia si basa sull'impiego di un software installato sui device mobili (smartphone, internet key, tablet) di alcuni clienti che hanno aderito all'iniziativa e fornisce in modo continuativo le misure dell'esperienza vissuta dal cliente;
- il Repository Qualità, ovvero lo strumento che coordina tutte le informazioni sui risultati del sistema di ascolto del cliente e ne supporta la diffusione e l'interpretazione all'interno dell'intera organizzazione.

Dal 2012 Telecom Italia realizza, nel pieno rispetto della privacy, il monitoraggio delle "conversazioni" nel web riguardanti i temi di qualità del settore TLC relativi ai mercati fisso e mobile e ai segmenti consumer e business. L'osservazione si avvale di uno strumento di ricerca e analisi semantica degli argomenti maggiormente discussi in rete e di analisi del "tono" (web sentiment) delle conversazioni su Telecom Italia e i competitor. L'obiettivo è conoscere tempestivamente la percezioni dei clienti sulle offerte e servizi, ottenendo approfondimenti su temi specifici a supporto del business.

L'UTILIZZO DEI SOCIAL NETWORK NEL CUSTOMER CARE

Telecom Italia nel 2014 ha rafforzato la propria presenza nei Social Network (Facebook e Twitter), in particolare curando l'assistenza clienti. I risultati mostrano un alto livello di gradimento, con importanti incrementi rispetto agli anni passati, dovuto anche alla maggiore capacità di fornire le risposte alla clientela. Sono stati registrati ottimi risultati nei tempi e nel numero di risposte di assistenza fornite, tanto da far considerare costantemente TIM tra i primi 10 migliori brand su Facebook a livello nazionale (fonte SocialBakers). L'attività sui social network ha anche curato gli approfondimenti e le spiegazioni su tutte le

offerte a portafoglio, garantendo alla clientela uno strumento facile di consultazione su tutti gli aspetti commerciali.

Telecom Italia ha inoltre consolidato la leadership in termini di Community generale con i seguenti brand: Telecom Italia, TIM, Impresa Semplice, Cubovision, Cubomusica, Working Capital, Seria A TIM, Nuvola Italiana (5 milioni di likers e poco meno di 1 milione di followers).

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



Nell'ottica di confermare l'impegno sulla qualità dei servizi e la trasparenza nei rapporti con la propria clientela, TIM Brasil ha lanciato nel 2013 - prima azienda in America Latina - il sito web "Portas Abertas"¹, che mostra i dettagli dei piani di espansione della rete tecnica. Tra l'altro, il sito offre al cliente la possibilità di:

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

In relazione alle azioni sviluppate nel 2014 sono inoltre da evidenziare, a titolo di esempio, il lancio di *chat online* (disponibili su ambiente web e l'applicazione mobile TIM per smartphone), il miglioramento dei vari servizi sui portali automatici e digitali, l'umanizzazione del caring sui canali digitali in generale, la realizzazione di un canale on-line (chat web) diretto ai clienti con domande su Anatel (Agenzia Nazionale delle Telecomunicazioni brasiliana).

TIM Brasil si relaziona con la propria clientela anche attraverso Twitter "@TIMBrasil" (<https://twitter.com/TIMBrasil>), che a dicembre 2014 conta oltre 516.000 followers, e Facebook (www.facebook.com/timbrasil) con più di 1.140.000 likers. Dal 2012 la società ha inoltre attivato un ulteriore canale "@TIM_AJUDA" (https://twitter.com/TIM_AJUDA), che consente di relazionarsi con la clientela attraverso Twitter. A fine 2014 questo canale conta oltre 99.000 followers.

CUSTOMER SATISFACTION

[G4-PR5]

Il Sistema di Ascolto finalizzato al monitoraggio della soddisfazione del cliente ha per oggetto le seguenti aree:

- processi e eventi operativi rilevati "a caldo", cioè in un momento immediatamente successivo a un evento specifico (es. delivery, assurance, vendita, assistenza commerciale);
- canali di contatto con il cliente (es. punti vendita, customer care, web, fatturazione);
- offerte e servizi chiave (es. broadband fisso e mobile);
- ciclo di vita (customer journey) monitorato nelle fasi caratterizzanti la relazione del cliente con il proprio gestore;
- customer satisfaction "a freddo", cioè non collegata a un evento specifico, rilevata attraverso il Customer Satisfaction Index - CSI - che adotta gli standard internazionali d'indagine statistica (modello ACSI – American Customer Satisfaction Index) per rilevare la percezione di qualità sui principali driver di soddisfazione riferibili ai diversi segmenti di clientela (consumer fisso, consumer mobile, small enterprise fisso e mobile, large/medium enterprise e vertical), anche in relazione ad analoghi servizi offerti dai principali concorrenti (tranne che per il segmento vertical). Il CSI è certificato in conformità alla Linea Guida UNI 11098:2003 (per la rilevazione della soddisfazione

¹ Nella seconda metà del 2013 TIM Brasil ha lanciato "Portas Abertas App", per i sistemi Android e iOS. L'applicazione ha i principali contenuti del sito web "Portas Abertas".

del cliente e la misurazione degli indicatori del relativo processo). Gli obiettivi di Customer Satisfaction sono inseriti nel sistema di incentivazione manageriale (MBO) e collettiva (PR).

Telecom Italia ha avviato la sperimentazione per l'evoluzione del sistema di ascolto verso la metodologia di Customer Experience Management (CEM) con la rilevazione dell'indicatore Net Promoter Score (NPS), che misura il passaparola della clientela, fondato sulla base del saldo tra i clienti "detrattori" e i clienti "promotori" e l'approfondimento delle motivazioni fornite dai clienti. La sperimentazione volta a definire la nuova metodologia è in fase di realizzazione.

I dati della seguente tabella si riferiscono al valore progressivo annuo della soddisfazione complessiva della clientela, rilevata "a caldo" sui servizi di customer care di Telecom Italia.

Anche al fine di valutare il servizio di customer care, nel 2014 sono stati rivisti i questionari per meglio cogliere l'esperienza del cliente, passando dalla soddisfazione alla valutazione del servizio ricevuto (su scala 1-10).

Tipologia clientela customer care

	Soddisfazione complessiva		
	2014	2013	2012
187 telefonia fissa consumer	8,08	8,48	8,46
119 telefonia mobile consumer	8,49	8,72	8,69
191 telefonia fissa business	7,79	8,18	8,10
191 telefonia mobile business	7,83	8,13	8,22

La soddisfazione media misurata su scala 1-10, dove 1 corrisponde a "per niente soddisfatto" e 10 corrisponde a "completamente soddisfatto".

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

Segmento clientela

	2014	2013	2012
Consumer	76,28	75,84	75,45
Small Enterprise	65,85	65,56	65,88
Large/Medium Enterprise + Vertical	72,26	71,75	71,38
Totali	73,47	73,01	72,76

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

Per la lettura del trend, il risultato 2012 è stato ricalcolato in funzione del nuovo modello CSI 2013.



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

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

	2014	2013	2012
Indagine sulla Clientela Consumer ^(*)	7.54	7.92	8.03
Indagine sui Call Center della Telefonia Mobile Consumer ^(**)	7.30	7.31	7.47
Indagine sui Call Center della Telefonia Mobile Business ^(***)	7.16	7.05	6.80

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

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

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

CUSTOMER SATISFACTION NEI SISTEMI D'INCENTIVAZIONE

Nell'ambito dei sistemi d'incentivazione manageriale di Telecom Italia è diffusa la presenza di obiettivi legati alla soddisfazione del cliente, in coerenza con il piano industriale di periodo. Gli obiettivi sono misurati per mezzo degli indici di customer satisfaction, monitorati attraverso le rilevazioni periodiche; per il 2014 il sistema di incentivazione manageriale prevede due differenti indicatori, uno relativo ai segmenti di clientela dove Telecom Italia ha già conseguito un posizionamento ottimale rispetto ai competitor e l'altro relativo ai segmenti di clientela con una posizione competitiva più critica. Scopo di tale segmentazione dell'indicatore di customer satisfaction è quello di perseguire un miglioramento sui segmenti con posizionamento critico e il mantenimento della posizione sui segmenti ottimali.

Nei sistemi di incentivazione collettiva del personale di Telecom Italia, e per i processi e le attività particolarmente rilevanti (front-end commerciale e tecnico), sono previsti obiettivi specifici legati a parametri di qualità, coerenti con i criteri stabiliti per gli indicatori di customer satisfaction aziendale. Infine, sono previsti obiettivi specifici legati alla customer satisfaction nel sistema d'incentivazione collettiva – denominato CANVASS – che coinvolge parte del personale delle funzioni Customer Care di Caring Services, Customer Care di Business e Open Access di Technology.

CERTIFICAZIONI

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

Si riportano le certificazioni conseguite per le principali attività:

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

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

In Brasile, in quanto richieste dall'ANATEL (Agenzia Nazionale delle Telecomunicazioni), l'Authority brasiliana delle telecomunicazioni, TIM Celular ha conseguito anche i Quality Certificate for KPI Survey Method relativi all'intero Paese riguardanti:

- personal mobile service;
- switched fixed telephone service;
- multimedia communications services.



DIGITAL INCLUSION

[G4-EC7], [G4-EC8] La diffusione delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni crea opportunità di progresso per la popolazione. Telecom Italia è consapevole della necessità di gestire questa diffusione in maniera ottimale contribuendo a coordinare le azioni di tutti gli attori dell'ecosistema della banda larga, anche per evitare di esporre la Comunità a divari di natura geografica e socio-culturale. Il tema degli impatti dell'inclusione digitale è ulteriormente trattato nella Parte Prima del presente Rapporto (cfr *Il Gruppo Telecom Italia/Telecom Italia: un gruppo di rilevanza strategica*).

DIGITAL INCLUSION GEOGRAFICA

Per fronteggiare il divario tecnologico generatosi nelle cosiddette zone marginali del territorio italiano, che altrimenti resterebbero escluse dai programmi ordinari degli operatori di telecomunicazione a causa della scarsa redditività degli investimenti, tra il 2005 e il 2014 Telecom Italia ha realizzato un programma d'investimenti straordinari che ha permesso di fornire la copertura ADSL a circa 4.150 nuovi comuni.

A dicembre 2014 Telecom Italia ha attivato circa 9.500 centrali, di cui 8.000 con fibra. Oltre al piano di estensione delle coperture, Telecom Italia ha affiancato un piano integrativo di ampliamento della rete attiva², laddove necessario, per garantire la piena fruibilità del servizio da parte dei clienti e lo sviluppo della digital inclusion.

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

Descrizione	2014	2013	2012
Copertura ADSL (*)	98,75	98,40	98,00
Copertura UMTS e HSDPA (**)	96,00	87,50	85,60
Copertura LTE (**)	77,00	49,00	14,90
Copertura Next Generation Plan (telefonia fissa) (***)	28,10	16,80	-----

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

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

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

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

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

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

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

Utilizzando i suddetti modelli d'intervento, in taluni casi anche contemporaneamente, nel corso degli ultimi anni Telecom Italia ha siglato diversi accordi di collaborazione con le varie realtà territoriali, alcuni ancora in fase di realizzazione nel 2014. Si segnalano, tra l'altro:

- il memorandum di intesa (MoU) con la Regione Emilia Romagna e Lepida⁴, sottoscritto nel 2010, con l'obiettivo di attivare un tavolo tecnico per ampliare la digital inclusion in ambito regionale. Tale accordo è stato rinnovato nel 2012 per l'ulteriore diffusione della digital inclusion e il miglioramento dei servizi di accesso alle tecnologie dell'informazione (attraverso l'equipaggiamento in fibra ottica di altre 70 centrali entro marzo 2014);
- l'aggiudicazione nel 2012 del bando pubblicato dalla Regione Marche per il completamento della digital inclusion (attraverso servizi a banda larga avanzati con velocità fino a 20 Mbit/s) nelle aree regionali a fallimento di mercato. Il progetto è in corso di realizzazione e si concluderà nel primo trimestre 2015.

Nel corso del secondo semestre 2013 e per tutto il 2014, il Ministero dello Sviluppo Economico (MISE) ha emesso undici bandi su base regionale nell'ambito del Piano Nazionale Banda Larga, tramite Infratel individuata come soggetto attuatore e assegnatario dei fondi previsti.

I fondi allocati per i progetti di diffusione del servizio a banda larga nelle aree in digital inclusion sono 353 milioni di euro, di cui 225 milioni da destinare al modello “claw-back”; il contributo per ciascuna Regione può corrispondere ad un massimo del 70% dei costi del progetto per l'ampliamento della digital inclusion. I bandi emessi sono relativi alle seguenti undici regioni: Calabria, Campania, Emilia-Romagna, Lazio, Liguria, Marche, Molise, Sicilia, Toscana, Umbria e Veneto. È prevista l'emissione, nel corso del 2015, di bandi per altre sei Regioni: Abruzzo, Basilicata, Lombardia, Piemonte, Puglia e Sardegna.

³ La società è stata costituita su iniziativa del Dipartimento Comunicazioni del Ministero dello Sviluppo Economico e di Invitalia, l'Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa, ed è il soggetto attuatore del Programma Banda Larga.

⁴ Lepida S.p.A. è lo strumento operativo promosso dalla Regione Emilia Romagna per la pianificazione, lo sviluppo e la gestione omogenea e unitaria delle infrastrutture di telecomunicazione degli enti collegati alla rete. La società favorisce interventi anche a favore della digital inclusion in zone rurali o montane.



Per le restanti 3 regioni (Friuli Venezia-Giulia, Trentino Alto-Adige e Valle d'Aosta) non sono previsti interventi del MISE in quanto le suddette regioni dispongono di piani autonomi.

Telecom Italia ha partecipato a tutti i bandi finora emessi, ad eccezione di quello per la regione Liguria. Si è aggiudicata i bandi relativi alle regioni Calabria, Campania, Lazio e Veneto (per un contributo complessivo assegnato di 36 milioni di euro) mentre i bandi relativi a Emilia-Romagna, Marche, Umbria e Liguria sono stati aggiudicati a NGI S.p.A.

Sono in fase di aggiudicazione i bandi relativi alle regioni Toscana, Sicilia e Molise.

DIGITAL INCLUSION SOCIO-CULTURALE

In un mondo in cui la tecnologia agevola i contatti con le persone, Telecom Italia, attraverso la diffusione della banda larga e dei servizi da questa abilitati, contribuisce al superamento delle barriere socio-culturali che limitano la possibilità di partecipazione alla società dell'informazione e godimento dei benefici. Alcuni esempi di servizi innovativi, finalizzati a promuovere la digitalizzazione di importanti settori di attività (ad es. quello sanitario), sono riportati nel paragrafo seguente. Per quanto riguarda, invece, le iniziative attuate da Telecom Italia per l'inclusione sociale di clienti con bisogni specifici (non udenti, anziani, minori, ecc.) si rinvia al capitolo Comunità e al sito web <http://www.telecomitalia.it/assistenza/info-consumatori/agevolazioni-economiche>.

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

SERVIZI INNOVATIVI

[G4-EC7], [G4-EC8]

SMART SERVICES

Nell'ambito dei servizi indirizzati al settore pubblico, in conformità all'ADI (Agenda Digitale Italiana) e alle Direttive europee, nel 2014 Telecom Italia ha consolidato e razionalizzato l'offerta degli Smart Services (famiglia di servizi che cura l'efficienza energetica e i servizi digitali della città), dell'Urban Security e della Scuola Digitale, che erogano i nuovi servizi dedicati alla sicurezza, all'ambiente, alla mobilità e alla scuola, allo scopo di fornire una risposta globale alle esigenze del territorio e delle città. L'obiettivo è promuovere il modello di "città intelligenti" per il miglioramento della qualità della vita attraverso lo sviluppo di servizi digitali innovativi che traghettino i Comuni verso un modello di Smart Community (come indicato dall'Agenda Digitale), in grado di abilitare nuove forme di collaborazione tra cittadini e amministratori pubblici.

SMART TOWN	SMART BUILDING	NUVOLA IT URBAN SECURITY	NUVOLA IT SCUOLA DIGITALE
<p>Gestione integrata delle reti infrastrutturali del territorio.</p> <p>Servizi abilitati:</p> <ul style="list-style-type: none"> • pianificazione dei consumi di energia elettrica e manutenzione; • videosorveglianza; • comunicazione digitale con i cittadini e i fruitori in genere (es. i turisti); • hot spot Wi-Fi (accesso alla banda larga). 	<p>Gestione intelligente e automazione degli edifici.</p> <p>Servizi abilitati:</p> <ul style="list-style-type: none"> • monitoraggio e riduzione dei consumi (elettricità, acqua, ecc.), principalmente per la Pubblica Amministrazione Centrale; • videosorveglianza; • comunicazione digitale; • estensione della rete informatica (LAN) dell'edificio tramite l'utilizzo della rete elettrica, mediante un dispositivo da collegare alla presa dell'impianto elettrico. 	<p>Gestione della sicurezza partecipata e controllo del territorio urbano.</p> <p>Servizi abilitati:</p> <ul style="list-style-type: none"> • gestione informatizzata del processo di attività sanzionatoria relativa al Codice della Strada (CdS) ed Extra CdS per la Pubblica Amministrazione Locale; • gestione partecipata delle problematiche urbane, con segnalazione dei fenomeni di sicurezza, inciviltà e degrado urbano; • monitoraggio territoriale ed ambientale in tempo reale, rivolto al contesto urbano e naturale delle città (umidità, temperatura, inquinamento acustico, CO₂, gas inquinanti, ecc...); • monitoraggio dell'occupazione dei parcheggi su suolo pubblico. 	<p>Gestione digitale integrata della didattica e dell'amministrazione della scuola.</p> <p>Servizi abilitati:</p> <ul style="list-style-type: none"> • connettività a banda larga e mobile; • cloud per la didattica (servizi e soluzione, storage per i contenuti multimediali); • strumenti per la didattica digitale (teledidattica, didattica collaborativa e partecipata con piattaforme di education, social learning); • informatizzazione delle aule (LIM), notebook e tablet); • sistemi di interazione scuole-famiglie; • digitalizzazione dei servizi amministrativi.

1 Lavagna Interattiva Multimediale.

Nel capitolo Ambiente si riportano le stime sui risparmi energetici che alcuni Smart Services comportano.

Per ulteriori informazioni in merito agli Smart Services si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

INNOVATIVE E-HEALTH SERVICES

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

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

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

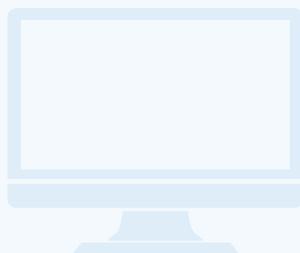
Tutte le soluzioni rispettano i requisiti di privacy dei dati e sicurezza delle transazioni, richiesti dai processi sanitari.



NUVOLA IT HOME DOCTOR

Permette ai pazienti affetti da patologie croniche, o in deospedalizzazione protetta, di effettuare il monitoraggio dei parametri fisiologici (peso corporeo, pressione arteriosa, frequenza cardiaca, saturazione dell'ossigeno ematico, glicemia, spirometria, elettrocardiogramma, ecc.) direttamente dalla propria abitazione o in strutture appositamente attrezzate (ambulatori, studi medici, ecc.). Il sistema è composto da una piattaforma tecnologica e software configurati sul cellulare (in alternativa su pc o tablet) del paziente e sul pc del personale sanitario. I pazienti, in base ai piani stabiliti dal medico, ricevono i messaggi di promemoria delle misurazioni da effettuare sul proprio cellulare, le rilevano con apparati elettromedicali portatili dotati di interfaccia bluetooth e le comunicano alla piattaforma di rete in modo automatico attraverso il telefonino. Il servizio presenta benefici in termini di miglioramento della qualità della vita dei pazienti e ottimizzazione dei costi della struttura sanitaria. Per potenziare le funzionalità del servizio e incrementare la presenza di Telecom Italia nel settore delle soluzioni socio-assistenziali, sono in corso attività di sperimentazione in diversi ambiti, quali:

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



VREHAB

Il sistema sperimentale di monitoraggio e teleriabilitazione per pazienti affetti da malattia di Parkinson, sviluppato in collaborazione con il CNR-IEIT (Institute of Electronics, Computer and Telecommunication Engineering) di Torino, l'Università di Parma e l'Istituto

Auxologico Italiano di Verbania. Per ulteriori informazioni si rinvia al paragrafo "Impegno per l'Ambient Assisted Living (AAL) con progetti europei e sperimentazioni in campo" nel capitolo Comunità.

CASSIEL 2.0

Il servizio sperimentale permette di fornire assistenza agli anziani da remoto, sia monitorandoli sia ricevendo segnali d'allarme in caso di emergenza. Per ulteriori

informazioni si rinvia al paragrafo "Impegno per l'Ambient Assisted Living (AAL) con progetti europei e sperimentazioni in campo" nel capitolo Comunità.

FISIO@HOME

Si tratta di un servizio sperimentale di teleriabilitazione motoria che consente al personale medico di monitorare da remoto le condizioni di pazienti con problemi ortopedici o neuromotori. Il prototipo, attualmente in sperimentazione, è stato sviluppato per la riabilitazione del ginocchio anche se l'applicazione può essere utilizzata per altre patologie.

Il sistema consente ai medici di valutare l'aderenza al programma di lavoro definito ai fini della riabilitazione e la correttezza degli esercizi eseguiti.

I dati del movimento sono raccolti mediante sensori indossati dal paziente che misurano l'accelerazione, la velocità angolare e il campo magnetico lungo gli assi di riferimento. I

dati sono inviati via bluetooth a un pc, dove un'applicazione li elabora in tempo reale per estrarre le informazioni utili alla definizione dei movimenti e li memorizza.

L'applicazione può ridurre il numero delle sedute fisioterapiche in struttura, pur mantenendo inalterato il livello di assistenza, riducendo i costi del sistema sanitario e la necessità di spostamenti per i pazienti.

In collaborazione con il JOL WHITE, che ha curato l'ottimizzazione dell'applicazione Android e lo sviluppo della relativa piattaforma di raccolta dati, è possibile definire il piano di lavoro di ciascun paziente, verificarne le prestazioni e comunicare con quest'ultimo tramite messaggi o videochiamate.



E-LEARNING E DIDATTICA DIGITALE EVOLUTA

La domanda di servizi didattici evoluti ha subito una profonda trasformazione nel corso degli ultimi anni. Il focus si è spostato dalla semplice fruizione elettronica di contenuti alla diffusione e condivisione della conoscenza mediante nuove metodologie, più coinvolgenti per i giovani, basate sui modelli del web 2.0. Le soluzioni già integrate sulla piattaforma di e-learning di Telecom Italia e i prototipi di quelle sviluppate analizzando i requisiti del mondo scolastico soddisfano la domanda di servizi evoluti basati sulla collaborazione, la comunicazione e il coinvolgimento degli utenti finali.

Per quanto riguarda la scuola, Telecom Italia ha firmato a fine 2014 un protocollo d'intesa, della durata di tre anni, con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (MIUR) e lanciato il progetto EducaTI, con l'obiettivo di creare un ecosistema per la diffusione di nuovi strumenti e linguaggi didattici. L'iniziativa EducaTI è volta a favorire l'abilitazione al digitale del sistema scolastico italiano, sperimentando e promuovendo nuovi modelli di apprendimento e insegnamento assieme a tutti i soggetti attivi nel mondo della scuola.

Il progetto EducaTI, che rientra nell'ambito delle iniziative di Corporate Shared Value (CSV) del Gruppo, è articolato in quattro iniziative:

- Programma il futuro: introduce la programmazione (coding) nelle scuole primarie italiane. Telecom Italia è main partner del progetto, sviluppato in collaborazione con il CINI (Consorzio Interuniversitario Nazionale per l'Informatica);
- Tutor Digitali: percorso di formazione al digitale ideato e realizzato da Telecom Italia in collaborazione con gli Uffici Scolastici Regionali (USR) e la Polizia Postale;
- You Teach: un contest creativo nazionale annuale per le scuole superiori di secondo grado, che stimoli le abilità dei ragazzi sollecitandoli alla realizzazione di un prodotto digitale che enfatizzi il lato positivo della rete;
- WITHYOUWEDO Crowdfunding: piattaforma che incentiva lo sviluppo di progettualità legate alla didattica.

INFOMOBILITÀ

Telecom Italia è da anni impegnata, con tutti gli altri attori della catena del valore, nel mercato delle soluzioni ITS (Intelligent Transport Systems) e dell'infomobilità. Il principio generale è quello di abilitare i nuovi servizi per il veicolo, i suoi occupanti, la Pubblica Amministrazione e i soggetti privati grazie alla graduale introduzione della connessione continua del veicolo con il mondo esterno (es. i centri servizio, l'infrastruttura a bordo strada, gli occupanti, gli altri veicoli).

I servizi ITS contribuiscono al miglioramento dell'efficienza del "sistema trasporto", con risultati positivi in termini d'impatto ambientale (es. ecodriving, intelligent parking), riduzione dei tempi di percorrenza (ad es., la raccolta e gestione dati di traffico, la navigazione dinamica), aumento della sicurezza (eCall, BCall⁵ monitoraggio stile di guida, gestione merci pericolose, ecc.), incre-

⁵ Permette agli autisti d'inviare le informazioni relative alla propria posizione e le condizioni dell'autoveicolo a un'organizzazione specifica che provvede alla "gestione" del caso.

mento dell'efficienza nella movimentazione di persone e merci (ad es., city logistics, gestione flotte), diminuzione dei costi legati alla gestione della mobilità urbana ed extraurbana (es. controllo e gestione accessi).

TIM WALLET

Il servizio TIM Wallet consente la sostituzione del portafoglio fisico con uno virtuale sul cellulare tramite la tecnologia NFC⁶. L'acquisto avviene avvicinando il cellulare a un lettore come, ad esempio, i POS o i tornelli d'ingresso negli uffici. Telecom Italia ha sperimentato l'applicazione con il coinvolgimento dei propri dipendenti. In futuro saranno disponibili coupon virtuali da spendere presso i rivenditori commerciali.

ENERGY@HOME

Telecom Italia ha condotto una sperimentazione con Enel Distribuzione, Indesit company e vari utenti per verificare i benefici ambientali collegati al miglioramento dei consumi elettrici da parte del consumatore finale. Al cliente è stata fornita un'applicazione web prototipale e alcuni dispositivi di misurazione dei consumi elettrici, tra cui quello di comunicazione diretta con il misuratore Enel. In circa un anno – grazie anche al coinvolgimento degli utenti, tramite feedback e newsletters - è stata misurata la riduzione media dei consumi di circa il 9% che, se estesa a livello nazionale, permetterebbe la contrazione dei consumi residenziali di 5,6 TWh e delle conseguenti emissioni di CO₂ di circa 3 milioni di tonnellate.

SMART CITY APP - EXPO 2015

Nel corso del 2014 Telecom Italia ha guidato la progettazione e l'implementazione end-to-end delle soluzioni mobili per EXPO 2015 con un prototipo di smart city app e un'applicazione per il Padiglione Italia. La smart city app fornisce informazioni sui Paesi partecipanti, il territorio cittadino e nazionale, i partner e gli attori coinvolti e inoltre offre servizi e intrattenimento nel

corso dell'evento. Lo scopo è assicurare una relazione costante con il visitatore, utilizzando la connettività mobile LTE a larga banda. Per ulteriori informazioni si rinvia al paragrafo "Impegno per l'Ambient Assisted Living (AAL) con progetti europei e sperimentazioni in campo" nel capitolo Comunità.

⁶ Near Field Communication: è una tecnologia che fornisce connettività wireless bidirezionale a corto raggio (fino a un massimo di 10 cm).



RICERCA E INNOVAZIONE NELLA E-SECURITY

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

Tra le attività realizzate nel corso del 2014 sono da evidenziare:

- lo sviluppo di nuovi approcci per l'analisi e il riconoscimento del malware⁷ sulle reti fisse e mobili;
- il potenziamento degli algoritmi e degli strumenti per l'analisi del traffico DNS (Domain Name System) in ottica sicurezza;
- la definizione e la realizzazione di un prototipo di piattaforma Threat Intelligence Private Cloud, al servizio delle piattaforme di sicurezza aziendali per la raccolta e la condivisione automatica delle informazioni utili alla prevenzione e contrasto delle minacce emergenti;
- l'estensione dei modelli di esame da utilizzare con gli strumenti di analisi visuale per i Big Data di sicurezza;
- lo sviluppo delle regole semantiche nell'ambito cybersecurity, da utilizzare sugli strumenti predisposti per le attività di Open Source Intelligence;
- la realizzazione di diverse campagne di scouting e testing per le soluzioni di sicurezza innovative;
- lo sviluppo delle attività internazionali, nell'ambito delle iniziative finanziate della Comunità Europea: progetto IST NEMESYS (Information Society Technologies, enhanced NETwork security for seamless service provisioning in the smart Mobile EcoSYSstem) e progetto CIP (Competitiveness and Innovation framework Programme) Advanced Cyber Defence Center;
- in ambito ETSI⁸, lo sviluppo del TC CYBER focalizzato sulla Cyber Security, in particolare le aree:
 - Cyber Security;
 - Security of infrastructure, devices, services and protocols;
 - Security advice, guidance and operational security requirements to users, manufacturers and network and infrastructure operators;
 - Security tools and techniques to ensure security;
- il consolidamento, nell'ambito del gruppo di lavoro ETSI - ISG (Industry Specification Groups), del framework degli indicatori di sicurezza da utilizzare per misurare la performance e il benchmarking delle operation di security;
- la prosecuzione delle altre attività di presidio e indirizzo degli standard e dei forum con i lavori svolti prevalentemente in ambito GSMA Security Group e Mobile Malware Group, 3GPP⁹ e ETIS¹⁰;
- lo sviluppo della collaborazione avviata nel 2013 con l'EIT (European institute of Innovation and Technology) ICT Labs e la guida della Action Line su Privacy, Security & Trust.

⁷ Software creato per compromettere la sicurezza di computer, dispositivi o sistemi informatici. Il termine deriva dalla contrazione delle parole inglesi malicious e software.

⁸ European Telecommunications Standards Institute.

⁹ The 3rd Generation Partnership Project.

¹⁰ The Global IT Association for Telecommunications.

PROTEZIONE DEI MINORI

[G4-PR6] Le società del Gruppo Telecom Italia hanno posto in essere numerose iniziative per la tutela dei minori da contenuti che possono ledere lo sviluppo psico-fisico (per esempio contenuti violenti, razzisti o offensivi dei sentimenti religiosi, pornografici, ecc.).

Tra queste, sono state adottate precise linee guida per la classificazione e la verifica dei contenuti erogati, che riguardano sia quelli offerti direttamente dalle società del Gruppo sia quelli di proprietà di terzi che offrono servizi propri, acquistando spazi all'interno dei portali di Telecom Italia. Tali linee guida sono regolarmente aggiornate, in linea con le evoluzioni normative e tecnologiche.

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

In particolare

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

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

- antivirus e antispyware, per rilevare e rimuovere virus e programmi spia;
- parental control, per proteggere i ragazzi da contenuti non adatti a loro;
- firewall per reti e programmi, al fine di bloccare eventuali attacchi da parte di hacker e programmi dannosi;
- protezione avanzata dei download, per analizzare i file che si scaricano - prima che possano infettare il pc - e inviare un avviso nel caso provengano da una fonte pericolosa;



- anti-phishing e stato del sito, per bloccare i siti web non sicuri che con l'inganno inducono a rivelare i propri dati personali;
- protezione dai messaggi di posta indesiderata (SPAM), per il blocco automatico dei messaggi indesiderati sul proprio client di posta (protocolli e-mail: POP 3/IMAP solo in ingresso, SMTP solo in uscita);
- protezione pc wireless, per proteggere il pc dai rischi legati ai collegamenti su reti non protette.

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

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

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

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

- area tematica "abuse" sulla intranet aziendale che informa e sensibilizza il personale aziendale

circa le attività condotte e gli strumenti esistenti per prevenire gli illeciti informatici e tutelare i minori che utilizzano i servizi internet offerti;

- area tematica “Tutela dei Minori” sul portale telecomitalia.it, con l’obiettivo di informare e sensibilizzare l’utente finale e gli altri stakeholder sui corretti comportamenti da adottare durante la navigazione in rete, nonché sui valori e gli obiettivi che Telecom Italia persegue per il contrasto degli abusi informatici e la protezione dei minori;
- modulo di segnalazione, presente nei portali istituzionale e commerciale di Telecom Italia, che può essere utilizzato dai clienti finali di Telecom Italia o dagli utenti esterni per segnalare eventuali illeciti di natura pedopornografica riscontrati durante la navigazione in internet. La compilazione è guidata e la segnalazione può essere fatta anche in forma anonima;
- booklet “Nati con la Rete”, dedicato al pubblico degli adulti-genitori al fine di:
 - illustrare le regole fondamentali per l’utilizzo sicuro di internet;
 - diffondere i pericoli che possono nascondersi nella rete;
 - fornire gli strumenti per trasmettere le regole comportamentali ai figli e guidarli nella scelta dei contenuti da consultare;
- web filtering: in coerenza con il Decreto attuativo della Legge 38/2006 (Decreto Gentiloni), il quale definisce i requisiti tecnici degli strumenti di filtraggio che i fornitori di connettività alla rete internet devono utilizzare per impedire l’accesso ai siti segnalati dalla Polizia Postale tramite il CNCPO, Telecom Italia ha introdotto un sistema di filtraggio anche per i siti web esteri con contenuti pedopornografici;
- redazione delle “Linee Guida per il contrasto della pedopornografia online” per rendere il più possibile oggettiva e omogenea l’individuazione dei casi di pedopornografia da segnalare alla Polizia Postale. L’obiettivo è quello di minimizzare i potenziali problemi d’incertezza interpretativa dei soggetti coinvolti (i moderatori di chat e/o servizi di community, gli sviluppatori, gli operatori di abuse desk, ecc.) e agevolare l’adempimento degli obblighi normativi vigenti. Le linee guida si allineano anche a quanto predisposto e attivato dal CNCPO e dalle maggiori organizzazioni esterne presenti su questi temi (Save The Children, Telefono Arcobaleno, ecc.);
- gestione degli abuse desk: sono i gruppi di gestione operativa degli abusi, differenziati per tipologia di servizio (consumer e business), creati in conformità alle normative nazionali e comunitarie sulla protezione dei minori, la prevenzione della criminalità informatica e la lotta contro lo sfruttamento sessuale (pornografia minorile). Il loro compito è raccogliere le segnalazioni degli utenti/clienti esterni su presunti illeciti informatici o la presenza di materiale pedopornografico sulle reti del Gruppo per poi indirizzarle alla funzione competente - con l’eventuale coinvolgimento delle Autorità interessate - attraverso il Referente per la Polizia Postale;
- partecipazione al gruppo di lavoro “ITU Child Online Protection: Guidelines for industry”, coordinato da ITU (International Telecommunication Union). Telecom Italia partecipa all’aggiornamento di una linea guida sul “Child Online Protection – COP” rivolta alle aziende del settore broadcasting, internet e mobile, che rientra nel più ampio progetto internazionale “Global Cybersecurity Agenda” sotto l’egida delle Nazioni Unite. Per approfondimenti: www.itu.int/osg/csd/cybersecurity/gca/cop/index.html;



- partecipazione al gruppo di lavoro “GSMA – Mobile Alliance against Child Sexual Abuse Content”, in ambito GSM Association, per tutte le iniziative tecnologiche e di comunicazione rivolte alla tutela dei minori nel settore della telefonia mobile;
- partecipazione al progetto europeo in ambito Safer Internet: Telecom Italia collabora al progetto proposto da Save the Children e Adiconsum, che risponde all’iniziativa dell’UE “Safer Internet 2009 – 2013”, prendendo parte al tavolo di lavoro permanente nell’ambito del gruppo italiano di Safer Internet. L’obiettivo prioritario è proteggere i minori nel contesto sociale europeo che vede sempre più diffuso l’utilizzo dei social network, specialmente da parte della popolazione più giovane, e fornire gli strumenti per utilizzare con sicurezza i servizi web che abilitano la socializzazione in rete, i blog e l’instant messaging. L’edizione 2014 del Safer Internet Day è stata dedicata al tema “let’s create a better internet together”. Numerosi gli eventi organizzati in oltre 100 Paesi, inclusi gli Stati Uniti per la prima volta. Telecom Italia ha partecipato alla tavola rotonda organizzata a Bruxelles dalla Commissione Europea, nel cui ambito è stato anche presentato lo “Young Manifesto” con proposte delineate da giovani ragazzi di tutta Europa per creare un internet migliore. Tra l’altro, l’iniziativa si occupa di awareness raising, lotta contro i contenuti illegali e classificazione dei contenuti. Un’importante parte del programma è dedicata ai Safer Internet Center presenti in oltre 30 Paesi per fornire sostegno e informazioni a bambini, genitori e insegnanti;
- partecipazione ai gruppi di lavoro europei ICT Coalition e Better Internet for kids/CEO Coalition per la definizione e l’implementazione dei principi e delle tecnologie necessarie a rendere internet un luogo più sicuro per i minori;
- cooperazione nell’ambito del progetto Italian Child Abduction Alert System (ICAAS) per la realizzazione di un portale web di “allerta rapido” in caso di scomparsa di minori. In tale ambito, Telecom Italia ha sottoscritto nel 2011 la convenzione “Allarme Scomparsa Minore” con il Ministero dell’Interno, Dipartimento della Pubblica Sicurezza.

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

I clienti che desiderano comprare i contenuti per adulti, devono accedere al relativo portale, cliccare su “ADULTO”, dichiarare di essere maggiorenni e inserire una password (parental control). TIM Brasil ha firmato un accordo con Safernet al fine di prevenire gli abusi sessuali e la pedofilia su internet; l’accordo include la cooperazione e la centralizzazione sia delle eventuali segnalazioni riguardanti abusi di carattere sessuale sia lo sviluppo di una campagna di sensibilizzazione della popolazione sull’utilizzo adeguato e sicuro di internet.

RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO

Telecom Italia è principalmente un operatore di servizi di telecomunicazioni, che non costituiscono una minaccia per la salute fisica degli utilizzatori¹¹, e non produce gli apparati di telecomunicazioni che commercializza¹².

Per verificare che i prodotti commercializzati siano adempienti alla normativa per la salute e sicurezza, l'azienda si è dotata di:

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

In tal modo, le eventuali non conformità dei prodotti sono rilevate prima dell'immissione sul mercato e i prodotti non conformi non arrivano al cliente finale.

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

[G4-DMA Customer Health and Safety], [G4-PR1]

Telecom Italia esegue, nei suoi laboratori, le attività di validazione per il soddisfacimento dei requisiti essenziali certificati all'origine. Per i prodotti commercializzati in Italia il quadro di riferimento è costituito dall'insieme delle norme che supportano la Direttiva 1999/5/CE, strutturate per macrofamiglia di prodotto¹³.

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

- i livelli di emissioni elettromagnetiche (SAR) di tutti i cellulari;
- i requisiti normativi contro il rischio da scossa elettrica, sovratemperatura, incendio;
- la robustezza elettrica delle interfacce.

In particolare, sono verificati:

- gli aspetti di efficienza energetica, richiesti dalla Direttiva EuP (Energy-using Products): gli apparati immessi sul mercato sono verificati in relazione ai limiti di consumo di potenza in stand-by e rendimento dei Regolamenti europei n. 1275/2008/EC e 278/2009/EC, rispettivamente

¹¹ Le minacce di tipo psicologico o di sicurezza e privacy sono trattate nei paragrafi Protezione Minori, E-security, Privacy.

¹² In Olivetti, la società del Gruppo che opera nel settore dell'informatica, sono presenti impianti di produzione di hardware. Nel contesto del Gruppo si tratta di attività non materiali in quanto l'intero fatturato di Olivetti ammonta all'1,05% del Gruppo Telecom Italia.

¹³ Per i "terminali Corded" possono essere applicate le Norme EN 60950, EN 55022 e EN 55024; per i "terminali Cordless" le Norme EN 60950, EN 50371, EN 62311, ITU-T P360, EN 301489 e EN 301406; per i "terminali Mobili (smartphone, datacard etc.)" le Norme EN 60950, EN 62209, EN 302291, EN 301908, EN301893, EN 301511, EN 300440, EN 300328 e EN 301489.



- per gli apparati e i relativi alimentatori esterni (presenti come dotazione accessoria);
- la funzionalità nelle diverse condizioni ambientali d'installazione e utilizzo di terminali e componenti accessori per il collegamento alla rete fissa: è controllato il rispetto dei campi di temperatura e umidità previsti dalle norme ETSI (European Telecommunications Standards Institute) per la specifica "condizione di servizio", da cui derivano differenti "severità". Le verifiche sono condotte sulla base delle norme IEC-EN serie 60068-2-1 (freddo), 2 (caldo secco), 14 (cambi di temperatura), 30 (cambi di umidità), 78 (umidità continuativa). Per i prodotti di maggior diffusione, con parti esterne in materiale plastico (es. AG), è controllata la "resistenza alla fiamma" nell'eventualità di malfunzionamenti delle parti elettriche interne;
 - gli aspetti di compatibilità elettromagnetica, regolamentati dalla Direttiva 2004/108/EU (in futuro 2014/30/EU): su ogni apparecchiatura elettronica è previsto il controllo delle emissioni di segnali elettromagnetici non intenzionali - al fine di evitare le interferenze dannose alle radiocomunicazioni - ed il soddisfacimento di determinati requisiti di immunità ai disturbi elettromagnetici. In Telecom Italia sono eseguite continue verifiche sui terminali e gli apparati di rete, per determinare la rispondenza ai requisiti fissati dalle norme internazionali ETSI, CENELEC (European Committee for Electrotechnical Standardization) in tema di compatibilità elettromagnetica. In particolare, è verificata la rispondenza degli apparati ai limiti fissati dalle norme per circoscrivere le emissioni di disturbi elettromagnetici che, oltre ad inquinare l'ambiente circostante, possono interferire con le radiocomunicazioni.

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

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

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

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

Per una particolare linea di prodotti, Telecom Italia Green, discussa in dettaglio nel capitolo Ambiente (cfr. Telecom Italia Green), sono inoltre indicati tutti i parametri rilevanti dal punto di vista ambientale (ad esempio, i consumi energetici).

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

Si sono invece verificati alcuni casi di non conformità alla regolamentazione concernente l'informativa dei servizi. In particolare, in Brasile, nel 2014 si sono verificati 3 incidenti per un totale sanzionatorio di 1.533.820 Reais, nel 2013 si sono verificati 2 incidenti per un totale sanzionatorio di 9.474 Reais¹⁴, nel 2012 non ci sono stati incidenti che hanno condotto a una sanzione pecuniaria ma, in un caso, c'è stato un "warning" da parte dell'autorità regolatoria.

In Italia, i procedimenti sanzionatori dell'autorità regolatoria riguardanti episodi di non conformità alla regolamentazione sull'informativa dei servizi rientrano tra le "ingiunzioni per violazione della normativa regolamentare in materia di tutela del consumatore concernenti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi di TLC"; pertanto, per l'Italia, le non conformità sull'informativa sui servizi sono state accorpate con le non conformità concernenti la fornitura e l'uso dei servizi (tabella seguente)¹⁵.

[G4-PR9] Numero e valore monetario complessivo delle multe per non conformità a leggi e regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi in Italia¹⁶

Descrizione	2014	2013	2012
Numero multe per non conformità concernenti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi	7	10	14
Valore monetario complessivo di tali multe (in euro)	1.102.000	727.619	882.316

[G4-PR9] Numero e valore monetario complessivo delle multe per non conformità a leggi e regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi in Brasile¹⁷

Descrizione	2014	2013	2012
Numero multe per non conformità concernenti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi	5	12	15
Valore monetario complessivo di tali multe (in R\$)	13.214.257	11.268.560	2.062.964

¹⁴ Nel 2014 e nel 2013 in Brasile non ci sono stati altri incidenti di questo tipo, oltre ai casi riportati, che hanno condotto tutti a sanzioni pecuniarie.

¹⁵ Per l'anno in corso non è stato possibile avere un quadro completo delle non conformità che, in Italia, sono sfociate in "avvisi", in virtù del fatto che il concetto di "avviso" è molto sfumato. In futuro sarà fatta una riflessione approfondita per valutare se e come valutare le diverse tipologie di "avviso" che arrivano dall'autorità regolamentare. Inoltre, allo stato attuale non c'è un sistema di ricezione delle segnalazioni relative alle violazioni di codici di auto-regolamentazione concernenti i consumatori diverso dai meccanismi di segnalazione riportati nel capitolo Sostenibilità e governance.

¹⁶ Sono riportati solo i provvedimenti chiusi. Le casistiche includono la fornitura di servizi non richiesti, il non rispetto dei target di qualità prefissati, l'inadeguata informativa all'autorità regolatoria e, in un caso, la non conformità relative alle numerazioni 899.

¹⁷ Sono riportati solo i provvedimenti chiusi. Le casistiche includono la fornitura di servizi non richiesti, il non rispetto dei target di qualità prefissati, interruzioni non previste del servizio, copertura in modalità e tempistiche diverse da quelle stabilite con l'autorità, irregolarità nel servizio o nella fatturazione.



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

Tipo non conformità	2014	2013	2012
Numero di casi di non conformità alla normativa concretizzati in multa o sanzione	0	1	0
Numero di casi di non conformità alla normativa concretizzati in un avviso	0	0	0
Numero di casi di non conformità a codici volontari	2	4	2

In Brasile le uniche notifiche relative a comunicazioni di marketing e pubblicitarie sono state emanate dal CONAR, l'ente non governativo di autoregolamentazione della pubblicità, che valuta le non conformità relative al Codice di Autoregolamentazione sulla pubblicità. Nel 2014 il CONAR non ha segnalato alcun tipo di non conformità, mentre nel 2013 ne ha segnalati 5 e nel 2012 ne ha segnalati 11 per cui si è proceduto a una modifica o sospensione della pubblicità. Inoltre, in relazione ai casi di non conformità alla normativa concretizzati in un avviso, il CONAR ha emesso una segnalazione nel 2013 e 6 nel 2012, per le quali non è stato richiesto alcun intervento.

PROCEDURE DI CONCILIAZIONE

La procedura di conciliazione fra Telecom Italia e le Associazioni dei Consumatori firmatarie dell'accordo quadro, per la risoluzione extragiudiziale delle controversie telefoniche, è stato il primo esempio di conciliazione paritetica in Italia. Il modello, introdotto in via sperimentale nel 1991 dall'allora SIP, è diventato operativo su tutto il territorio nazionale nel 1993 e nel 1995 l'Unione Europea l'ha riconosciuto come "Progetto pilota per l'accesso dei consumatori alla giustizia". Il modello, ancora oggi adottato, è stato nel corso degli anni adeguato alle nuove normative ed esigenze, informatizzato e reso più fruibile, pur mantenendo quei valori basilari che ne avevano fatto uno strumento di eccellenza, contribuendo a migliorare la trasparenza del sistema, il rapporto con la clientela e alcuni processi operativi dell'Azienda stessa. Il modello di conciliazione paritetica, nel corso del 2011, è stato portato all'attenzione dell'Unione Europea e il 25 ottobre dello stesso anno il parlamento Europeo ha riconosciuto "la Conciliazione paritetica italiana quale esempio di migliore prassi - best practice - basata su un protocollo stipulato e sottoscritto dall'Azienda e dalle Associazioni dei Consumatori, in cui l'Azienda s'impegna in anticipo a ricorrere all'ADR¹⁸ per risolvere le eventuali controversie che possono sorgere nei settori previsti dal protocollo". Ad oggi l'accordo di conciliazione è stato sottoscritto da venti Associazioni dei Consumatori.

Nel 2009 Telecom Italia, in ottemperanza agli impegni volontariamente assunti e approvati dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni nel dicembre 2008, ha avviato la gestione delle domande di conciliazione, presentate dalla clientela anche presso le sedi dei Co.Re.Com.¹⁹ e delle Camere di Commercio, in un'ottica di "sportello unico", replicando il modello organizzativo

¹⁸ Alternative Dispute Resolution.

¹⁹ Comitati Regionali per le Comunicazioni.

applicato con successo per la conciliazione paritetica. In questo modo i clienti che non desiderano rivolgersi alle Associazioni dei Consumatori hanno a disposizione uno strumento alternativo per risolvere la controversia con una procedura snella ed extragiudiziale.

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

Ad oggi il modello "sportello unico" ha consentito sia il pieno adempimento degli impegni assunti con l'AGCOM sia il raggiungimento dei risultati qualitativi e numerici attesi; tra l'altro, si assiste ad un peso sempre maggiore del canale Co.Re.Com rispetto agli altri canali (oramai, il ricorso alle Camere di Commercio ha un livello residuale, in quanto rappresenta meno del 5% delle conciliazioni). Nel 2014 l'istituto della conciliazione ha confermato il trend positivo degli anni precedenti; infatti, è stato conciliato:

- circa il 96% delle domande di conciliazione paritetica discusse (6.369 su 6.642), percentuale stabile anno su anno e in miglioramento sul 2012²⁰;
- circa l'84% delle domande discusse presso i Co.Re.Com. e le Camere di Commercio (15.612 su 18.540). Tale percentuale si è mantenuta su ottimi livelli pur scontando un aumento delle pratiche rispetto all'anno precedente (incremento di quasi il 20% rispetto al 2013).

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

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

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

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

In Brasile, TIM ha stretti rapporti con il Dipartimento Nazionale dei Consumatori (SENACON) ed esamina le richieste inviate dalle Associazioni di Difesa e Protezione dei Consumatori (PROCONs). Nel 2008 TIM ha realizzato il tool Legal BackOffice, il quale gestisce l'intero processo delle richieste dei clienti non soddisfatti dalle soluzioni fornite dalla società che chiedono l'intervento del

²⁰ Storicamente, il 96% delle domande di conciliazione paritetica sono state chiuse entro 45 giorni dalla data di presentazione e il 4% entro 90 giorni.



PROCON e dell'Autorità Giudiziaria. Questo strumento rende più veloci i tempi di risposta alla clientela, riduce i costi operativi e migliora i rapporti tra TIM e i rappresentanti ufficiali dei suddetti Organi; Legal BackOffice esamina completamente le richieste preliminari inviate dai PROCONS (ovvero, prima di diventare reclami motivati). Il Dipartimento Legale della società partecipa alle eventuali udienze di conciliazione dei reclami motivati.

Nel 2014, TIM ha raggiunto ottimi risultati nel risolvere i reclami inviati dai PROCONS: CIP (Lettera di Indagini Preliminari) pari all'81%; reclami motivati pari al 75,4% (fonte: Rapporto ufficiale SENACON).

TUTELA DELLA PRIVACY E PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI

[G4-DMA Customer Privacy], [G4-PR8]

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

Il recepimento delle disposizioni di legge e delle indicazioni del Garante per la protezione dei dati personali è assicurato tramite il costante aggiornamento delle normative e policy di Gruppo. Tra queste è particolarmente significativo il "Sistema delle regole per l'applicazione della normativa privacy nel Gruppo Telecom Italia" che definisce le disposizioni e le indicazioni operative per ogni adempimento di interesse.

Nel 2014 il quadro delle disposizioni aziendali relative al trattamento dei dati personali è stato arricchito dall'emissione di una policy sui requisiti di compliance per le offerte di servizi Wi-Fi che regola, tra l'altro, le modalità di adozione delle misure previste per tutelare i dati personali degli utenti di tali servizi.

Inoltre, nel corso del 2014 Telecom Italia ha continuato a porre in essere le azioni necessarie per l'attuazione, nei processi interni, delle disposizioni in materia di eventuali violazioni della sicurezza dei dati personali trattati in relazione ai servizi di comunicazione elettronica (c.d. "data breach"). In particolare, sono stati organizzati 9 incontri formativi, a cui hanno partecipato oltre 220 referenti e responsabili, per diffondere ed illustrare la specifica procedura interna, che descrive le attività da svolgere e le relative responsabilità qualora si verificassero eventi classificabili come "data breach". La costante attività di formazione, svolta ai fini della diffusione e della corretta applicazione delle normative interne in materia di privacy, nel 2014 si è concretizzata, oltre che nei suddetti incontri, anche in interventi specifici dedicati sia alla forza di vendita esterna della Direzione Business sia alla compliance commerciale. Inoltre, sono stati svolti incontri focalizzati sulla gestione dei dati di traffico telefonico e telematico nell'ambito dei periodici seminari di formazione dei conciliatori, a cui partecipano rappresentanti di Telecom Italia e delle associazioni dei consumatori. L'effettiva

applicazione delle normative è monitorata tramite un sistema basato su procedure di autovalutazione periodica, da parte dei responsabili del trattamento, e verifiche a campione svolte dalle competenti funzioni centrali sulla base di procedure e metodologie definite.

Sul versante dei progetti più innovativi e dello sviluppo di nuovi servizi, il 2014 si è caratterizzato per l'approvazione, da parte del Garante Privacy, delle modalità previste da Telecom Italia per tutelare i dati personali dei propri clienti nell'ambito di un progetto di analisi della mobilità della popolazione sul territorio, previsto da Telecom Italia per rispondere alle esigenze di informazioni espresse da Enti ed Amministrazioni Pubbliche che gestiscono il territorio e le infrastrutture di trasporto.

Nell'ambito della tutela della privacy in relazione alle nuove tecnologie, Telecom Italia partecipa anche alle iniziative avviate al riguardo dalla Commissione Europea (CE) per promuovere nella UE lo sviluppo di servizi di cloud computing aderenti ai requisiti previsti dalla normativa comunitaria. In particolare, Telecom Italia è attivamente presente nei gruppi di lavoro internazionali che hanno ricevuto dalla CE il mandato di sviluppare standard per la definizione dei livelli di servizio (SLA), i modelli contrattuali e un codice di condotta di riferimento per i fornitori di tali servizi. Nel 2014, l'attività si è concretizzata con la pubblicazione delle Linee Guida sugli SLA, a giugno, da parte della Commissione Europea (cfr. <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/cloud-service-level-agreement-standardisation-guidelines>); successivamente, in questo campo i lavori si sono concentrati nella predisposizione di indicazioni per indirizzare i lavori dell'ISO secondo i principi vigenti in UE, che sta a sua volta redigendo le linee guida degli SLA nei servizi cloud. La redazione del Codice di Condotta (cfr. <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/cloud-select-industry-group-code-conduct>) è in fase avanzata ed ha anche l'obiettivo di ottenere l'approvazione del Gruppo dei Garanti Privacy europei (c.d. Article 29 Working Party).

Nella tabella seguente sono riportate:

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

Descrizione	2014	2013	2012
Richieste pervenute	435	368	348
Percentuale di richieste archiviate	>98%	>99%	>96%



Le richieste di informazioni rivolte al Gruppo nel corso dell'ultimo triennio hanno registrato un trend in crescita come si evince nella tabella sopra riportata. La percentuale di archiviazione, a fronte dei chiarimenti forniti, è sempre prossima al 100%²¹.

Per quanto riguarda il Brasile, in conformità alla Costituzione Federale, l'art. 3 della Legge generale sulle TLC del 1997 sancisce il diritto del cliente alla riservatezza dei propri dati personali. Il regolamento del servizio mobile personale, agli artt. 89, 90 e 91 della Risoluzione 477 dell'Agenzia Nazionale delle TLC (ANATEL), prescrive la responsabilità delle società in materia e l'eventuale sospensione della riservatezza solo su richiesta dell'Autorità competente nei casi previsti dalla legge. TIM Brasil, per assicurare la riservatezza delle informazioni della propria clientela in conformità alla normativa nazionale, ha emanato le relative policies e procedure interne che si basano sui principi della separazione delle funzioni e del "need to know" (limitazione del trattamento dei dati personali al minimo necessario per svolgere il lavoro), le quali prevedono le metodologie di classificazione e gestione delle informazioni per garantire i livelli di protezione adeguata²².

²¹ Le altre segnalazioni pervenute in merito a presunte lievi violazioni della privacy vengono gestite dal 187 e rispondono, per lo più, a inserimenti indebiti nell'elenco telefonico.

²² È attualmente in corso una riflessione sulla confrontabilità dei dati relativi alla violazione della privacy in Italia e in Brasile. Per evitare possibili fraintendimenti dovuti alla diversità delle legislazioni tra i due Paesi, il dato sulle segnalazioni di presunte violazioni della privacy in Brasile non è esposto.