

Sustainability way  
bilancio di sostenibilità 2002 >>

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	>>	1 SOMMARIO
7 CARTE E CODICI		2 LETTERA DEL PRESIDENTE
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI		3 RISULTATI ED IMPEGNI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI		4 CONTESTO E METODO
56 ALTRE INFORMAZIONI		

## ■ SOMMARIO

<b>Informazioni preliminari</b>	Sommario	1
	Lettera del Presidente	2
	Risultati ed impegni	3
	Contesto e metodo	4
<b>Carte e codici</b>	Carta dei valori	7
	Carta dei servizi	8
	Carta ambientale	9
	Codice Etico	10
	Codice di Comportamento in materia di insider dealing	11
<b>Gli stakeholder esterni</b>	I clienti consumatori	13
	I fornitori	19
	I concorrenti	21
	Lo Stato e le istituzioni	23
	Le generazioni future	25
	La Comunità	39
<b>Gli stakeholder interni</b>	I dipendenti	47
	Gli azionisti	53
<b>Altre informazioni</b>	Principali dati economici	56
	Relazione della Società di Revisione (Reconta Ernst & Young)	58

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	>>	1 SOMMARIO
7 CARTE E CODICI		2 LETTERA DEL PRESIDENTE
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI		3 RISULTATI ED IMPEGNI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI		4 CONTESTO E METODO
56 ALTRE INFORMAZIONI		

## ■ LETTERA DEL PRESIDENTE



Il momento attuale in cui versa la situazione internazionale e le relative implicazioni nell'evolversi delle dinamiche economico-sociali attribuiscono una maggiore attenzione al ruolo che l'impresa, soprattutto se di rilevante dimensione, può svolgere nel determinare lo sviluppo del Sistema Paese e influenzare il cambiamento in termini di struttura e di obiettivi verso il Sistema dei Valori.

L'impresa consapevole è quella che si pone al centro di una rete di relazioni con la pluralità degli stakeholder, dalla cui soddisfazione dipende il miglioramento della reputazione e l'aumento della competitività. L'attenzione ai valori diviene, così, parte integrante dei processi aziendali e, come tale, può essere misurata, gestita, controllata.

Il Gruppo Telecom Italia ha svolto un ruolo d'avanguardia nell'introdurre in Italia il Bilancio di Sostenibilità come strumento integrato di rendicontazione della propria performance e per comunicare, in modo trasparente, le proprie strategie.

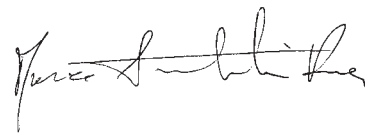
Il percorso compiuto, dal Bilancio Sociale del 1997 al Bilancio Integrato 2002, si è svolto coerentemente e in conformità a un crescente e più qualificato impegno a promuovere la Sostenibilità come valore d'impresa.

Nel 2002 è proseguito il miglioramento degli strumenti per il governo del Gruppo attraverso l'adozione di prassi e principi di comportamento, formalizzati anche in

appositi codici e procedure. Il sistema di corporate governance è stato implementato con l'adozione del Codice Etico che si colloca idealmente a monte dell'intero sistema e che costituisce, in termini programmatici, il corpus di principi cui il Gruppo ispira il proprio agire nei rapporti con i diversi stakeholder per una conduzione degli affari eticamente orientata.

Verrà integrato, nella strategia aziendale, il Piano Strategico di Sostenibilità che affronta le aree di miglioramento nei rapporti con gli stakeholder e delinea progetti/obiettivi secondo opportune linee di azione, così da configurare un vero e proprio processo di Governance della Sostenibilità nel Gruppo.

Marco Tronchetti Provera



1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	>>	1 SOMMARIO
7 CARTE E CODICI		2 LETTERA DEL PRESIDENTE
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI		3 RISULTATI ED IMPEGNI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI		4 CONTESTO E METODO
56 ALTRE INFORMAZIONI		

## ■ RISULTATI ED IMPEGNI

... Il Gruppo Telecom Italia “propone la Sostenibilità come valore d’impresa, strumento di programmazione, gestione e controllo”

(dalla lettera del Presidente - anno 2001)

### ■ IL DEPLOYMENT

Nel 2002 si sono messe a punto le procedure sistemiche di rilevamento dati e di pianificazione. Sono stati rivisitati i *Key Performance Indicator*, al fine di uniformarli al linguaggio economico finanziario, rilevarli con cadenze periodiche e referenti appositi. L’individuazione di nuovi KPI (*Key Performance Indicator*) è stata realizzata attraverso una rilettura approfondita dei quesiti che da più indici di valutazione è stata richiesta. Nel 2002 è stata data risposta a 12 questionari internazionali di indagine conoscitiva del Gruppo, condotte da agenzie di rating sulla Sostenibilità.

In sintesi vengono elencati le azioni svolte e gli obiettivi raggiunti nel 2002:

- Sottoscrizione ai principi del Global Compact proposti dal Segretario dell’Onu Kofi Annan.
- Redazione del Bilancio di Sostenibilità pubblicato in un tutt’uno col Bilancio d’Esercizio e presentato in Assemblea Generale.
- Creazione di un Data-Base di Sostenibilità costituito da 380 indicatori.
- Ingresso negli indici FTSE4Good per Telecom Italia e Tim e DJSI per Seat. Dichiarazione di eleggibilità nel DJSI per Telecom e Tim.
- Approvazione del Codice Etico e del Codice di Comportamento in materia di *insider dealing* di Gruppo.
- *Start-up* del progetto CRSA (Control & Risk Self Assessment) ad integrazione del Sistema di Controllo Interno esistente.
- Creazione della Funzione Group Sustainability e individuazione dei presidi relativi.

### ■ LA GOVERNANCE

- Nell’incontro con la Comunità Finanziaria (Milano 14 febbraio 2003) la Sostenibilità è stata inserita tra le linee fondanti per la crescita e lo sviluppo del Gruppo Telecom Italia.
- Nella *Convention* del Gruppo (Roma - 2 aprile 2003) “la squadra, il progetto, i valori”, la Sostenibilità è uno dei fattori chiave del successo d’impresa e viene declinata assieme alla disciplina finanziaria.
- Il Progetto Italia, presentato pubblicamente il 21 gennaio 2003, rappresenterà un’ulteriore manifestazione della volontà di dare un senso unitario e strategico a tutte le risorse ed energie profuse dal Gruppo sui vari fronti delle attività in campo culturale, sociale e sportivo.
- Dall’analisi della serie di cinque anni di dati e dall’introduzione dei KPI sono emerse aree di particolare attenzione: le Generazioni Future e gli Azionisti. Sono questi i *focus point* ai quali sono dedicati circa il 50% dei KPI e per i quali sono in corso valutazioni approfondite dei dati e delle aree più sensibili. I KPI per i Dipendenti sono assai particolareggiati, tenuto conto della grande rilevanza strategica data alle risorse umane.
- Il Piano Strategico di Sostenibilità delinea alcuni progetti di respiro – *white project* – e altri progetti e suggerimenti che miglioreranno alcuni aspetti della Sostenibilità nelle B.U. e nelle Società controllate e troveranno coerenza negli MBO delle Funzioni che li attueranno. Il controllo e la gestione di Piano costituiranno la *governance* della Sostenibilità, preposta a coordinare le attività relative per poterne pianificare gli interventi.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	>>	1 SOMMARIO
7 CARTE E CODICI		2 LETTERA DEL PRESIDENTE
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI		3 RISULTATI ED IMPEGNI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI		4 CONTESTO E METODO
56 ALTRE INFORMAZIONI		

## ■ CONTESTO E METODO

### Nel mondo

I principi della sostenibilità sono stati solennemente riaffermati nel 2002 al *World Summit on Sustainable Development* (Johannesburg, 26/8-4/9), con la partecipazione di 22.000 delegati in rappresentanza della quasi totalità dei paesi membri dell'ONU (191 su 195), di organizzazioni internazionali governative e non governative, di imprese e istituti di ricerca. Il *Summit* ha ribadito gli impegni (sottoscritti dai governi nella UN *Conference on Environment and Development* di Rio de Janeiro di 10 anni prima) di promuovere e adottare le strategie nazionali per l'attuazione, entro il 2005, dei principi e delle azioni dell'Agenda 21, miranti all'equilibrio tra crescita economica, sviluppo sociale e protezione dell'ambiente.

A Johannesburg sono state approvate le iniziative di *partnership* di tipo II, ovvero le collaborazioni tra governi, imprese e organizzazioni non governative per il raggiungimento degli obiettivi della sostenibilità (lotta alla povertà, tutela dei diritti umani, difesa della salute dell'uomo, promozione dell'educazione, accesso all'acqua, difesa delle risorse dei mari e degli oceani, sviluppo di un'agricoltura sostenibile, aiuti allo sviluppo, lotta alle sostanze chimiche nocive, sviluppo delle energie rinnovabili, protezione del clima, tutela della biodiversità).

L'*Environment Program* delle Nazioni Unite ha continuato nel 2002 la sua *benchmark survey* internazionale sul *corporate reporting* (che dal 2001 incorpora organicamente il concetto di sostenibilità), valutando la *performance* socio-economica accanto alla *performance* ambientale delle imprese e, in particolare, il loro contributo all'occupazione, alla qualificazione delle risorse umane e allo sviluppo delle comunità locali.

Numerose grandi imprese mondiali hanno sottoscritto, come ha già fatto anche il Gruppo Telecom Italia nel 2002, il *Global Compact* proposto dal Segretario Generale dell'ONU Kofi Annan per la promozione dei diritti umani, della tutela dell'ambiente e degli standard di lavoro.

### In Europa

La "Comunicazione sulla strategia per lo sviluppo sostenibile" della Commissione Europea, approvata nel vertice di Gotheborg del giugno 2001, ha invitato tutte le società europee con più di 500 dipendenti a pubblicare un rapporto annuale integrato con i risultati economico-finanziari, ambientali e sociali (*Triple bottom line*).

Il governo italiano ha definito la responsabilità sociale d'impresa come uno dei cinque obiettivi prioritari del semestre italiano di presidenza dell'Unione Europea nella seconda metà del 2003 e ha affermato la propria intenzione di rilanciare il programma di collaborazione fra imprese e governi per realizzare uno sviluppo equo e sostenibile, sottoscritto nel vertice di Lisbona della primavera 2000 dai capi di Stato e di governo dei paesi dell'UE.

La Commissione Europea ha pubblicato nel luglio 2001 il Libro Verde, che definisce il quadro di riferimento europeo per la *Corporate Social Responsibility*; ha creato la *Round Table on CSR Management Standards* per condurre un ampio processo di consultazione di rappresentanti di imprese, stakeholder, istituti di ricerca per definire gli *standard* della responsabilità sociale; ha promosso iniziative concrete per mobilitare nuove competenze, dare risposta alle aspettative dei dipendenti, assicurare l'accesso ai servizi economici di interesse generale, sviluppare le informazioni sugli investimenti socialmente responsabili, rendere credibili i codici di condotta, rendere più trasparenti le pratiche socialmente responsabili, migliorare l'informazione dei consumatori, valutare le *performance* delle imprese in campo sociale e ambientale, promuovere la responsabilità sociale delle piccole e medie imprese, allargare il dialogo sociale, inserire clausole sociali e etiche nei bandi di offerta pubblica, sviluppare i fondi pensione.

Inoltre, la questione della rendicontazione socio-ambientale assume una crescente importanza nella legislazione di vari governi europei.

A titolo di esempio, ricordiamo la legge del 2002 del governo francese che ha stabilito che le società quotate, da quest'anno (tutte

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	>>	1 SOMMARIO
7 CARTE E CODICI		2 LETTERA DEL PRESIDENTE
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI		3 RISULTATI ED IMPEGNI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI		4 CONTESTO E METODO
56 ALTRE INFORMAZIONI		

le altre dal 2003), tengano conto delle conseguenze sociali e ambientali delle loro attività nel rapporto annuale, e le direttive dei governi inglese, francese e danese, che richiedono che i prospetti dei fondi pensione contengano precise indicazioni sulle politiche adottate dalle aziende in materia di responsabilità sociale di impresa.

**La società civile e la cultura d'impresa**  
Le raccomandazioni delle istituzioni governative nazionali e sovranazionali rispondono, da un lato, alle pressioni della società civile, in particolare tramite le numerose organizzazioni non governative (associazioni ambientaliste, per la difesa di diritti umani, per il commercio equo e solidale, per l'eliminazione del lavoro minorile) che chiedono alle imprese di render conto dei loro obiettivi e delle conseguenze dei loro comportamenti e, dall'altro, ai cambiamenti nella cultura di impresa, che ha ormai acquisito i concetti di sviluppo sostenibile e di responsabilità sociale come elementi essenziali della strategia aziendale. La tesi di fondo di questa nuova cultura d'impresa è che l'impresa socialmente responsabile, rispondendo alle legittime aspettative dei propri stakeholder, ottiene la loro fiducia e collaborazione e migliora la propria reputazione.

Espressione di questa nuova cultura d'impresa è la *Corporate Social Responsibility (CSR) Europe*, che raggruppa a livello europeo imprese e associazioni e che promuove, attraverso i suoi convegni annuali, le *best practice* nei bilanci di sostenibilità delle aziende. La stessa ha costituito la *European Academy on CSR* per la ricerca e la formazione manageriale sui temi della responsabilità sociale di impresa. Un numero crescente di imprenditori e dirigenti si va persuadendo che la pubblicazione volontaria di un esauriente rendiconto delle prestazioni socio-ambientali significa anticipare in modo lungimirante una tendenza verso standard obbligatori e generalizzati, che potrebbero rivelarsi eccessivamente rigidi e non appropriati ai diversi tipi di attività di impresa.

I cambiamenti nella cultura d'impresa hanno anche comportato mutamenti sostanziali nella attività di certificazione. Come afferma l'*Association of Chartered Certified*

*Accountants (ACCA)* inglese, si è passati dal vecchio paradigma, caratterizzato dal mero riferimento agli azionisti, al rapporto con una pluralità di stakeholder; da un'informazione standardizzata e concernente la sola *performance* finanziaria a un'informazione personalizzata e più ampia; dal *reporting* periodico al *reporting* continuo; da informazioni basate sul costo storico a informazioni basate sul valore sostanziale; da un orientamento nazionale a un orientamento globale; da un sistema statico a un sistema in continua evoluzione.

Nelle esperienze più avanzate, come quella del Gruppo Telecom Italia, le nuove forme di rendicontazione sociale si vanno integrando tra di loro e con gli strumenti più tradizionali nelle visioni tipiche della *Dual Bottom Line*, che unifica il bilancio ambientale e il bilancio sociale e, in prospettiva, della *Triple Bottom Line*, che integra i due precedenti con il conto economico e finanziario, in modo da costituire un unico documento sintetico di tutti gli aspetti della *performance* dell'azienda.

Gli indicatori dei risultati economici e finanziari si arricchiscono di ulteriori criteri di valutazione in base ai quali:

- consumatori, investitori, clienti, collaboratori e fornitori orientano i propri comportamenti e indirizzano le proprie scelte di spesa e le proprie decisioni di investimento (di risorse finanziarie, competenze e conoscenze) nelle relazioni economiche che essi instaurano con l'impresa;
- imprenditori e *manager* elaborano le proprie strategie e verificano i risultati ottenuti.

L'attività di rendicontazione sociale avviene sempre più in base a standard di processo condivisi, come i principi di qualità proposti dalle *Sustainability Reporting Guidelines* sviluppate dalla Global Reporting Initiative (completezza, misurabilità, coerenza col punto di vista degli stakeholder, accessibilità, accuratezza) e da *AccountAbility 1000* (inclusività, completezza, comparabilità, qualità dell'informazione, regolarità, comunicazione, verifica esterna, integrazione nei sistemi di gestione e miglioramento continuo), in relazione a un nucleo di contenuti minimi relativi alla identità dell'azienda, ai meccanismi di *corporate governance*, al calcolo della distribuzione del valore aggiunto e alla relazione sociale.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	>>	1 SOMMARIO
7 CARTE E CODICI		2 LETTERA DEL PRESIDENTE
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI		3 RISULTATI ED IMPEGNI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI		4 CONTESTO E METODO
56 ALTRE INFORMAZIONI		

Esistono, inoltre, principi e standard specifici per i vari settori produttivi, come quelli dell'ETNO (*European Telecommunications Network Operators' Association*), a cui Telecom Italia aderisce insieme con altre 40 imprese di telecomunicazioni.

#### Stakeholder

Il bilancio di sostenibilità viene quindi redatto tenendo in considerazione le seguenti categorie di stakeholder:

- i **clienti/consumatori**, di cui l'impresa soddisfa i bisogni realizzando il valore aggiunto ottenuto dalla produzione di beni e servizi;
- i **fornitori**, che conferiscono materie prime, beni e servizi intermedi necessari alla produzione, contribuendo alla qualità del risultato finale;
- i **concorrenti** nel mercato, che stimolano l'impresa alla produttività e all'efficienza;
- lo **Stato**, a cui l'impresa conferisce risorse sotto forma di imposte, oneri sociali e previdenziali, contributi per l'esercizio di attività di telecomunicazioni e dividendi;
- le **generazioni future** – analizzate attraverso i dati sull'ambiente e sulla protezione civile – le cui capacità di soddisfare i propri bisogni non devono essere compromesse dal perseguimento degli obiettivi presenti;
- la **Comunità**, intesa come società civile cui l'impresa contribuisce con le proprie attività di rilevanza sociale nei campi di ricerca e innovazione, educazione, salute e solidarietà sociale, cultura, arte, sport;
- i **dipendenti**;
- gli **azionisti**.

#### Indicatori e Standard

Nel Bilancio di sostenibilità 2002<sup>(\*)</sup> è stata valutata la *performance* di Telecom Italia attraverso indicatori specifici e in base ai più attendibili *standard* internazionali:

- verso i "consumatori" sulla base dei criteri della "guida al consumo" del **CEP** (*Council of Economic Priorities*), associazione privata americana che, nel 1994, ha elaborato un gruppo di indicatori di consumo etico su un campione di 168 imprese e 1800 prodotti tra i più venduti nei supermercati americani;
- verso i "fornitori" sulla base dell'indice **SA 8000** compreso negli indicatori CEP

come *standard* etico per i sub-fornitori appartenenti ai Paesi in via di sviluppo;

- verso le "generazioni future" sulla base degli indicatori delle "*sustainability reporting guidelines*" della **GRI** (*Global Reporting Initiative*), lanciata nel 1997 come "multi-stakeholder forum" dall'organizzazione non governativa CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies) con sede a Boston, che raduna organizzazioni ambientaliste, professionisti, investitori istituzionali, sindacati, organizzazioni religiose, imprese, società di consulenza e di revisione ed è sostenuta dall'UNEP (United Nations Environment Programme); la GRI elabora indicatori quali-quantitativi economici, sociali ed ambientali;
- verso la "Comunità" in base allo schema del **London Benchmarking Group**, fondato nel 1994, costituito da 74 società internazionali e punto di riferimento europeo nella misurazione di contributi sociali ed ambientali;
- nei confronti dei "dipendenti" alla luce del modello della **Human Development Enterprise (HDE)** elaborato da Guy Standing, chief economist di ILO (International Labour Organization - Ginevra);
- nei confronti degli "azionisti" alla luce del **Dow Jones Sustainability Group Index**, del **FTSE4Good** e del **SIRI**.

DJSGI (*Dow Jones Sustainability Group Index*): indice di quotazione delle imprese che si impegnano nella sostenibilità fornito da Dow Jones in associazione con SAM (*Sustainable Asset Management*).

FTSE4Good (*Financial Times Stock Exchange*): indice di quotazione di imprese che adottano un comportamento etico responsabile lanciato da FTSE in associazione con EIRIS (*Ethical Investment Research Service*) e Unicef (*United Nations Children's Fund*).

SIRI (*Sustainable Investment Research International Group*): raggruppamento di 10 organismi di ricerca che intendono fornire e promuovere nel mondo intero prodotti e servizi di qualità generati da ricerche sull'investimento sociale.

(\*) Realizzato in Telecom Italia dalla funzione Group Sustainability, coordinata dalla dott.ssa Aurora Sanza, con la collaborazione del Prof. Alberto Martinelli, professore di "Scienza politica" all'Università di Milano. Una precedente edizione (1998) ha avuto il riconoscimento dell'Oscar di Bilancio e della Comunicazione Finanziaria "...per una virtuosa combinazione di contenuti ricchi e forma rigorosa...".

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	7 CARTA DEI VALORI
7 CARTE E CODICI >>	8 CARTA DEI SERVIZI
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI	9 CARTA AMBIENTALE
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	10 CODICE ETICO
56 ALTRE INFORMAZIONI	11 CODICE DI COMPORTAMENTO IN MATERIA DI I.D.

## ■ CARTE E CODICI DEL GRUPPO TELECOM ITALIA



### CARTA DEI VALORI

- Perseguire l'eccellenza nella produzione e la competitività nel mercato, creando valore economico e contribuendo al benessere dei propri clienti e della Comunità in generale.
- Valorizzare il capitale umano, rispettare i diritti del personale, garantire pari opportunità, favorire lo sviluppo professionale, tutelare sicurezza e salute dei dipendenti.
- Sviluppare nel personale l'orientamento al servizio, il miglioramento della qualità e la rapidità di risposta nei rapporti con i clienti/consumatori.
- Rendere conto delle proprie strategie e attività a quanti sono influenzati dalle decisioni dell'impresa.
- Favorire la cooperazione tra tutti coloro che contribuiscono a realizzare gli obiettivi dell'impresa, promuovendo un circolo virtuoso di lealtà e fiducia reciproca.
- Rispettare la legalità, la correttezza e la trasparenza nei sistemi di gestione e nei rapporti con i propri interlocutori e concorrenti.
- Favorire l'innovazione attraverso un impegno costante nella ricerca e nello sviluppo.
- Rispettare e tutelare l'ambiente.
- Contribuire allo sviluppo sostenibile, perseguendo gli obiettivi presenti senza compromettere la capacità delle future generazioni di soddisfare i propri bisogni.
- Perseguire la coerenza tra valori, strategie e comportamenti.



1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	7 CARTA DEI VALORI
<b>7 CARTE E CODICI</b> >>	<b>8 CARTA DEI SERVIZI</b>
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI	9 CARTA AMBIENTALE
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	10 CODICE ETICO
56 ALTRE INFORMAZIONI	11 CODICE DI COMPORTAMENTO IN MATERIA DI I.D.

## CARTA DEI SERVIZI<sup>(\*)</sup>

Per fornire costantemente un servizio di qualità le nostre attività sono ispirate ai principi di:

- **Trasparenza:**  
adozione e verifica del rispetto delle regole e delle disposizioni contrattuali rendendole conosciute e di facile comprensione a tutti i Clienti.
- **Partecipazione:**  
impegno a soddisfare le esigenze dei Clienti raccogliendo suggerimenti e proposte per migliorare i servizi e la stessa Carta dei Servizi, intrattenendo rapporti sistematici di collaborazione e confronto con le Associazioni dei Consumatori.
- **Continuità:**  
erogazione ininterrotta dei servizi, salvo i necessari interventi di manutenzione ordinaria e straordinaria, nel rispetto reciproco delle regole.
- **Efficienza:**  
garanzia di risposta immediata, qualificata e competente alle esigenze dei Clienti.
- **Uguaglianza e imparzialità:**  
fornitura dei servizi indistintamente a tutti i Clienti, senza discriminazione, sull'intero territorio nazionale.
- **Cortesìa e disponibilità:**  
attenzione dei nostri operatori e del nostro personale per soddisfare le esigenze dei Clienti ponendosi all'ascolto costante delle loro richieste.

◀ (\*) In vigore dal 19 luglio 2001 in adempimento alla delibera n. 820/00/CONS dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni. Il documento integrale è disponibile sul sito [www.187.it](http://www.187.it)

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	7 CARTA DEI VALORI
<b>7 CARTE E CODICI &gt;&gt;</b>	8 CARTA DEI SERVIZI
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI	<b>9 CARTA AMBIENTALE</b>
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	10 CODICE ETICO
56 ALTRE INFORMAZIONI	11 CODICE DI COMPORTAMENTO IN MATERIA DI I.D.

## CARTA AMBIENTALE<sup>(\*)</sup>

### ■ La Nostra "Vision"

Lo Sviluppo Sostenibile è un obiettivo ambientale globale e strategico che prende in considerazione la necessità di salvaguardare per le generazioni future sia l'ambiente naturale che le sempre più ridotte risorse naturali non rinnovabili attraverso:

- la messa a disposizione di prodotti e servizi che abbiano un impatto positivo sull'ambiente;
- la determinazione a svolgere le attività in modo da ridurre al minimo gli impatti negativi sull'ambiente.

### ■ Il Nostro Approccio

Riconosciamo che la presenza universale delle telecomunicazioni nella società attuale ci impone il dovere sociale di comportarci da membri responsabili della collettività.

Un atteggiamento responsabile nei confronti dell'ambiente costituisce un requisito essenziale per adempiere a tale dovere.

Il fatturato collettivo delle nostre società, rappresentando una parte significativa di quello complessivamente attribuibile all'industria europea, ci consente di fornire un contributo consistente alla soluzione dei problemi ambientali.

### ■ Il Nostro Impegno

Ci impegniamo al miglioramento continuo, sia collettivamente che individualmente, attraverso azioni concrete nelle seguenti aree:

#### Presa di coscienza

- Faremo in modo di identificare e riconoscere tutti gli impatti ambientali di nostra pertinenza, compresi gli impatti positivi e negativi dei prodotti e dei servizi da noi utilizzati e forniti. In particolare, l'ambiente sarà introdotto a pieno titolo nei programmi di formazione del nostro personale e nei programmi di comunicazione delle nostre società.

#### Conformità alle leggi

- Ci impegneremo al fine di raggiungere non solo la piena conformità con tutti i requisiti legislativi ambientali pertinenti con le nostre attività, ma anche a superarli qualora ciò sia coerente con i nostri obiettivi.

#### Ricerca e sviluppo

- Intraprenderemo programmi di ricerca e sviluppo volti alla definizione di nuovi servizi di telecomunicazioni in grado di contribuire efficacemente allo sviluppo sostenibile.

#### Approvvigionamenti

- Introdurremo considerazioni ambientali nei nostri processi di acquisizione di beni e servizi, con particolare attenzione a: consumo di energia, gestione dei rifiuti, requisiti di processo e di prodotto, uso di sostanze e materiali pericolosi.

#### Informazione

- Forniremo dati ed informazioni sulle nostre prestazioni ambientali al nostro personale, ai nostri clienti, ai nostri azionisti ed alle pubbliche amministrazioni.

#### Sistemi di gestione ambientale

- Svilupperemo e renderemo operativi al nostro interno sistemi di gestione ambientale che forniscano un supporto efficace ed organizzato alla protezione dell'ambiente.

(\*) Sottoscritta nel 1996 da Telecom Italia insieme ad altri 25 operatori europei di reti di telecomunicazioni aderenti all'ETNO (European Telecommunications Network Operators' Association - principale associazione di settore per gli operatori di TLC in Europa), attraverso la quale le diverse aziende si sono impegnate ad avviare specifiche azioni orientate alla tutela ambientale.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	7 CARTA DEI VALORI
<b>7 CARTE E CODICI</b> >>	8 CARTA DEI SERVIZI
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI	9 CARTA AMBIENTALE
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	<b>10 CODICE ETICO</b>
56 ALTRE INFORMAZIONI	11 CODICE DI COMPORTAMENTO IN MATERIA DI I.D.

## CODICE ETICO

Adottato il 7 novembre 2002, è alla base del sistema di *corporate governance*, riassumendo obiettivi e valori fondamentali in cui il Gruppo si riconosce con riferimento ai principali stakeholder coi quali interagisce. Telecom Italia ne ha promosso l'adozione presso le società del Gruppo; destinatari sono gli organi sociali, il management e i prestatori di lavoro. Il Codice è presente sul sito [www.telecomitalia.it](http://www.telecomitalia.it); i principi fondamentali sono di seguito riportati.

L'**etica nella conduzione degli affari** è condizione di successo per l'impresa; in tale quadro, Telecom Italia ha aderito - e incoraggia l'adesione delle altre società - al "Global Compact" promosso dalle Nazioni Unite in materia di diritti umani, ambiente e lavoro (art. 1). Le società del Gruppo:

- hanno come **obiettivo** primario la creazione di valore per l'azionista, cui sono orientate le strategie industriali e finanziarie e le conseguenti condotte operative, ispirate all'efficienza nell'impiego delle risorse; perseguono tale obiettivo in coerenza coi seguenti **valori**:
  - rispetto dei principi di legalità, trasparenza, correttezza e lealtà nella conduzione degli affari;
  - conseguente adozione di strumenti organizzativi atti a prevenirne e sanzionarne la violazione da parte di dipendenti e collaboratori;
  - assicurazione a mercato, investitori e comunità della piena trasparenza sulla loro azione;
  - promozione di una competizione leale e perseguimento dell'eccellenza e della competitività nel mercato;
  - consapevolezza della strategicità dei servizi erogati per il benessere e la crescita della comunità;
  - tutela e valorizzazione delle risorse umane;
  - impiego responsabile delle risorse, coi traguardi dello sviluppo sostenibile, del rispetto dell'ambiente e dei diritti delle generazioni future (art. 2);
- garantiscono pari trattamento a tutte le categorie di **azionisti**; perseguono i reciproci vantaggi derivanti dall'appartenenza al Gruppo nel rispetto della legge e dell'interesse autonomo di ciascuna società (art. 3);
- fondano l'eccellenza di prodotti e servizi offerti sull'attenzione verso i **clienti**, informando i propri comportamenti a correttezza, cortesia e collaborazione (art. 4);
- contribuiscono a benessere e crescita delle **comunità** in cui operano fornendo servizi efficienti e tecnologicamente avanzati; individuano nella ricerca e nell'innovazione condizioni prioritarie di crescita e di successo; considerano la rilevanza sociale dei servizi di telecomunicazioni, rispondendo ai bisogni delle componenti più deboli della collettività; mantengono con le Pubbliche Autorità relazioni ispirate alla collaborazione e alla trasparenza; favoriscono iniziative orientate alla promozione della persona e al miglioramento delle sue condizioni di vita; non concedono contributi o appoggi ai partiti politici e alle organizzazioni sindacali dei lavoratori (art. 5);
- riconoscono il contributo professionale delle **risorse umane** come principale fattore di successo; tutelano la sicurezza e la salute nei luoghi di lavoro; ritengono fondamentale il rispetto dei diritti dei lavoratori; garantiscono pari opportunità e favoriscono la crescita professionale (art. 6);
- credono in una crescita globale sostenibile nell'interesse di tutti gli stakeholder, attuali e futuri; informano le scelte di investimento e di business al rispetto dell'**ambiente** e della salute pubblica, adottando anche tecnologie e metodi di produzione eco-compatibili per ridurre l'impatto delle proprie attività (art. 7);
- assumono la trasparenza come obiettivo nei rapporti con gli stakeholder, consapevoli dell'importanza di un'**informazione** corretta sulle proprie attività; comunicano col mercato e gli investitori nel rispetto dei principi di correttezza, chiarezza e parità di accesso all'informazione (art. 8);
- adottano procedure in grado di assicurare il **rispetto del Codice** nei comportamenti delle stesse e dei loro dipendenti e collaboratori, prevedendo sanzioni in caso di violazioni (art. 9).

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	7 CARTA DEI VALORI
<b>7 CARTE E CODICI &gt;&gt;</b>	8 CARTA DEI SERVIZI
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI	9 CARTA AMBIENTALE
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	10 CODICE ETICO
56 ALTRE INFORMAZIONI	<b>11 CODICE DI COMPORTAMENTO IN MATERIA DI I.D.</b>

## CODICE DI COMPORTAMENTO IN MATERIA DI INSIDER DEALING

Emesso il 7 novembre 2002, è in linea con la recente disciplina di Borsa Italiana che, dal 1° gennaio 2003, obbliga le società quotate ad una *disclosure* periodica sulle operazioni in titoli quotati dell'emittente e delle sue controllate e controllanti, effettuate da soggetti che possono accedere ad informazioni *price sensitive*. Il Codice è entrato in vigore il 1° dicembre 2002; gli obblighi di dichiarazione decorrono dal primo trimestre 2003. Il Codice è presente sul sito [www.telecomitalia.it](http://www.telecomitalia.it); se ne dà, nel seguito, una sintesi.

Il Codice disciplina gli obblighi informativi e di comportamento inerenti alle operazioni effettuate, per conto proprio, dalle *persone rilevanti*, e le relative comunicazioni verso il mercato. Sono considerate:

- *persone rilevanti*, gli Amministratori, i Sindaci effettivi, i Direttori Generali, il Segretario del Consiglio di Amministrazione, il Preposto al controllo interno (per il Gruppo Telecom Italia: l'Amministratore di In.Tel.Audit), i responsabili di Funzioni Centrali, Business Units e Attività Operative, il responsabile della struttura Latin America Operations e gli assistenti del Presidente e degli Amministratori Delegati di Telecom Italia SpA; i responsabili delle articolazioni organizzative delle funzioni centrali Finance Administration and Control, Corporate and Legal Affairs, Communications and Image e Investor Relations di Telecom Italia SpA. Ne possono essere indicate altre in relazione all'attività o all'incarico. Ciascuna *persona rilevante* sottoscrive la propria accettazione del Codice;
- *strumenti finanziari*, quelli emessi da Telecom Italia SpA e dalle sue controllate e controllanti, negoziati in mercati regolamentati italiani ed esteri, escluse le obbligazioni non convertibili; sono in essi ricompresi i loro certificati rappresentativi; i mezzi – anche non quotati – che ne attribuiscono il diritto alla sottoscrizione, all'acquisto e alla vendita; gli strumenti derivati;
- *operazione*, ogni atto su *strumenti finanziari*, compreso l'esercizio di stock options o di diritti di opzione, e *operazione significativa* ogni operazione il cui importo, anche cumulato con altre compiute nei tre mesi precedenti e non ancora comunicate, sia superiore a 80.000 euro;
- *referente*, il Segretario del Consiglio di Amministrazione di Telecom Italia SpA.

Entro una settimana dalla scadenza del trimestre, le *persone rilevanti* inviano al *referente* l'elenco delle *operazioni* del trimestre di ammontare complessivo pari o superiore a 35.000 euro, effettuate anche dal coniuge non legalmente separato, dai figli minori o da persone interposte, fiduciari e società controllate. L'obbligo di comunicazione è immediato in caso di *operazioni significative*.

Amministratori non esecutivi e Sindaci si astengono dalle *operazioni* dal giorno di convocazione del Consiglio che esaminerà i dati economico-finanziari di ciascun trimestre o, se anteriore, dal momento della loro conoscenza, al giorno successivo alla loro prima diffusione. Le altre *persone rilevanti* possono effettuare *operazioni* dal giorno successivo alla prima diffusione degli stessi dati, fino alla chiusura del trimestre che scade dopo tale diffusione. *Operazioni* al di fuori dei periodi indicati sono consentite solo in caso di situazioni eccezionali di necessità soggettiva, la cui valutazione è rimessa al Presidente del Consiglio di Amministrazione. Non è soggetto a limitazioni l'esercizio di stock options o di diritti di opzione. Il Consiglio di Amministrazione può individuare ulteriori periodi o circostanze in cui le *operazioni* sono soggette a limiti e condizioni.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	7 CARTA DEI VALORI
<b>7 CARTE E CODICI &gt;&gt;</b>	8 CARTA DEI SERVIZI
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI	9 CARTA AMBIENTALE
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	10 CODICE ETICO
56 ALTRE INFORMAZIONI	<b>11 CODICE DI COMPORTAMENTO IN MATERIA DI I.D.</b>

Il *referente* trasmette a Borsa Italiana le informazioni comunicate dalle *persone rilevanti* entro il decimo giorno di borsa aperta successivo al termine di ciascun trimestre solare.

Le *operazioni significative* sono trasmesse non appena ricevute.

L'inosservanza degli obblighi di dichiarazione o delle limitazioni all'effettuazione di *operazioni* comporta:

- per i lavoratori dipendenti, le sanzioni disciplinari previste dalla legge e dalla contrattazione collettiva;
- per gli altri collaboratori, la risoluzione del rapporto;
- per gli Amministratori e i Sindaci, la proposta di revoca in occasione della successiva Assemblea.

Telecom Italia SpA può ovviamente anche rivalersi per ogni danno e responsabilità che le dovessero derivare da comportamenti in violazione del Codice.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	25 LE GENERAZIONI FUTURE
	39 LA COMUNITA'

## ■ GLI STAKEHOLDER ESTERNI



### I CLIENTI CONSUMATORI

Anche nel 2002 la politica di *loyalty* del Gruppo Telecom Italia si è basata sulla *customer satisfaction* attraverso rapporti diretti e continuativi coi clienti, concentrandosi sia nell'interpretazione della domanda proveniente dal mercato, sia nella conseguente e tempestiva risposta attraverso la fornitura di adeguati servizi. Pur nella diversità delle attività svolte, gli strumenti di *Customer Relationship Management (CRM)* adottati dalle società sono risultati simili (call center, numeri verdi, centri di assistenza, siti web, sondaggi periodici di soddisfazione dei clienti – questi ultimi spesso svolti in collaborazione con società esterne qualificate), sebbene variamente modulati in base al tipo di clientela servita e al servizio erogato. A completamento delle informazioni sui principali risultati commerciali delle Business Unit, si fornisce nel seguito una sintetica descrizione degli strumenti di *CRM* adottati e dei principali risultati ottenuti nel 2002.

#### ■ LA SODDISFAZIONE DEI CONSUMATORI

##### ■ La qualità del servizio

La Business Unit **Domestic Wireline** cura principalmente la fornitura di servizi di telecomunicazioni su rete fissa; comprende l'omonima funzione di Telecom Italia SpA e alcune società minori, in Italia e all'estero. Nel 2002 il *customer care* di Telecom Italia si è basato su 169 numeri verdi (personalizzati per i clienti executive), 100 centri di

assistenza e sul sito web aziendale.

I telesportelli hanno ricevuto quasi 64 milioni di chiamate; il sito web è stato visitato circa 4 milioni di volte. Sono stati effettuati sondaggi mensili sulla *customer satisfaction*, in termini di servizi forniti e di soddisfazione complessiva del cliente. I call center, diffusi sul territorio, condividono un'infrastruttura comune, rendendo indifferente il luogo in cui la chiamata è gestita. Il sistema di CRM mette infatti a disposizione degli operatori, in tempo reale, le informazioni su tutti i clienti di competenza. Nel 2002 ne sono conseguiti i seguenti risultati:

- i clienti soddisfatti del funzionamento regolare delle linee telefoniche (senza interruzioni o difficoltà per prendere la linea) sono il 90,9% per la clientela Residenziale e l'89,2% per la clientela Business (*Loyalty Qualità Tecnica* - dati cumulati di dicembre 2002; fonte: Doxa);
- per quanto riguarda il servizio "187", rivolto alla clientela Residenziale, il 58% degli intervistati ritiene gli operatori molto cortesi e dichiara di ricevere informazioni chiare ed esaurienti nel 43,6% dei casi; il 64% ottiene soluzione alla propria richiesta in un'unica telefonata (*One Call Solution*);
- la clientela Business che si rivolge al servizio "191" è soddisfatta della cortesia degli operatori nell'88% dei casi e della competenza nell'85% dei casi; il 50% ottiene soluzione alla propria richiesta con una sola telefonata;
- le riparazioni avvenute entro il 2° giorno successivo alla segnalazione sono pari

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI</b> >>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	25 LE GENERAZIONI FUTURE
	39 LA COMUNITA'

al 77% per i clienti Residenziali e al 74,6% per i clienti Business;

- sul servizio di riparazione guasti, il 60,8% della clientela Residenziale evidenzia di essere molto soddisfatta della cortesia dei tecnici intervenuti per la riparazione, mentre il 57,5% è molto soddisfatta della competenza dimostrata; la riparazione risulta efficace per il 92,7%;
- il livello di soddisfazione della clientela Business è del 98,5% sulla cortesia del tecnico intervenuto per la riparazione del guasto, del 95,8% sulla competenza; la riparazione è ritenuta efficace dall'83% dei clienti intervistati (fonte: Atesia);
- il livello di gradimento dei clienti Executive è, in media, dell'86,4% per la qualità del provisioning, dell'81,7% per l'efficienza nel ripristino dei servizi e dell'80% per i servizi di fatturazione.

Le altre società della BU sono attive su diversi mercati. Presso Intelcom San Marino (retail telefonia e Internet) è attivo un software automatico di risposta per l'accesso diretto al personale del servizio richiesto. I tempi di intervento per guasti sono immediati in orario d'ufficio, e comunque contenuti entro i 30 minuti. Rapidi e particolarmente efficaci i sistemi di controllo del traffico.

Latin American Nautilus e Med-1, operanti rispettivamente nel mercato wholesale e nell'installazione delle reti, basano il *customer care* sull'assistenza specializzata per singolo cliente, ottenendo alti livelli di soddisfazione. La stessa politica è seguita in Atesia (telemarketing e ricerche di mercato). Path.net (gestore della rete per le pubbliche amministrazioni) è sottoposta ad audit dei livelli di servizio dalle principali amministrazioni pubbliche clienti e dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri. Il *customer care* opera attraverso il call center, attivo sulle 24 ore, e centri di assistenza che garantiscono il ripristino del 95% dei guasti entro le 8 ore. Annualmente sono effettuati sondaggi sulla qualità dei servizi su clienti che rappresentano almeno il 90% degli accessi complessivi.

La rete di Telecom Italia SpA – Domestic Wireline è certificata ISO 9001; è in fase avanzata il progetto per il conseguimento della certificazione ISO 14001 in tema di gestione ambientale. Certificazione secondo

Vision 2000 per i servizi di *customer care* – clienti business.

Fra le società hanno ottenuto certificazioni Atesia e Path.net (ISO 9001) e Med-1 (ISO 9002).

La Business Unit **Mobile** (gruppo TIM) è attiva in Italia e all'estero; la sua presenza internazionale si concentra in Sud America e nel bacino del Mediterraneo.

Il *customer care* del gruppo si basa su reti commerciali e di assistenza diffuse e su strumenti (numeri verdi, call center, siti web) di facile e frequente fruizione da parte dei clienti che, nel 2002, ne hanno particolarmente apprezzato l'efficacia. Il grado di soddisfazione è stato, ad esempio, dell'83,9% per il call center TIM, del 90,3% per quello di Stet Hellas e, in media, di circa il 70% per quelli delle società sudamericane; bassi i tempi di attesa alla risposta e modestissimi i tassi di reclamo, largamente al di sotto di quelli preventivati. In tutte le società sono presenti o in sviluppo strumenti di CRM; in particolare, sono regolarmente svolte campagne di sondaggio dei clienti, perlopiù attraverso società specializzate. In TIM i sondaggi – trimestrali per clienti consumer, semestrali per clienti business – determinano gli indici di qualità su cui si basano gli obiettivi del top management. Sotto costante osservazione i tempi medi di: attesa alla risposta, attivazione di nuove linee, connessione al servizio WAP, riparazione del terminale. La "gestione" dei clienti è curata anche attraverso azioni di *loyalty*, basate su offerte di prodotti e servizi a prezzi ridotti o gratuiti.

Nell'ambito del gruppo è prevista l'estensione dei modelli adottati con successo da TIM a tutte le società controllate. In Europa, presso Stet Hellas, esiste documentazione ufficiale su qualità, *customer satisfaction* e monitoraggio periodico degli obiettivi aziendali. In Sud America, le società brasiliane hanno posto in essere efficaci strumenti di *customer care*, basati su centri di assistenza, call center, numeri verdi e siti web. Sono effettuati periodici controlli su qualità e disponibilità dei servizi, soddisfazione verso call center e reti commerciali, comprensibilità dei profili tariffari e tassi di reclamo, che evidenziano

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	25 LE GENERAZIONI FUTURE
	39 LA COMUNITA'

risultati in miglioramento nel tempo. Tim Perù effettua misurazioni di qualità interna e soddisfazione esterna – per tipo di cliente e di servizio – con sondaggi e interviste, anche attraverso la rete commerciale. Digitel Venezuela ha avviato un sistema di controllo della *customer satisfaction* basato sulla misurazione della qualità della rete e della soddisfazione verso servizi e call center. In rapida diffusione le certificazioni ISO 9000 (TIM, Stet Hellas, Maxitel; Digitel Venezuela l'ha pianificata per il 2004). In TIM progettazione, realizzazione ed esercizio delle reti territoriali Nord-Ovest e Sud 2 (Calabria e Sicilia) hanno la certificazione ISO 14001. TIM ha anche ottenuto le certificazioni OHSAS 18001 (*Occupational Health and Safety Assessment Series*) per l'organizzazione territoriale Nord-Est e QualityWEB per i siti Investor Relations e i.tim.

Nell'ambito dell'Attività Operativa **Latin America Operations**, che coordina tutte le società sudamericane, si riportano le informazioni relative ai gruppi Entel Chile ed Entel Bolivia, avendo sopra descritto quelle relative alle società di telefonia mobile. In Entel Chile e in Entel Bolivia i canali attivati per la *customer satisfaction* sono costituiti da call center, numeri verdi dedicati ai vari segmenti di clientela, punti commerciali, centri di assistenza e siti web; il primo canale è il preferito, con ben 3,2 milioni di contatti in Bolivia. In Entel Bolivia la rilevazione della qualità si basa su statistiche per tipologia di servizio; simili le metodologie adottate da Entel Chile, dove un sistema organico è però ancora in fase di implementazione. Presso entrambe le società i sondaggi sono stati effettuati sia attraverso la rete commerciale, sia con l'ausilio di aziende esterne specializzate. I punti di attenzione sono stati la qualità di servizi e rete, nonché la soddisfazione dei clienti per le politiche di *customer care* adottate e la funzionalità dei call center. Entel Bolivia ha ottenuto la certificazione ISO 9000 per la rete mobile; Entel Chile prevede di ottenere la stessa certificazione nel 2004 per il customer service.

La Business Unit **Internet and Media** presidia l'intera catena del valore nel settore dei media, estendendo le proprie attività dalle

directories, ai servizi Internet, alla televisione, alla commercializzazione di prodotti e servizi per l'ufficio. Parte significativa dell'attività è svolta in altri paesi europei (Francia, Germania e Regno Unito). In tutte le società gli strumenti per gestire il contatto coi clienti sono costituiti da numeri verdi dedicati e call center, molto utilizzati dai clienti, e dai siti web aziendali. Nel campo delle directories, Seat Pagine Gialle si avvale di due numeri verdi, uno per i clienti inserzionisti e uno per i disservizi nella distribuzione degli elenchi telefonici. I punti di assistenza, costituiti da 48 back office e dalla rete degli agenti sono complessivamente oltre 2000. In TDL Infomedia la *customer satisfaction* è un preciso obiettivo aziendale, perseguito attraverso il call center, il sito web e mediante sondaggi periodici e ravvicinati della clientela, basati su un completo sistema di indicatori.

Per ciò che riguarda Internet, Seat Tin.it tiene i propri servizi sotto costante monitoraggio utilizzando, fra l'altro, forme innovative di contatto con la clientela basate sul web ed effettuando sondaggi telefonici semestrali mediante una società esterna qualificata. La copertura garantita in caso di malfunzionamenti è pressoché continua: ne conseguono valori prossimi al 100% per i principali indicatori di disponibilità, accesso e raggiungibilità delle principali home pages del portale Virgilio. Analoga cura si riscontra anche in Matrix.

In campo televisivo il call center di La7 e il numero verde di MTV sono dedicati ai clienti che hanno problemi di ricezione del segnale. Hanno ottenuto certificazioni ISO 9001 Cipi e Databank; Euredit ha ottenuto la Web Trust Certification per la webstore del sito Europages.

La Business Unit **Information Technology Mercato** è responsabile del governo delle attività informatiche orientate al mercato esterno. La sua attività è quasi totalmente concentrata in Italia.

La capofila Finsiel annovera fra i suoi clienti alcune delle principali Amministrazioni dello Stato, oltre 1000 enti locali, aziende sanitarie, aziende di trasporti, grandi gruppi bancari e industriali. Il rapporto coi clienti è



1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI</b> >>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	25 LE GENERAZIONI FUTURE
	39 LA COMUNITA'

curato attraverso numeri verdi dedicati, sito web/e-mail (con oltre 70.000 accessi nel 2002) e call center automatici; in attivazione un call center vocale. Attraverso l'help desk – principale strumento di *customer satisfaction* – sono anche effettuate interviste telefoniche ai clienti per verificarne la soddisfazione. Banksiel ha oltre 200 clienti operanti nel ramo bancario e finanziario. Le attività di *customer care* con essi svolte innescano piani di miglioramento del servizio, cui segue la condivisione dei risultati. Nel 2002 gli accessi al sito web sono stati circa 75.000. Politiche della qualità sono realizzate anche in Carisiel – in cui è stato avviato un progetto per la realizzazione di un front-end multicanale innovativo per le banche e i loro clienti – e in Webred, dove è in corso la standardizzazione del processo di rilevazione della soddisfazione dei clienti, coi quali i rapporti sono tenuti mediante il numero verde, gli uffici presenti sul territorio e la rete di teleassistenza, di cui è prevista l'estensione per ridurre i tempi di intervento. Parte significativa delle attività svolte presso Insiel, Banksiel e Webred hanno ottenuto le certificazioni ISO 9001.

#### L'Attività Operativa **Information**

**Technology di Gruppo** – quasi del tutto concentrata in Italia – è responsabile del governo dell'innovazione tecnologica e delle attività informatiche di servizio rivolte al Gruppo Telecom Italia.

Le varie società hanno garantito l'assistenza ai clienti mediante numeri verdi, centri di assistenza e siti web/e-mail; fra questi risultano intensamente visitati i siti di Sodalìa e Webegg.

In Saritel l'assistenza è diversificata in base ai servizi erogati; lo sviluppo del sistema di controllo della qualità è avvenuto attraverso una sua più marcata automazione. Obiettivo della società è risolvere il 50% dei guasti entro 2 ore e il 99% entro 24 ore dalla segnalazione.

La politica della qualità di Sodalìa, basata sulla centralità del cliente, si concretizza sia nella rilevazione annuale della soddisfazione, mediante la compilazione di un questionario presente sul web, sia attraverso la procedura di *servicing*, che descrive le attività (assistenza tecnica e tempi d'intervento) da

svolgersi sul prodotto installato. Ne è conseguita una soddisfazione del cliente – in termini di comunicazione e di assistenza fornita – di circa il 70%.

Anche Webegg basa il proprio processo di *customer satisfaction* sui questionari sottoposti ai clienti, i cui risultati – positivi nel 2002 – sono di base per le azioni correttive e migliorative dei servizi. Netta la preferenza dei clienti (oltre l'83%) per il canale web/e-mail.

Sodalìa e Saritel hanno ottenuto certificazioni ISO 9001; Sodalìa ha inoltre ottenuto certificazioni specifiche in tema di sicurezza delle informazioni e qualità dei siti web.

#### Fra le imprese operanti in **altre attività**

Telecom Italia Lab, centro di ricerca del Gruppo, cura la propria *customer satisfaction* attraverso l'invio di questionari ai clienti, l'analisi statistica delle risposte e l'esame dei risultati da parte della direzione della società. Presso la controllata Loquendo, azienda leader nelle tecnologie e nei servizi vocali, sono attivi un numero verde universale operante sulle 24 ore, due centri di assistenza e un sito web, visitato quasi 200.000 volte nel corso del 2002.

L'assistenza ai clienti si svolge su più livelli, dalla presa in carico di problemi e anomalie, al ripristino dei malfunzionamenti, fino alla definizione degli interventi correttivi ed evolutivi, nei quali sono coinvolte le stesse risorse che hanno contribuito allo sviluppo delle piattaforme interessate. TILAB ha ottenuto le certificazioni ISO 9001 per il sistema qualità aziendale, ISO 14001 per il sistema di gestione ambientale che è integrato con il sistema di gestione della sicurezza, ISO IEC (*International Electrotechnical Commission*) 17025 per i laboratori di prova, nonché alcune certificazioni particolari per attività specifiche.

BBNed opera nel mercato olandese dei servizi di accesso locale a larga banda per Internet Service Provider e clienti business. Le sue politiche di *customer care* sono attuate attraverso 2 numeri verdi, 4 centri di assistenza e 4 siti web; i risultati dei sondaggi effettuati sulla qualità della rete e dei servizi hanno evidenziato risultati di eccellenza, superiori al 95%.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI</b> >>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	25 LE GENERAZIONI FUTURE
	39 LA COMUNITA'

#### ■ Diritti dei consumatori

La strada del confronto collaborativo, intrapresa a partire dal 1997 con la sottoscrizione dell'Accordo Quadro con le principali associazioni, è proseguita nel corso del 2002, con tavoli di lavoro e riunioni di confronto pianificate al di fine monitorare e migliorare gli strumenti rappresentati dalle Condizioni Generali di Abbonamento e dalla Carta dei Servizi, che sono stati ulteriormente affinati e concordati con le associazioni dei consumatori.

L'impegno del Gruppo sul fronte dei diritti dei consumatori è stato diretto anche allo sviluppo di un'attiva collaborazione con l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sia per quanto riguarda i servizi oggetto dell'obbligo di servizio universale, sia per quanto riguarda l'adozione, da parte dell'AGCOM, di un'apposita procedura di conciliazione e arbitrato per le controversie insorte tra gestori e utenti dei servizi di comunicazioni.

Un'apposita attività informativa è stata poi indirizzata alla possibilità di usufruire delle condizioni contrattuali agevolate destinate alle categorie di clienti più bisognosi.

Il Gruppo Telecom Italia partecipa regolarmente, in qualità di socio fondatore, a Consumer's Forum, che raggruppa associazioni dei consumatori, imprese e istituzioni di studio e ricerca che operano nel campo degli interessi e dei diritti dei consumatori. Nel corso del 2002 l'attività di Consumer's Forum si è concentrata nell'organizzazione di convegni, giornate di studio e seminari rivolti all'analisi e alla formazione sulle materie di interesse dei consumatori.

In collaborazione con l'Ente Nazionale Sordomuti, nell'autunno del 2002 Telecom Italia ha iniziato la sperimentazione di un nuovo servizio che permetterà ai clienti privi dell'uso di parola e udito di accedere, grazie ad un software *ad hoc*, ai servizi di emergenza "112", "113", "115" e "118".

#### ■ PROCEDURA DI CONCILIAZIONE ED ARBITRATO

##### Telecom Italia SpA

Come indicato nella propria Carta dei Servizi, il cliente ha a disposizione, per la risoluzione dei reclami per cui non si ritiene soddisfatto, una procedura gratuita di conciliazione, nata dalla collaborazione ormai decennale con le principali associazioni dei consumatori.

Il cliente può avere accesso alla procedura di conciliazione e arbitrato ogni volta che, esperiti i normali reclami presso lo sportello telefonico dedicato o fattili pervenire per iscritto a Telecom Italia, abbia ottenuto una risposta insoddisfacente o non abbia ottenuto alcuna risposta (art. 2, Regolamento di Conciliazione e Arbitrato).

Il cliente può ricorrere alla procedura per importi addebitati in bolletta, segnalazioni guasti o riparazioni, errori o omissioni in elenco, cambi numero, traslochi, mancata attivazione del servizio, sospensione del servizio.

In sede conciliativa non esiste un limite di valore.

In caso di arbitrato, l'arbitro ha competenza per controversie non eccedenti 2.582,28 euro. Le spese di giudizio, fissate dall'arbitro, possono variare in base al valore della controversia e non possono superare 206,58 euro, comprese quelle eventuali a carico della parte soccombente.

La Commissione di conciliazione è una struttura paritaria con competenza territoriale, composta da un conciliatore indicato da Telecom Italia e da un membro dell'associazione dei consumatori designato dal cliente.

Il cliente si rivolge alla segreteria di conciliazione e arbitrato istituita nel proprio capoluogo di regione, che svolge un ruolo *super partes* nel contraddittorio.

Delle decisioni adottate dalla Commissione paritetica viene redatto un verbale vincolante per le parti:

- in caso di accordo, la seduta si conclude con un verbale di conciliazione;

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	25 LE GENERAZIONI FUTURE
	39 LA COMUNITA'

– in caso di mancato accordo, il cliente può presentare domanda di arbitrato. Le domande di conciliazione pervenute dal 1° gennaio 1986 sono 30.025 (725 nel 2002), di cui discusse 29.052 (97%) e annullate 958 (2,5%). Le domande discusse o annullate costituiscono il totale lavorato (30.010 domande, pari al 99,5%). Quelle conciliate sono 25.182 (87% delle discusse); quelle non conciliate, 3.870 (13%). Tempi di evasione della procedura di conciliazione: 25% di risposte entro 90 giorni dalla presentazione; 58% di risposte entro 45

giorni dalla presentazione. Le domande di arbitrato pervenute dall'inizio della procedura sono 451 (1 nel 2002), di cui discusse 265 (59%) e annullate 103 (23%). Le domande discusse o annullate costituiscono il totale del lavorato (368, corrispondenti all'82%); quelle in attesa di discussione sono 83 (18% di quelle pervenute). In 75 casi l'Arbitro si è espresso a favore di Telecom Italia (circa il 28% dei casi discussi); in 9 casi (4%) si è espresso a favore del cliente; in 181 casi (68%) si è raggiunto un accordo conciliativo.

## ■ CONTROVERSIE E CONTENZIOSO

Le controversie verificatesi in Italia, a livello di Gruppo, sono state 1.413.

### Telecom Italia S.p.A.

#### – *Esercizio 2002*

Contratti di abbonamento: aperte 799 cause (15 attive e 784 passive); definite 258, di cui 73 favorevoli, 4 con rinuncia al ricorso, 23 sfavorevoli e 158 transatte;

Elenco abbonati: cause aperte 121, di cui 24 definite: 7 con esito favorevole, 1 con rinuncia al ricorso, 16 transatte.

#### – *Esercizio 2001*

Contratti di abbonamento: aperte 465 cause (10 attive e 455 passive); definite 199 (54 favorevoli, 10 con rinuncia al ricorso, 11 sfavorevoli, 124 transatte);

Elenco abbonati: cause aperte 143, di cui 30 definite: 9 con esito favorevole, 5 con esito sfavorevole, 16 transatte.

### TIM S.p.A.

#### – *Esercizio 2002*

I contenziosi avviati sono stati 429, di cui 109 definiti: 29 con esito favorevole, 3 con esito sfavorevole e 77 transatti.

#### – *Esercizio 2001*

I contenziosi avviati sono stati 230.

### SEAT S.p.A.

#### – *Esercizio 2002*

Le cause notificate sono state 185.

#### – *Esercizio 2001*

Le cause notificate sono state 172.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	<b>19 I FORNITORI</b>
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI</b> >>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	25 LE GENERAZIONI FUTURE
	39 LA COMUNITA'

## I FORNITORI

Al fine di quantificare il rapporto del Gruppo Telecom Italia con i propri fornitori si riportano di seguito i consumi di beni e servizi esterni e gli investimenti industriali:

◀ L'apporto ai fornitori del Gruppo Telecom Italia è stato di euro 15.370 milioni.

(milioni di euro)	Esercizio 2002	Esercizio 2001
<b>GRUPPO TELECOM ITALIA</b>		
Consumi di materie prime e servizi esterni (al netto del canone o contributo)	12.127	12.518
– di cui parti correlate	469	586
Investimenti industriali	4.842	8.164
– di cui parti correlate e capitalizzazioni interne	1.130	665
<b>Totale apporto</b>	<b>16.969</b>	<b>20.682</b>
– di cui parti correlate e capitalizzazioni interne	1.599	1.251
<b>Totale apporto netto</b>	<b>15.370</b>	<b>19.431</b>

### ■ LA QUALIFICAZIONE DEI FORNITORI

La qualificazione dei fornitori è svolta a livello centralizzato per tutte le Società del Gruppo Telecom Italia. Il processo, che si attiva con la richiesta di qualificazione da parte delle funzioni acquisitrici o utilizzatrici ovvero dal fornitore, è basato su parametri/check-list specifici per prodotto/prestazione/servizio, ma risponde a criteri generali comuni.

La qualificazione può essere di tre tipologie, ognuna preliminare alla successiva:

- di base (volumi di fatturato, bilanci d'esercizio, sicurezza e responsabilità civile, regolarità contributiva, rispetto di politiche ambientali, etc.);
- economico finanziaria (esame dei bilanci con conseguente valorizzazione di specifici indicatori);
- tecnico organizzativa (accertamento dell'effettiva capacità del fornitore di produrre/fornire il prodotto/prestazione/servizio richiesto).

I controlli sui fornitori in fase di qualificazione possono determinare i seguenti esiti:

- fornitore qualificato;
- fornitore qualificato a tempo determinato (es.: per situazioni economico/finanziarie non totalmente positive);
- fornitore qualificato con riserva (es.: per non completa soddisfazione dei requisiti tecnici);
- fornitore non qualificato.

I soggetti qualificati sono inseriti nell'Albo Fornitori del Gruppo Telecom Italia per categoria merceologica; con periodicità annuale, i dati sono aggiornati relativamente alle principali informazioni/caratteristiche dei fornitori e in base ai risultati di Vendor Rating.

Tutte le principali informazioni relative all'Albo Fornitori, desunte in fase di qualificazione e nei successivi aggiornamenti periodici, sono gestite a livello centrale e, mediante un'applicazione Intranet, rese fruibili su tutto il territorio nazionale per attività connesse al processo d'acquisto.

Nei confronti dei subappaltatori è svolto un processo di verifica analogo, ma semplificato rispetto al precedente, il cui esito condiziona l'autorizzazione al subappalto. I controlli per stabilire le capacità del subappaltatore candidato sono limitati a elementi essenziali quali: numero di dipendenti, soglie minime di fatturato e capacità tecnico/organizzativa.

A cura delle funzioni tecniche delle società del Gruppo Telecom Italia è inoltre effettuata la qualificazione dei nuovi prodotti/sistemi di telecomunicazione, al fine di accertarne la conformità alle specifiche tecniche.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	<b>19 I FORNITORI</b>
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI</b> >>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	25 LE GENERAZIONI FUTURE
	39 LA COMUNITA'

## ■ IL CONTROLLO DEI FORNITORI

La qualità complessiva dei fornitori viene misurata in termini di Vendor Rating (vedi punto successivo) sulla base di valutazioni tecniche, commerciali e amministrative.

In particolare, per quanto riguarda le valutazioni tecniche, in aggiunta alle normali verifiche di collaudo propedeutiche all'accettazione delle forniture, sono effettuati i seguenti controlli:

- a livello centralizzato al momento della qualificazione del fornitore;
- a cura delle singole Società del Gruppo TI durante la vigenza del contratto;
- con controlli presso il fornitore, onde verificarne l'organizzazione e l'eventuale rispondenza delle forniture di serie alle specifiche tecniche contrattuali (a livello prototipale le verifiche tecniche dei prodotti sono generalmente sistematiche);
- su specifiche richieste da parte della funzione acquisitrice;
- presso i cantieri per verificare la qualità della realizzazione delle opere.

La periodicità di detti controlli può essere annuale o semestrale e il volume degli stessi può variare in base all'andamento dei risultati di Vendor Rating.

L'estensione e la profondità dei controlli, per le attività sia di Qualificazione, sia di Vendor Rating, sono legate al rischio assegnato, a livello di Gruppo Telecom Italia, alle specifiche categorie merceologiche (in base a valutazione di fattori quali: volumi di fatturato, innovazione tecnologica, costi dei disservizi, sicurezza).

La qualità delle forniture/realizzazioni è controllata attraverso il Vendor Rating specifico per prodotto/prestazione/servizio. L'indicatore globale di V.R. è suddiviso in Aree e Indici Elementari; questi ultimi sono rilevati di norma tramite questionari che tengono conto, ove possibile, del rispetto sia delle norme di sicurezza, sia delle normative in tema di smaltimento rifiuti.

I risultati di V.R., riportati nei report aziendali, sono trasmessi alle funzioni tecniche e acquisitrici. Detti risultati sono trasmessi anche ai fornitori, coi quali sono definite, centralmente, azioni di miglioramento.

Il sistema di controllo dei fornitori è reso noto agli stessi tramite documenti allegati ai contratti, nei quali sono contenuti tutti gli aspetti relativi allo specifico monitoraggio.

## ■ I RAPPORTI CON I FORNITORI

La politica d'acquisto del Gruppo Telecom Italia è basata su competizioni tra fornitori qualificati. La scelta dei fornitori è in generale basata sui parametri di: costo d'acquisto, tempi di approvvigionamento e qualità delle forniture.

La trasparenza nei rapporti con i fornitori ha finora consentito una loro piena rispondenza ai requisiti richiesti in occasione delle gare (sono infatti stati estremamente limitati i casi di mancato invio di offerte da parte dei fornitori invitati). La realizzazione di gare "on-line" tramite il sito Internet di Corporate, con la possibilità, per i fornitori, di conoscerne in tempo reale andamenti ed esiti finali, ha, fra l'altro, reso ancor più trasparenti i rapporti reciproci.

Le comunicazioni verso i fornitori, in termini di miglioramento della qualità della comunicazione e dell'applicazione dei criteri di sostenibilità, sono svolte sia dalle funzioni tecniche, sia da quelle di acquisto, in coerenza con le rispettive competenze aziendali.

La funzione Qualità in ambito Acquisti Corporate è l'interfaccia verso i fornitori di tutte le Società del Gruppo Telecom Italia per le comunicazioni dei risultati di Vendor Rating.

Gli elementi relativi alla condotta che i fornitori debbono tenere in termini di salute e sicurezza, rispetto per l'ambiente, ecc., sono riportati nei documenti allegati alle gare d'acquisto e nelle relative specifiche.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI &gt;&gt;</b>	<b>21 I CONCORRENTI</b>
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	25 LE GENERAZIONI FUTURE
	39 LA COMUNITA'

## I CONCORRENTI

### ■ APPROCCIO

Gli OLO (Other Licenced Operator), gli ISP (Internet Service Provider) e gli altri concessionari televisivi sono al tempo stesso per Telecom Italia:

- **Concorrenti** che partecipano alla definizione di regole per un'equa competizione ed il raggiungimento della convergenza nelle comunicazioni. La creazione di regole equilibrate, stabili e prevedibili è un obiettivo comune a tutte le imprese del settore. I progressi della situazione competitiva italiana, giudicata tra le più avanzate nel contesto europeo, sono stati sottolineati nell'ultimo rapporto di implementazione pubblicato di recente dalla Commissione Europea.
- **Partner** nello sviluppo di nuovi servizi e di nuovi modelli di business. Nel recente passato lo sviluppo della telefonia mobile prima, e di Internet poi, è avvenuto anche grazie alle innovazioni proposte da imprese diverse. I modelli di maggior successo, dalle carte prepagate al free Internet, si sono diffusi rapidamente a beneficio di tutti gli attori del mercato.
- **Clienti** di Telecom Italia, la cui struttura organizzativa prevede un'apposita divisione Wholesale che vende un portafoglio di servizi molto vario. Telecom Italia è tra i primi operatori storici europei ad avere offerto servizi quali il "canale virtuale permanente", i "circuiti parziali", i "circuiti diretti wholesale", "l'accesso condiviso". I tempi di fornitura e la qualità del servizio garantiti ai clienti concorrenti sono gli stessi offerti alle divisioni commerciali interne. Con l'equiparazione di tutti gli Internet Service Provider si sono create le condizioni legislative per garantire parità di trattamento a tutti gli operatori che utilizzano servizi offerti da Telecom Italia.

### ■ ATTIVITÀ ASSOCIATIVA

Il Gruppo Telecom Italia è entrato nel settore della TV digitale, con La7 e MTV, partecipando attivamente all'associazionismo televisivo e iniziando le sperimentazioni nei propri siti. A livello europeo sono stati intensificati i rapporti con le istituzioni di settore. Tra le diverse iniziative, Telecom Italia supporta una strategia di mercato e di investimenti per la e-Europe. Per quanto riguarda i rapporti con i fornitori, la partecipazione ai gruppi di lavoro EIRUS (*European Ipqm and Rqms UserS*) in ambito europeo e QuEST (*Quality Excellence for Suppliers of Telecommunications*) in ambito nordamericano consente al Gruppo di conoscere l'evoluzione dei processi di monitoraggio della qualità tecnica presso i principali gestori e costruttori di prodotti/sistemi di TLC.

Tra le principali associazioni a cui il Gruppo partecipa attivamente si segnalano, per importanza:

- **ETNO** (*European Telecommunications Network Operators' Association*)  
La principale associazione continentale di settore, alla quale attualmente aderiscono 40 operatori di reti di telecomunicazioni di 35 nazioni europee, ha come obiettivi:
  - promuovere lo sviluppo di un mercato europeo delle telecomunicazioni competitivo ed efficiente;
  - favorire, tra le aziende associate, il coordinamento nello sviluppo di reti e servizi;
  - instaurare e mantenere un dialogo aperto con le istituzioni centrali e i "policy makers", contribuendo fattivamente alla creazione della società dell'Informazione.
 Dato il valore dell'impegno che essa rappresenta, l'adesione ai principi della Carta Ambientale, citata in precedenza, è aperta a tutte le aziende che intendano impegnarsi sulla strada della sostenibilità, e quindi anche a quelle che non sono associate all'ETNO. Telecom Italia è membro dell'Executive Board dell'Associazione e ha la presidenza del gruppo di lavoro "Sostenibilità".
- **ITU** (*International Telecommunications Union*)  
Fa parte del sistema di organizzazioni delle Nazioni Unite e ha l'obiettivo di favorire lo sviluppo del settore a livello internazionale attraverso la cooperazione tra pubblico e privato. È organizzata in tre settori, all'interno dei quali operano gruppi di studio a cui partecipano esperti provenienti da aziende, enti normativi, enti governativi, centri di ricerca e istituzioni finanziarie; i tre settori sono:

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI &gt;&gt;</b>	<b>21 I CONCORRENTI</b>
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	25 LE GENERAZIONI FUTURE
	39 LA COMUNITA'

- ITU-R (radiocomunicazioni), che definisce le caratteristiche tecniche di sistemi e servizi wireless terrestri e spaziali, sviluppa procedure operative e intraprende studi tecnici;
- ITU-T (normativa), in cui sono sviluppate le specifiche tecniche di sistemi di telecomunicazioni, reti e servizi, e sono definiti principi di tariffazione e metodi di accounting per fornire il servizio a livello internazionale;
- ITU-D (sviluppo), la cui attività è focalizzata sulla preparazione di raccomandazioni, pareri, manuali, linee guida e relazioni basate su "best business practices", per fornire ai decision makers dei paesi in via di sviluppo elementi funzionali alla definizione di strategie e politiche di gestione delle reti.

Esperti di Telecom Italia, TIM e TILAB partecipano a molti dei gruppi di studio, spesso con ruoli di responsabilità e coordinamento.

#### – GSM Association

Vi aderiscono 690 operatori di reti wireless di seconda e terza generazione e costruttori di apparati; i suoi membri forniscono servizi digitali wireless a più di 800 milioni di clienti in 192 paesi (dato aggiornato alla fine di gennaio 2003), che corrispondono al 71% dell'attuale mercato della comunicazione digitale wireless.

Ha l'obiettivo di favorire lo sviluppo globale delle comunicazioni wireless, garantendo il roaming, l'interoperabilità fra operatori, apparati e servizi e favorendo la cooperazione fra gli addetti ai lavori nell'identificazione dei requisiti essenziali da condividere con gli enti normativi nella ricerca delle soluzioni tecnicamente più valide.

Assegnando al suo direttore generale Mauro Sentinelli la carica di "Deputy Chairman", è stata riconosciuta a TIM la leadership tecnologica, su scala mondiale, nell'indirizzare e definire le strategie per lo sviluppo dei servizi radiomobili.

## ■ CONTENZIOSO

Telecom Italia ha proposto due ricorsi innanzi all'Autorità nei confronti di Wind: il primo, relativo alla campagna pubblicitaria su "Canone Zero", è in attesa di decisione; l'altro, con oggetto un messaggio pubblicitario sui servizi in ULL, è stato accolto.

Sono stati inoltre proposti altri due ricorsi innanzi ai Giuristi di autodisciplina pubblicitaria, entrambi accolti, relativi alle campagne di Wind su "Canone Zero" e "Minuto Zero".

Due i procedimenti subiti da Telecom Italia a seguito di iniziative di concorrenti o di consumatori, ancora pendenti.

Con il primo Wind ha segnalato all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato la presunta ingannevolezza dei messaggi diffusi sui siti [www.wireline.telecomitalia.it](http://www.wireline.telecomitalia.it) e [www.aliceadsl.it](http://www.aliceadsl.it) relativi al servizio "Alice" per l'accesso a Internet in tecnologia ADSL, chiedendone la sospensione.

Le contestazioni riguardano l'enfasi attribuita alla velocità "apicale" raggiungibile con l'ADSL, che potrebbe indurre in errore i consumatori sulla velocità effettivamente raggiungibile nella connessione e nella navigazione.

Con il secondo la società Argo Studio Srl ha segnalato la presunta ingannevolezza del messaggio pubblicitario diffuso sul "Corriere della Sera" e relativo al servizio "Alice Time", nel quale non era specificato che si trattava di offerta riservata ai soli clienti residenziali.

Per quanto concerne TIM, nel 2002 sono stati avviati di fronte ad AGCM due procedimenti in materia di pubblicità ingannevole, uno concluso favorevolmente, l'altro in corso. Non è stata irrorata alcuna sanzione e nessuna impugnazione è pendente presso il Giudice Amministrativo avverso i provvedimenti negativi della stessa Autorità. Nell'anno non sono stati avviati, di fronte ad AGCM, nuovi procedimenti istruttori in materia di antitrust.

A livello di Gruppo, i procedimenti istruttori risolti con esito favorevole sono stati 6, più 4 conclusi con la delibera di AGCM di non luogo a procedere; quelli risolti con esito sfavorevole sono stati 3. Le multe conseguenti a procedimenti istruttori in materia di concorrenza sono complessivamente state di 65.000 euro.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	25 LE GENERAZIONI FUTURE
	39 LA COMUNITA'

## LO STATO E LE ISTITUZIONI

Gruppo Telecom Italia (milioni di euro)	2002			2001		
	Totale	Italia	Estero	Totale	Italia	Estero
Oneri sociali e previdenziali	1.199	1.141	58	1.225	1.157	68
Imposte dirette	(716)	(897)	181	925	791	134
Imposte indirette e tasse	115	103	12	120	104	16
Contributi per l'esercizio di attività di TLC	431	383	48	524	472	52
Dividendi	61	61	-	61	61	-
	1.090	791	299	2.855	2.585	270

Nel 2002 il Gruppo Telecom Italia ha versato allo Stato italiano euro 791 milioni e agli Stati esteri euro 299 milioni.

Rispetto al 2001 le imposte dirette (commisurate al reddito di esercizio) diminuiscono di euro 1.641 milioni per gli effetti delle svalutazioni di alcune partecipazioni e del beneficio relativo all'utilizzo delle perdite fiscali pregresse derivanti dalla fusione di Blu in TIM.

I contributi per l'esercizio di attività di telecomunicazioni si riducono per effetto della variazione (dal 2,5% al 2%) dell'aliquota applicata sui ricavi delle società italiane.

Nel 2002 il Gruppo ha ottenuto contributi a fondo perduto dalle sole Pubbliche Amministrazioni italiane, per complessivi 42 milioni di euro (22 milioni di euro nel 2001) di cui, di competenza Telecom Italia SpA, 23 milioni di euro.

### ■ ISTITUZIONI NAZIONALI

Sono proseguiti i rapporti con le istituzioni nazionali (Parlamento e Governo) al fine di rappresentare e far recepire la posizione del Gruppo nelle differenti materie d'interesse nell'iter d'approvazione dei principali atti normativi di iniziativa parlamentare e governativa.

Nel 2002 l'azione nei confronti delle istituzioni centrali si è concretizzata nel supportare le istituzioni competenti (Parlamento, Ministero delle Comunicazioni, Ministero delle Tecnologie, Ministero dell'Economia, Ministero della Funzione Pubblica, ecc.) nella predisposizione di norme nelle materie d'interesse aziendale:

- legge finanziaria e provvedimenti ad essa collegati (fiscale, occupazione, concorrenza);
- legge 166/2002, che ha delegato il Governo ad adottare uno o più decreti legislativi per il recepimento delle Direttive Comunitarie di cui alla Review '99, che riformerà completamente le vigenti disposizioni normative in materia di TLC;
- il Decreto legislativo 198/2002 (cosiddetto "decreto Gasparri") che ha introdotto norme finalizzate ad accelerare la realizzazione e a favorire un'adeguata diffusione delle infrastrutture di telecomunicazioni a livello nazionale.

Con riferimento agli atti di sindacato ispettivo si notano, rispetto all'anno precedente, una riduzione del numero delle interrogazioni/interpellanze rivolte al Gruppo nell'ordine della decina ed un tempo medio di risposta alle interrogazioni di circa quindici giorni. Rispetto al periodo antecedente la privatizzazione si è pressoché dimezzato il numero delle interrogazioni presentate nei confronti del Gruppo.



1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI >>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	25 LE GENERAZIONI FUTURE
	39 LA COMUNITA'

## ■ ENTI LOCALI

Continua il presidio dell'attività normativa di Regioni ed Enti locali – leggi regionali, delibere, ordinanze – e dell'attività delle Autorità locali di regolamentazione su temi quali i lavori per la realizzazione di infrastrutture di rete, l'inquinamento elettromagnetico e la finanza locale. Proseguono le relazioni con le Istituzioni e con le Associazioni delle Autonomie locali e la presentazione delle posizioni di Gruppo presso tali organismi.

## ■ ISTITUZIONI INTERNAZIONALI

### Turchia

In Turchia si sta gestendo, d'intesa con la società IS-TIM, il filing presentato da IS-TIM alla NCA (*National Competition Authority*) nel dicembre 2001, in cui si denunciava, in materia di national roaming, l'abuso di posizione dominante dei due operatori mobili incumbent e si è in attesa di una decisione finale da parte del Competition Board dell'Autorità; si è avviato, inoltre, vista la perdurante inerzia della NRA (*National Regulatory Authority*), un arbitrato internazionale contro NRA.

### Cuba

Per quanto riguarda Cuba, la società partecipata ETECSA cura le relazioni nei confronti del Ministerio de Informatica e Comunicaciones (MIC) che riguardano essenzialmente: piani (di espansione, di qualità, finanziari e tecnici), tariffe e franchigie.

### Bolivia

In Bolivia, si sta elaborando, d'intesa con Entel Bolivia una posizione da rappresentare presso la locale NRA sul tema della ripartizione dei costi del Servizio Universale fra i vari operatori, oggi interamente sopportati dalla stessa Entel e sull'introduzione della competizione sui mercati locali.

### Brasile

In Brasile si sta contribuendo al coordinamento dell'attività regolamentare con la NRA sottesa alla migrazione degli operatori SMC (Serviço Movei Celular) nel servizio SMP (Serviço Movei Personal), attività che comporta la definizione, nel rispetto delle direttive della NRA, di tutti gli elementi idonei alla definizione del servizio (piani tariffari, modalità di accesso al servizio da parte dei clienti, definizione delle specifiche di rete per interconnessione, instradamento, fatturazione, etc.)

### Perù

In Perù si sta elaborando, d'intesa con TIM Perù, una posizione rappresentata presso la locale NRA, su diversi temi, quali l'introduzione della carrier selection da chiamate mobili e dell'orientamento al costo delle tariffe di terminazione mobile.

### Altri Paesi

Per quanto riguarda Venezuela, Cile e Grecia le relazioni con le istituzioni locali sono svolte direttamente da Digital Venezuela, Entel Chile e Stet Hellas.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI &gt;&gt;</b>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	<b>25 LE GENERAZIONI FUTURE</b>
	39 LA COMUNITA'

## LE GENERAZIONI FUTURE

Il rispetto dell'Ambiente, che costituisce parte integrante dell'impegno del Gruppo Telecom Italia nell'adottare la Sostenibilità come uno dei principali valori di riferimento, è compreso fra gli obiettivi strategici dell'Azienda ed è oggetto di continua verifica.

### ■ INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE

L'azienda ha individuato quattro macro temi attraverso i quali misura l'efficacia della propria gestione e definisce i piani di miglioramento della performance:

- la gestione dei rifiuti;
- il consumo di risorse naturali e di energia;
- la qualità dell'aria e i cambiamenti climatici;
- le emissioni elettromagnetiche.

Tutte le informazioni riportate nel seguito sono state ricavate elaborando dati di contabilità gestionale opportunamente riclassificati.

#### ■ La gestione dei rifiuti

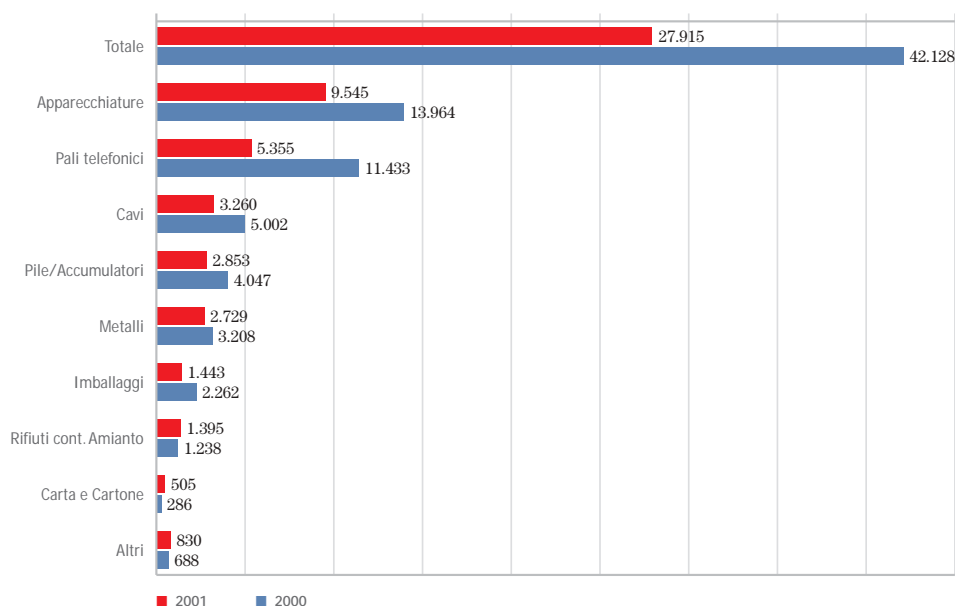
I dati aggiornati relativi alla produzione di rifiuti nel 2002 sono al momento disponibili limitatamente ad alcune realtà. Il processo di consuntivazione è comunque in fase di sviluppo e miglioramento. I rifiuti prodotti da Telecom Italia S.p.A. sono generati dalla costante attività di innovazione e sviluppo delle proprie infrastrutture e dalle attività gestionali accessorie. Dal 1999 i rifiuti, costituiti per la maggior parte da materiali e prodotti per telecomunicazioni, vengono gestiti da una sola azienda a livello nazionale. Nei processi di dismissione vengono privilegiate, ove possibile, le opzioni di riutilizzo e riciclaggio.

Nel 2001<sup>(\*)</sup> il totale di rifiuti prodotti è stato di 27.915 tonnellate, con un decremento di quasi il 34% rispetto all'anno precedente. Rispetto al 2000 si registra una forte diminuzione nella dismissione di apparecchiature e di accumulatori, legati all'attività di dismissione delle centrali telefoniche di tecnologia analogica, e di pali e cavi.

I rifiuti pericolosi hanno rappresentato il 29,7% del totale (contro il 36,9% del 2000) mentre la percentuale di rifiuti destinati al recupero è stata dell'83% (89% nel 2000).

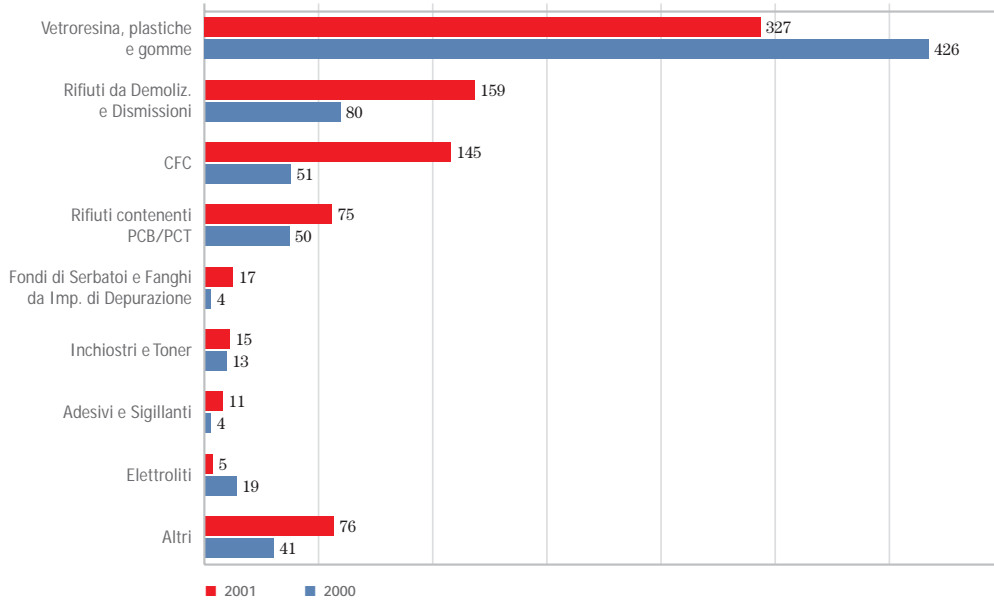
◀ (\*) I dati 2002, attualmente in fase di elaborazione, saranno disponibili con la prossima relazione semestrale 2003.

Rifiuti prodotti da Telecom Italia S.p.A. (Biennio 2000-2001) (tonnellate)

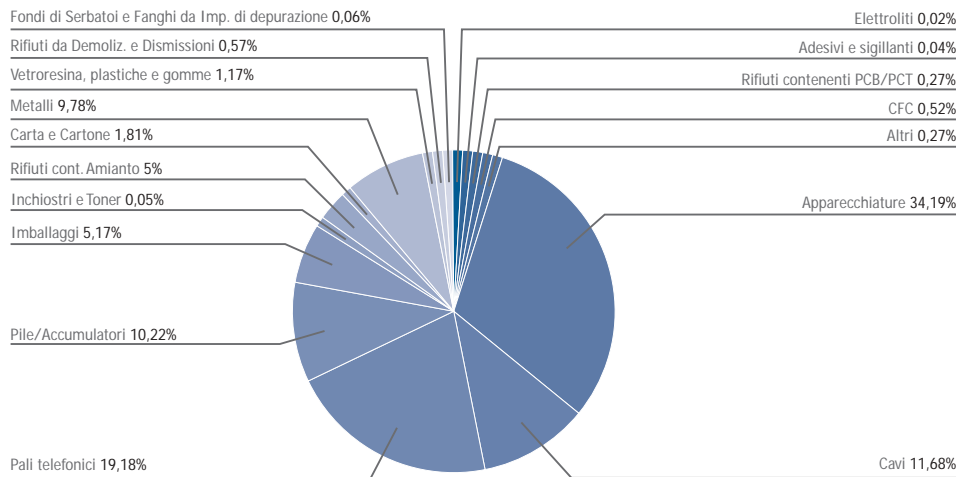


1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI &gt;&gt;</b>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	<b>25 LE GENERAZIONI FUTURE</b>
	39 LA COMUNITA'

**Altri tipi di rifiuti prodotti da Telecom Italia S.p.A. (Biennio 2000-2001)**  
(tonnellate)



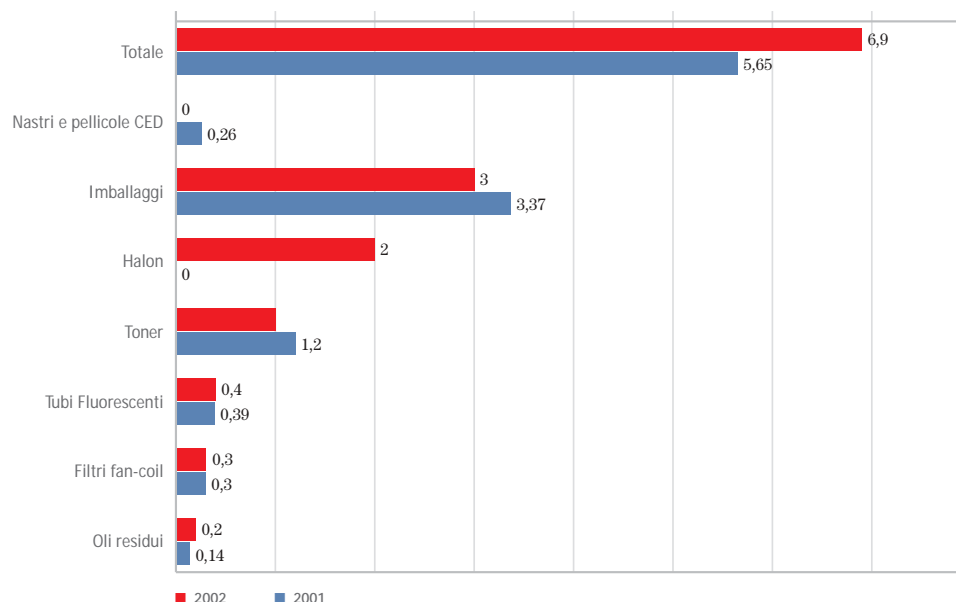
**Tipologie di rifiuti prodotti da Telecom Italia S.p.A. nel 2001**



Nel 2002 Seat S.p.A. ha prodotto 6,9 tonnellate di rifiuti di varia natura: l'incremento del 22% rispetto al 2001 è imputabile principalmente alla campagna di eliminazione del gas halon che è stata effettuata nel 2002 ed è da considerarsi conclusa.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI &gt;&gt;</b>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	<b>25 LE GENERAZIONI FUTURE</b>
	39 LA COMUNITA'

### Rifiuti prodotti da Seat S.p.A. (Biennio 2001-2002)



Non sono ancora disponibili informazioni aggiornate sui rifiuti prodotti da TIM S.p.A.

#### ■ Il consumo di risorse naturali e di energia

Le **risorse naturali** utilizzate direttamente dalle aziende del Gruppo comprendono i materiali impiegati nei processi produttivi dei servizi eserciti direttamente o resi disponibili ad altre società di telecomunicazione, fra cui:

- l'**acqua**, per uso civile.

Nel 2002 il consumo di Telecom Italia S.p.A. è aumentato del 17,7%; quello di TIM S.p.A. è invece diminuito del 28,2%, mentre quello di Seat S.p.A.<sup>(1)</sup> è aumentato di poco più dell'1,6%;

- il **gasolio** e il **gas naturale** usati negli impianti di riscaldamento.

Per quanto riguarda Telecom Italia S.p.A. il consumo di gasolio nel 2002 è diminuito di oltre il 14%, mentre quello di gas naturale è aumentato di poco più del 4,3%; da un punto di vista energetico questo significa una riduzione complessiva dello 0,68% per quanto riguarda i consumi legati al riscaldamento (da 825.151 GJ consumati nel 2001 a 819.540 GJ consumati nel 2002). Grazie al piano di ottimizzazione in corso si prevede di poter ottenere nel 2003 una riduzione del consumo di combustibili per riscaldamento del 3%.

I consumi di gasolio e gas naturale per riscaldamento di TIM S.p.A. nel 2002 hanno subito rispettivamente una riduzione del 4,7% ed un aumento del 29,7% rispetto al 2001. Seat S.p.A. per il riscaldamento delle sedi, le cui utenze sono intestate alla stessa società, utilizza solo gas naturale: nel 2002 il consumo è aumentato dell'1,6%;

- i **combustibili** che alimentano i veicoli dell'autoparco aziendale.

Il consumo dell'autoparco di Telecom Italia S.p.A. è diminuito dell'11,5% circa rispetto al 2001, come conseguenza della diminuzione della consistenza e delle percorrenze. È in corso un progetto che dovrebbe portare nel 2003 ad una riduzione della consistenza dell'autoparco di 4.000 veicoli e all'introduzione di un certo numero di autoveicoli ad alimentazione ibrida (benzina/metano) con l'obiettivo di ridurre le emissioni di specie inquinanti in atmosfera.

Il consumo complessivo dell'autoparco di TIM S.p.A. si è mantenuto pressochè costante; non è possibile operare il confronto per Seat S.p.A. in quanto tale dato non è stato contabilizzato nel 2001.

I dati riportati nei grafici e nelle tabelle sono comprensivi degli automezzi operativi e dei veicoli assegnati a dirigenti e venditori.

(1) I consumi di Seat S.p.A. si riferiscono alle 7 sedi in cui le utenze sono intestate alla società.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI</b> >>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	<b>25 LE GENERAZIONI FUTURE</b>
	39 LA COMUNITA'

L'energia elettrica utilizzata per alimentare le infrastrutture e gli edifici sociali, data la prevalenza della produzione in Italia attraverso la combustione di combustibili fossili (circa il 76%), costituisce un consumo indiretto di risorse naturali.

Per quanto riguarda Telecom Italia S.p.A. circa il 90% dell'energia elettrica acquistata è utilizzata dalla rete di telecomunicazioni. Grazie ad azioni di miglioramento della gestione energetica e dell'efficienza delle infrastrutture sviluppate negli ultimi 3 anni, è stato possibile ottenere una riduzione del consumo di energia elettrica utilizzata per alimentare la rete di telecomunicazioni superiore al 3% su base annua. In particolare nel 2002 la riduzione rispetto all'anno precedente è stata del 3,36%. Le azioni pianificate dovrebbero permettere di mantenere il trend di diminuzione anche per il 2003.

I consumi relativi alle altre strutture aziendali sono diminuiti di oltre il 42%, principalmente per la riduzione del patrimonio immobiliare e l'ottimizzazione dell'uso degli spazi. 127 GWh, pari al 7,4%, sono stati acquistati direttamente da produzione idroelettrica.

Nel 2002 il consumo di energia elettrica di TIM S.p.A. è aumentato del 5,12%. L'azienda sta sperimentando fonti alternative di produzione di energia elettrica per alimentare le Stazioni Radio Base (SRB) mediante produzione fotovoltaica ed eolica. Nel 2002 è stato avviato un programma di realizzazione di 4 SRB in Calabria in grado di produrre totalmente 80 kW. Inoltre è già attivo in Sardegna un impianto di 1,2 kW. Per SRB con potenza di 18 kW si stima un risparmio giornaliero di gasolio pari a 110 litri; ciò riduce significativamente l'immissione di residui inquinanti in atmosfera (polveri, monossido di carbonio, ossido di azoto).

Seat S.p.A. ha incrementato il consumo di energia nel 2002 dell'11,5% rispetto all'anno precedente. L'azienda ha sviluppato un piano di monitoraggio dei consumi per l'individuazione di eventuali anomalie e lo sviluppo di azioni correttive, e un'attività di verifica della situazione illuminotecnica nelle nuove realizzazioni con l'impiego di sistemi che, nel pieno rispetto delle normative, fanno uso di lampade in grado di regolare l'intensità luminosa in funzione del grado di illuminazione naturale.

#### ■ La qualità dell'aria e i cambiamenti climatici

Il contributo del Gruppo Telecom Italia alle emissioni di gas serra, di cui il principale è l'anidride carbonica (CO<sub>2</sub>), è dovuto essenzialmente all'utilizzo dei combustibili per riscaldamento ed autotrazione e, indirettamente, al consumo di energia elettrica.

Nel 2002 da parte di Telecom Italia S.p.A. sono state emesse complessivamente 950.304 tonnellate di CO<sub>2</sub> prodotte direttamente e indirettamente; la riduzione netta stimata rispetto al 2001 è stata di oltre il 13%, che dimostra come le azioni di ottimizzazione dei consumi energetici abbiano permesso all'azienda di dare un apporto significativo, per quanto di propria responsabilità, alla riduzione complessiva di emissioni di gas serra del Paese, funzionale al raggiungimento degli obiettivi previsti dagli accordi di Kyoto e dagli impegni presi dal Governo italiano.

Nello stesso anno TIM S.p.A. e Seat S.p.A.<sup>(2)</sup> hanno prodotto rispettivamente 231.293 t (quantitativo di pochissimo superiore al 2001) e 5.752 t di CO<sub>2</sub>.

Le emissioni di CO<sub>2</sub> sono state calcolate seguendo le indicazioni delle linee guida pubblicate dall'UNEP<sup>(3)</sup> (United Nations Environment Programme) e di quelle sviluppate dall'ETNO (European Telecommunications Network Operators' Association) nell'ambito del Progetto "Climate Change". I dati relativi alle emissioni derivanti dall'uso di energia elettrica sono stati ricavati dal Rapporto Ambientale 2001 pubblicato dall'ENEL.

<sup>(2)</sup> Il confronto con le emissioni di CO<sub>2</sub> nel 2001 da parte di Seat SpA non viene effettuato in quanto alcuni contributi non erano stati contabilizzati.

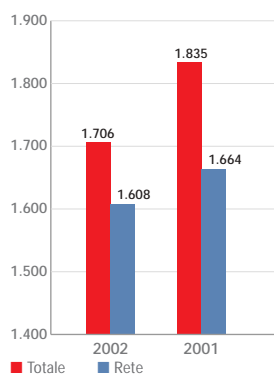
<sup>(3)</sup> The GHG Indicator, edizione 2000.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI &gt;&gt;</b>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	<b>25 LE GENERAZIONI FUTURE</b>
	39 LA COMUNITA'

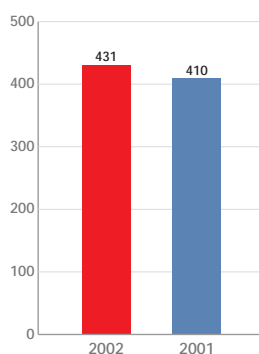
CONSUMO DI ENERGIA ELETTRICA [GWh]	2002	2001
Telecom Italia S.p.A.	1.706	1.835,0
TIM S.p.A.	431	410,0
Seat S.p.A. <sup>(4)</sup>	6	5,4
<b>Totale</b>	<b>2.143</b>	<b>2.250,4</b>

(4) I consumi di Seat S.p.A. si riferiscono alle 7 sedi in cui le utenze sono intestate alla società.

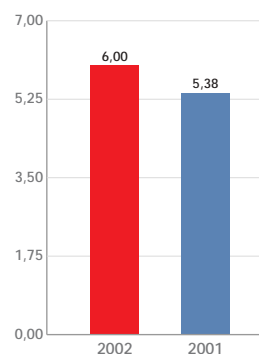
Telecom Italia S.p.A. (GWh)



TIM S.p.A. (GWh)

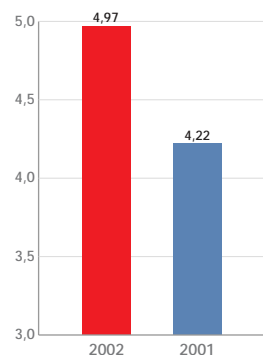


SEAT S.p.A. (GWh)

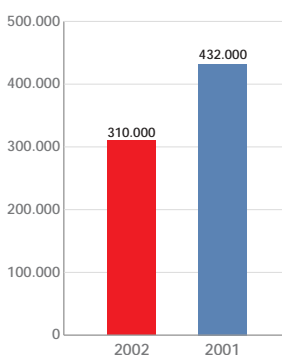


CONSUMO DI ACQUA [m³]	2002	2001
Telecom Italia S.p.A.	4.967.312	4.220.253
TIM S.p.A.	310.000	432.000
Seat S.p.A.	55.000	54.122
<b>Totale</b>	<b>5.332.312</b>	<b>4.706.375</b>

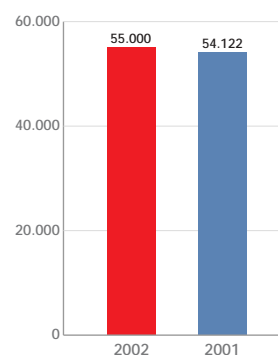
Telecom Italia S.p.A. (milioni di m³)



TIM S.p.A. (m³)



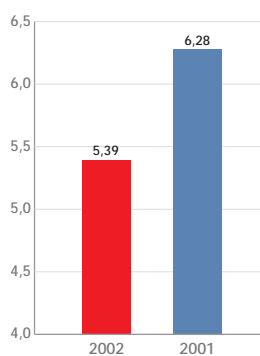
SEAT S.p.A. (m³)



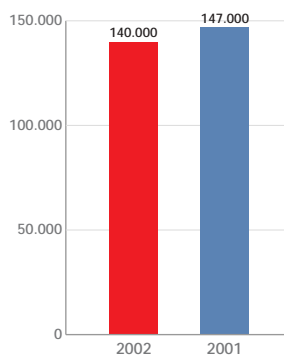
1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI &gt;&gt;</b>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	<b>25 LE GENERAZIONI FUTURE</b>
	39 LA COMUNITA'

CONSUMO DI GASOLIO PER RISCALDAMENTO [litri]	2002	2001
Telecom Italia S.p.A.	5.393.518	6.280.431
TIM S.p.A.	140.000	147.000
Seat S.p.A.	0	0
<b>Totale</b>	<b>5.533.518</b>	<b>6.427.431</b>

Telecom Italia S.p.A. (milioni di litri)

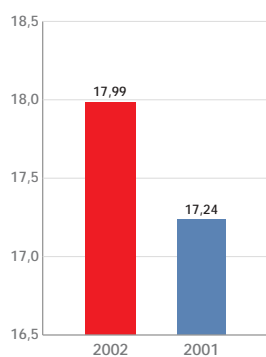


TIM S.p.A. (litri)

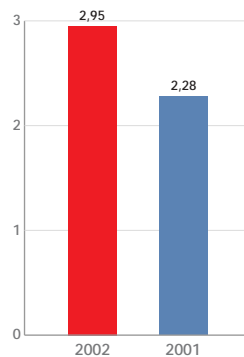


CONSUMO DI GAS NATURALE PER RISCALDAMENTO [m³]	2002	2001
Telecom Italia S.p.A.	17.990.314	17.241.706
TIM S.p.A.	2.950.000	2.275.000
Seat S.p.A.	500.000	411.650
<b>Totale</b>	<b>21.440.314</b>	<b>19.928.356</b>

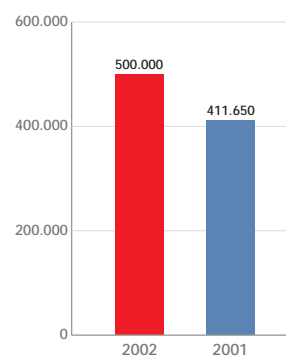
Telecom Italia S.p.A. (milioni di m³)



TIM S.p.A. (milioni di m³)



SEAT S.p.A. (m³)

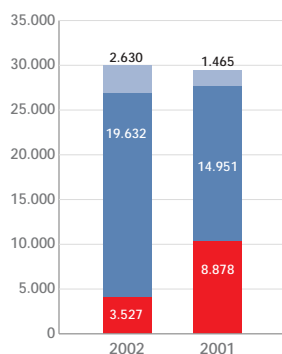


1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI</b> >>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	<b>25 LE GENERAZIONI FUTURE</b>
	39 LA COMUNITA'

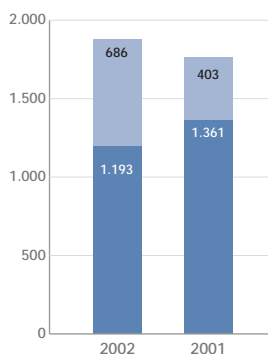
DISTRIBUZIONE AUTOVEICOLI	2002			2001		
	Non catalizzati	Catalizzati	Diesel	Non catalizzati	Catalizzati	Diesel
Telecom Italia S.p.A. <sup>(5)</sup>	3.527	19.632	2.630	8.878	14.951	1.465
TIM S.p.A.	0	1.193	686	0	1.361	403
Seat S.p.A.	0	145	136	0	162	102
<b>Totale</b>	<b>3.527</b>	<b>20.970</b>	<b>3.452</b>	<b>8.878</b>	<b>16.474</b>	<b>1.970</b>

(5) La consistenza reale dell'autoparco, cioè il numero di veicoli effettivamente operativi, nel 2002 è stata di 24.346 veicoli rispetto ad un totale dichiarato di 25.789, che corrisponde ad una riduzione del 5,6%; il disallineamento è dovuto ai tempi relativi alla consegna/dismissione dei veicoli stessi.

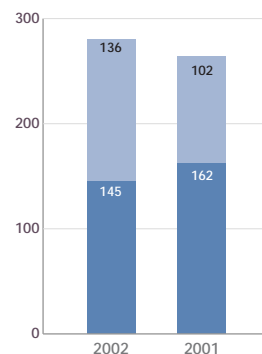
Telecom Italia S.p.A.



TIM S.p.A.



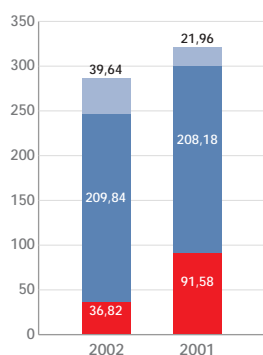
SEAT S.p.A.



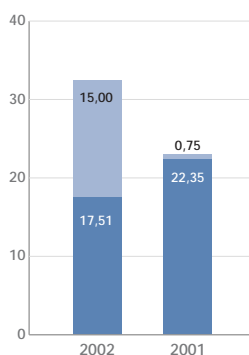
■ Veicoli diesel  
■ Veicoli catalizzati  
■ Veicoli non catalizzati

PERCORRENZA AUTOVEICOLI [km]	2002			2001		
	Non catalizzati	Catalizzati	Diesel	Non catalizzati	Catalizzati	Diesel
Telecom Italia S.p.A.	36.820.000	209.840.000	39.640.000	91.575.000	208.177.000	21.962.000
TIM S.p.A.	0	17.510.000	15.004.000	0	22.352.000	750.000
Seat S.p.A.	0	3.200.000	3.000.000	0	non cont.	non cont.
<b>Totale</b>	<b>36.820.000</b>	<b>230.550.000</b>	<b>57.644.000</b>	<b>91.575.000</b>	<b>230.529.000</b>	<b>22.712.000</b>

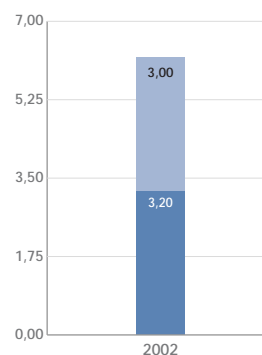
Telecom Italia S.p.A. (milioni di km)



TIM S.p.A. (milioni di km)



SEAT S.p.A. (milioni di km)



■ Totale km diesel  
■ Totale km catalizzati  
■ Totale km non catalizzati

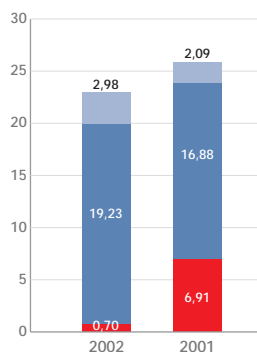


1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI &gt;&gt;</b>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	<b>25 LE GENERAZIONI FUTURE</b>
	39 LA COMUNITA'

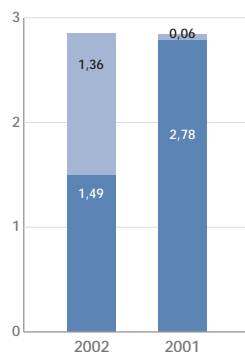
### CONSUMO COMBUSTIBILI PER AUTOTRAZIONE [litri]

	2002			2001		
	Benzina Super	Benzina s/p	Gasolio	Benzina Super	Benzina s/p	Gasolio
Telecom Italia S.p.A.	700.000	19.230.000	2.980.000	6.905.500	16.884.202	2.088.339
TIM S.p.A.	0	1.485.714	1.362.353	0	2.780.000	60.000
Seat S.p.A.	0	400.000	200.000	0	non cont.	non cont.
<b>Totale</b>	<b>700.000</b>	<b>21.115.714</b>	<b>4.542.353</b>	<b>6.905.500</b>	<b>19.664.202</b>	<b>2.148.339</b>

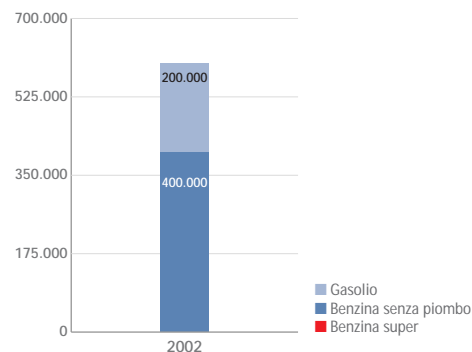
Telecom Italia S.p.A. (milioni di litri)



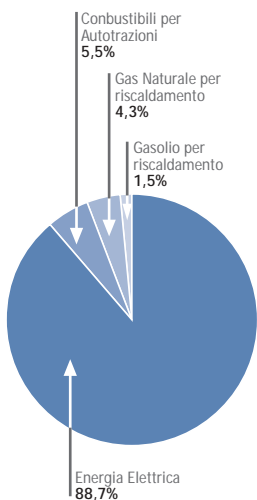
TIM S.p.A. (milioni di litri)



SEAT S.p.A. (litri)



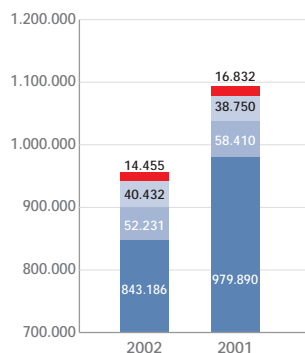
### Contributi % di emissioni di CO<sub>2</sub> di Telecom Italia S.p.A.



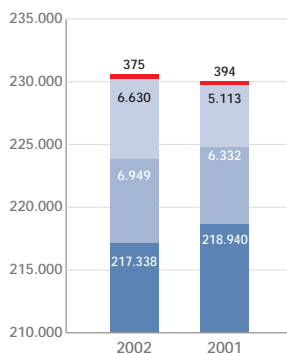
### EMISSIONI DI CO<sub>2</sub> [t]

	2002			2001		
	Energia Elettrica	Combust. per risc.	Combust. per auto	Energia Elettrica	Combust. per risc.	Combust. per auto
Telecom Italia S.p.A.	843.186	54.887	52.231	979.890	55.582	58.410
TIM S.p.A.	217.338	7.005	6.949	218.940	5.507	6.332
Seat S.p.A.	3.204	1.124	1.424	2.873	925	non cont.
<b>Totale</b>	<b>1.063.728</b>	<b>63.016</b>	<b>60.604</b>	<b>1.201.703</b>	<b>62.014</b>	<b>64.742</b>

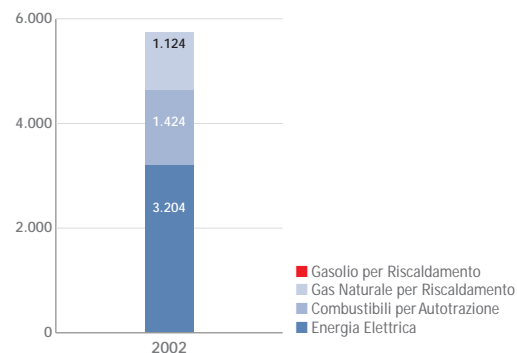
Telecom Italia S.p.A. (dirette-indirette) [t]



TIM S.p.A. (dirette-indirette) [t]



SEAT S.p.A. (dirette-indirette) [t]



1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI</b> >>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	<b>25 LE GENERAZIONI FUTURE</b>
	39 LA COMUNITA'

#### ■ Le emissioni elettromagnetiche

L'attenzione del Gruppo Telecom Italia al tema delle emissioni elettromagnetiche si può riassumere nei seguenti impegni ed azioni:

- l'assoluto rispetto della normativa vigente nei paesi in cui opera. Si ricorda che la legge italiana in merito è particolarmente rigorosa. Il processo aziendale si snoda attraverso una gestione accurata della progettazione, della scelta dei luoghi e dell'installazione degli impianti. In particolare, ogni antenna di trasmissione viene protetta in maniera tale da non permettere l'accesso da parte della popolazione nelle zone nelle quali potrebbero essere superati i valori di esposizione ammessi ("volume di rispetto").
- La gestione attenta ed accurata dei propri impianti, durante tutto il ciclo di vita, nel rispetto di ulteriori standard interni di efficienza e di sicurezza.
- L'uso e la ricerca costante di strumenti tecnologici all'avanguardia per l'attività di controllo e verifica.

In particolare, per quanto riguarda il GSM, è in fase di avanzato sviluppo una procedura di monitoraggio della frazione di potenza emessa rispetto alla potenza massima nominale, ricavando i dati sperimentali da misure che fluiscono sul collegamento fra le stazioni radio base e i rispettivi controllori (BSC). Successivamente verrà valutata la possibile diffusione di tale applicazione su scala nazionale.

Per l'UMTS, è in fase di affinamento la definizione di metodologie di analisi e simulazione per la stima della potenza radioelettrica in vari ambienti propagativi e scenari di traffico multimediale. I primi risultati sono stati già presentati in vari convegni internazionali.

La tecnologia sviluppata da TILAB per la misura della potenza a radiofrequenza generata da una stazione radio base sarà fra breve integrata da un sensore che consentirà la misura diretta del campo elettromagnetico immesso nell'ambiente. Tale tecnologia, in fase di brevetto, dovrebbe risultare più economica rispetto alle soluzioni attualmente disponibili.

Inoltre il monitoraggio puntuale è presente all'interno dei programmi citati sopra.

Nel 2002 TIM ha sottoposto a verifica 2.896 impianti di trasmissione su 4.059.

Per quanto riguarda i terminali radiomobili commercializzati attraverso la propria rete commerciale, TIM opera una selezione basata sul livello di innovazione tecnologica e sulle misure di Standard Absorption Rate (SAR)<sup>(6)</sup>, per garantire livelli di emissione elettromagnetica ridotti.

- La collaborazione ed il sostegno agli studi sul fronte medico-scientifico. In particolare Telecom Italia S.p.A. ha promosso, in collaborazione con alcune università italiane e con vari organismi nazionali ed internazionali, indagini finalizzate a verificare i valori di emissione delle radiazioni elettromagnetiche e i loro possibili effetti. Tali indagini hanno confermato che i valori dei campi elettromagnetici generati dalle apparecchiature gestite dal Gruppo Telecom Italia in Italia rientrano nei limiti previsti dalle normative vigenti e che, allo stato delle attuali conoscenze, non risultano associati rischi a livello biologico.

<sup>(6)</sup> Misura sperimentale dell'assorbimento dell'energia associata alle radiazioni elettromagnetiche da parte dei tessuti biologici.

#### ■ LA GESTIONE AMBIENTALE

Gli impatti dell'azienda nei confronti dell'ambiente sono individuati, controllati e governati mediante appositi strumenti gestionali e, presso alcune realtà aziendali, è stato già sviluppato o è in fase di sviluppo un Sistema di Gestione Ambientale (SGA), la cui implementazione costituisce un obiettivo da estendere progressivamente a tutta l'azienda.

**Telecom Italia Lab** ha sviluppato un Sistema integrato per la gestione dell'Ambiente, in conformità alla Norma UNI EN ISO 14001, e per la gestione della Sicurezza che fa riferimento alla Norma OHSAS 18001. Il Sistema di Gestione Ambientale ha ottenuto la certificazione da parte del DNV (Det Norske Veritas, ente certificatore operante a livello internazionale) nel 2001. Il Sistema copre le sedi di Torino, per un totale di circa 1100 dipendenti; nel 2002 la gestione dello stesso ha comportato un impegno di personale pari a 1,5 anni/persona.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI</b> >>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	<b>25 LE GENERAZIONI FUTURE</b>
	39 LA COMUNITA'

È in fase di completamento il progetto di Certificazione in base alla Norma UNI EN ISO 14001 del Sistema di Gestione Ambientale della **Funzione Rete** della Business Unit **Domestic Wireline** (DW). Nel 2002 si sono svolte le verifiche dell'Ente di Certificazione IMQ-CSQ, tutte con esito positivo, presso le strutture territoriali di rete Centro 2 (che copre Lazio, Abruzzo, Molise e Sardegna), Milano, Centro-Nord (che copre Emilia Romagna, Marche e Umbria), Sud 2 (che copre Calabria e Sicilia), Piemonte-Valle d'Aosta, più la Funzione centrale di Rete SQ che coordina il Progetto.

Gli Audit presso le rimanenti strutture si concluderanno entro il mese di Luglio 2003. Al termine del progetto, tutti i certificati emessi per le strutture singolarmente certificate confluiranno in un unico certificato ISO 14001 valevole per tutta la Funzione Rete.

TIM sta proseguendo il progetto, iniziato nel 2001, di implementazione e certificazione del Sistema integrato per la Gestione della Qualità e dell'Ambiente, sviluppati rispettivamente in conformità alla Norma UNI EN ISO 9001 e UNI EN ISO 14001 presso le proprie organizzazioni territoriali della Funzione Rete. Ad oggi hanno ottenuto la certificazione, rilasciata da IMQ-CSQ, le organizzazioni di Rete di Piemonte, Liguria, Valle d'Aosta, Calabria e Sicilia; si prevede di estendere la certificazione a Campania, Basilicata e Puglia entro il mese di Aprile 2003. Il progetto sarà completato nel 2004.

È stato avviato un piano di monitoraggio del consumo di risorse naturali e di energia (in coerenza con lo sviluppo del SGA) ed un piano di riduzione della produzione di rifiuti. In particolare tale attività riguarda la riduzione complessiva del numero di accumulatori al piombo utilizzati (l'obiettivo è una riduzione percentuale dell'1-2%). Presso le organizzazioni certificate è stata attivata la raccolta differenziata di carta e toner.

Inoltre presso tali organizzazioni è stato avviato un programma di comunicazione che ha coinvolto tutto il personale attraverso una comunicazione sull'*house organ* TIMTAMTAM, sull'Intranet aziendale e tutti gli enti locali e i fornitori delle organizzazioni territoriali coinvolte. È programmato un momento comunicativo sulle tematiche ambientali che interesserà la stampa nazionale e locale, nonché le autorità interessate.

Sono state realizzate iniziative mirate alla riduzione dell'impatto visivo delle SRB al fine di migliorare l'integrazione degli impianti sul territorio. Particolare attenzione viene rivolta alla tutela dei beni culturali: ad esempio le stazioni presenti a palazzo Ducale a Genova e palazzo dei Normanni a Palermo sono state opportunamente mimetizzate ed adattate per conservare il più possibile l'integrità architettonica ed estetica dei citati siti di interesse storico-culturale su cui sono state installate. TIM si propone di divulgare le informazioni sulla propria gestione ambientale per promuovere la fiducia e la soddisfazione dei propri clienti e delle comunità in genere, di diffondere la politica ambientale tra i fornitori e di sviluppare un rapporto collaborativo con le pubbliche amministrazioni.

#### ■ Gli elenchi telefonici

Nel 2002 sono state stampate 30.500.000 copie di elenchi telefonici, con un utilizzo di 43.500 tonnellate di carta e 25.200.000 copie di Pagine Gialle che hanno richiesto 26.500 tonnellate di carta. Il totale, pari a 70.000 tonnellate, rappresenta una riduzione del 2,8% rispetto al 2001. La stampa degli elenchi telefonici e delle Pagine Gialle avviene su carta riciclata avente un contenuto di fibra riciclata pari al 40% per i primi e al 30% per le seconde. Inoltre il **Gruppo Seat** provvede al recupero dei vecchi elenchi da destinare al macero da cui viene recuperata carta da reinserire nel ciclo produttivo. Nel 2002 è stato recuperato il 70% degli elenchi telefonici ed il 67% delle Pagine Gialle. Va inoltre segnalato che si stanno sviluppando i nuovi prodotti su piattaforme multimediali, con conseguente contenimento dei fabbisogni industriali tanto di carta quanto di additivi di natura chimica. Per il 2003 l'azienda prevede un'ulteriore riduzione del 2% del quantitativo di carta utilizzata per la stampa degli elenchi telefonici e delle Pagine Gialle.

#### ■ La ricerca ambientale

Le attività di ricerca a carattere ambientale sono effettuate, per conto delle Società del Gruppo, principalmente da Telecom Italia Lab (società interamente controllata da Telecom Italia S.p.A.).

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI</b> >>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	<b>25 LE GENERAZIONI FUTURE</b>
	39 LA COMUNITA'

Nel 2002 sono state svolte alcune attività effettuate all'interno dell' Environment Lab:

- a) valutazione dell'esposizione ai campi elettromagnetici e sicurezza elettrica in ambienti di lavoro Telecom Italia e verifica delle prestazioni elettroacustiche delle cuffie per posto operatore;
- b) valutazione di tecnologie e fornitori in grado di minimizzare l'impatto ambientale dei prodotti (apparati elettronici, telefoni, pali e materiali di rete) e dei processi di Telecom Italia;
- c) analisi di fattibilità su un sistema di telemonitoraggio ambientale in grado di sfruttare le potenzialità della rete, sia fissa che mobile, garantendo, a costi contenuti, misure di buona qualità;
- d) sviluppo di strumenti per l'ottimizzazione della gestione energetica;
- e) attività di studio sui campi elettromagnetici, strutturata in tre aree, che coprono:
  - la dosimetria, cioè le attività funzionali alla valutazione sperimentale del Tasso di Assorbimento Specifico (SAR), alla qualificazione dei telefoni cellulari e allo sviluppo di contributi per la stesura/revisione delle normative nazionali e internazionali del settore;
  - la teoria elettromagnetica, che ha l'obiettivo di analizzare la risposta della cellula investita da un campo elettromagnetico e di calcolare le distribuzioni di campo all'interno della testa umana alle frequenze UMTS. Comprende anche le attività a carattere teorico per la calibrazione dei banchi di esposizione, utilizzati nella sperimentazione biologica;
  - lo studio e la sperimentazione degli effetti fisiologici e a livello cellulare dei campi elettromagnetici alle frequenze della telefonia mobile.

#### ■ Controllo serbatoi stoccaggio combustibili

Le aziende del Gruppo possiedono serbatoi atti a contenere il combustibile (gasolio), utilizzato sia per il riscaldamento delle proprie sedi che per alimentare i gruppi elettrogeni. Tali serbatoi sono oggetto di controlli periodici per assicurarne l'integrità onde prevenire il rilascio di gasolio con conseguente inquinamento del suolo.

Nel 2002:

- Telecom Italia S.p.A. ha controllato 420 serbatoi senza che venisse riscontrata alcuna anomalia;
- i 26 serbatoi di TIM, che sono soggetti a manutenzione programmata, non hanno richiesto altri interventi;
- i 2 serbatoi di Seat S.p.A. sono stati controllati e risultati privi di anomalie.

#### ■ Interventi sui gruppi elettrogeni

L'adeguamento alle normative, in particolare sul rumore e sulle emissioni in atmosfera, impone, oltre a manutenzione e controllo accurati, anche lo spegnimento e/o la sostituzione dei gruppi elettrogeni non più rispondenti alle esigenze di servizio e/o ad adeguate caratteristiche funzionali. Tali gruppi sono utilizzati essenzialmente in funzione di backup dell'alimentazione dalla rete elettrica.

Nel 2002 sono stati sottoposti a verifica 123 gruppi elettrogeni di Telecom Italia S.p.A.; uno è stato sostituito.

Sempre nel 2002 TIM ha sottoposto a verifica 8 gruppi elettrogeni.

Seat S.p.A. possiede 2 gruppi elettrogeni sottoposti a contratti di manutenzione programmata; entrambi sono stati controllati nel 2002.

#### ■ Protezione Civile

Per mantenere sempre più efficienti le infrastrutture dedicate alle attività di Protezione Civile e, contestualmente, tendere ad un miglioramento continuo sia in termini qualitativi che quantitativi delle stesse, è necessario promuovere un costante sviluppo del processo di Crisis Management.

Pertanto, il *Piano di Emergenza di Difesa e Protezione Civile di Telecom Italia* è oggetto di aggiornamenti molto frequenti per essere sempre al passo con le esigenze esterne ed in linea con le evoluzioni organizzative interne (composizione dei Crisis Team, manutenzione delle Sale Polifunzionali, programmi di formazione, esercitazioni pratiche a livello nazionale e locale con il Dipartimento di Protezione Civile).

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI</b> >>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	<b>25 LE GENERAZIONI FUTURE</b>
	39 LA COMUNITA'

Il sistema informativo *CI.PRO. (Civil Protection)*, costituito da una banca dati che fornisce la mappatura delle aree geografiche a rischio e la dislocazione sul territorio delle risorse necessarie per affrontare le emergenze, è stato implementato con una cartografia più dettagliata ed è disponibile in rete per tutto il Gruppo, con la possibilità di utilizzi specifici e personalizzati, diventando così un prezioso supporto ai processi decisionali nelle situazioni di crisi. La versatilità e la facilità di accesso al sistema, rendono *CI.PRO.* anche un prodotto di interesse commerciale per Enti ed Organizzazioni interessati alla materia.

L'emissione di *schede telefoniche* (es.: prevenzione sugli incendi boschivi – estate 2002) e la presenza a *manifestazioni e convegni* contribuisce a divulgare maggiormente l'impegno di Telecom Italia in tema di protezione civile.

L'insieme di tutte le attività sopra descritte, unitamente al prezioso contributo del personale coinvolto, ha consentito a Telecom Italia di svolgere adeguatamente il ruolo istituzionalmente delegato, soprattutto

- in occasione del *summit NATO - Russia*, dove il Gruppo ha curato, in ogni dettaglio ed in tempi estremamente ridotti, la realizzazione/implementazione delle complesse infrastrutture di TLC presso l'aeroporto militare di Pratica di Mare;
- al manifestarsi delle diverse calamità naturali che hanno colpito l'Italia nel corso del 2002. In particolare, il terremoto del *Molise* ha messo a dura prova le strutture territoriali e centrali coinvolte, soprattutto per il sovrapporsi, nella circostanza, di altri devastanti fenomeni quali le alluvioni nel Nord e l'attività vulcanica dell'Etna che, nel complesso, hanno richiesto un impegno estremamente gravoso di risorse e di mezzi per ripristinare le reti di TLC nazionali gravemente danneggiate.

In entrambe le situazioni, gli sforzi profusi sono stati riconosciuti e notevolmente apprezzati, sia da parte di Rappresentanti di Enti dello Stato, quali soprattutto il Dipartimento di Protezione Civile, che da parte di altri organismi quali le Organizzazioni di soccorso.

#### ■ Salute e Sicurezza.

Telecom Italia S.p.A.

Sistema di Gestione della Sicurezza sul Lavoro

Telecom Italia ha proseguito nel corso del 2002 le attività volte allo sviluppo del SGSL attraverso:

- definizione della politica aziendale di prevenzione;
- definizione degli obiettivi di Salute e Sicurezza sul Lavoro (SSL) e redazione del relativo programma per il loro raggiungimento, che ha comportato:
  - il completamento e la definizione delle principali procedure per la valutazione preventiva dei rischi per la SSL nell'introdurre nuove attrezzature di lavoro, sostanze o preparati chimici, sistemare luoghi di lavoro, modificare l'organizzazione o i metodi di lavoro;
  - l'elaborazione delle statistiche degli infortuni sul lavoro;
  - la definizione di un sistema di deleghe in materia di SSL;
  - la sensibilizzazione delle "Figure chiave" sulle tematiche di SSL;
  - l'informazione e formazione di tutti i lavoratori esposti a rischi specifici.

#### Formazione

Nell'ambito della formazione in materia di sicurezza e salute sul lavoro, la quota direttamente erogata dal Servizio di Prevenzione, Protezione e Ambiente supera le 24.000 ore. Tra le tematiche trattate vi sono:

- formazione per gli addetti alla gestione delle emergenze e all'assistenza disabili;
- formazione specialistica a seguito dell'introduzione di nuove tecnologie e procedure di sicurezza;
- formazione di base per il personale neoassunto;
- formazione sui contenuti del Dlgs. 626/94 e della legislazione collegata;
- formazione su rischi specifici e SGSL.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI &gt;&gt;</b>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	<b>25 LE GENERAZIONI FUTURE</b>
	39 LA COMUNITA'

### Monitoraggio

A seguito della conclusa attività di caratterizzazione dei livelli di esposizione professionale ai campi elettromagnetici del personale che opera sulle strutture porta-antenne, nel corso del 2002 è stata avviata il programma triennale relativo all'attività di monitoraggio dei livelli stessi. I rilievi effettuati hanno riguardato circa 150 siti.

### TIM S.p.A.

Le attività condotte da TIM al riguardo sono le seguenti:

- Progettazione e realizzazione di un Sistema di Gestione Salute e Sicurezza conforme alla Norma BSI-OHSAS 18001, nell'ambito dell'Area Territoriale Nord-Est.
- Analisi della realtà organizzativa aziendale, successivo sviluppo di un sistema documentale procedurale e normativo, necessario ad implementare l'SGS.
- Definizione della politica aziendale "Safety and Health", dei contenuti di un programma di miglioramento, relativi obiettivi, tempi, indicatori, risorse e responsabilità coinvolte atto a mantenere, monitorare ed elevare i livelli di sicurezza raggiunti.
- Organizzazione e realizzazione di un programma di formazione, destinato a tutto il personale dell'Area Territoriale Nord-Est sull' "intero" Sistema di Gestione della Sicurezza.
- La valutazione dell'efficacia e corretta applicazione del SGS attraverso Audit periodici mediante visite ispettive interne ed esterne.

Per quanto riguarda l'attività formativa, sono state condotte:

- formazione di base rivolta a tutte le figure professionali aziendali di nuova assunzione (proveniente dall'esterno o da altra Società del Gruppo) e cambio mansioni.
- Formazione specialistica per introduzione di nuove tecnologie/modalità operative, normative e procedure di sicurezza.
- Formazione per personale interinale in ambito Direzione Generale e Territorio.
- Formazione relativa al Sistema di Gestione della Salute e Sicurezza.
- Formazione rivolta agli Addetti alle Emergenze.

Sono state effettuate 600 ispezioni su base nazionale condotte dal Servizio di Prevenzione e Protezione. Il dato rappresenta circa il 7% dei siti potenzialmente interessati da verifiche (tenuto anche conto delle nuove acquisizioni di BLU).

Al fine di monitorare costantemente il rispetto delle condizioni di lavoro sono state emesse procedure operative e norme attuative riguardanti la segnalazione delle anomalie, ai fini della sicurezza sul lavoro, dei locali, degli impianti, dell'attrezzatura, dei materiali e dei mezzi protettivi, la misurazione e il monitoraggio delle prestazioni in materia di sicurezza e salute, le verifiche periodiche di prevenzione legate alla sicurezza ed igiene del lavoro e l'utilizzo del posto/ambiente di lavoro dotato di Videotermine (VDT).

È stata effettuata una Campagna sanitaria rivolta ai lavoratori addetti a VDT che ha interessato 391 dipendenti. Sono state svolte indagini ambientali indoor presso le Sedi di Padova - S. Barbara e Roma - Tiburtina.

### Seat S.p.A.

Per la sicurezza sul lavoro sono stati effettuati i corsi di formazione previsti dal Dlgs. 626/94 e dal DM 10/3/98, rivolti ai Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS) e agli addetti alla prevenzione incendi, evacuazione e pronto soccorso.

Presso Seat è attivo un monitoraggio continuo delle condizioni di lavoro, che prevede sopralluoghi in tutte le sedi. In funzione di tale attività di controllo vengono definite ed attuate opportune modifiche ed implementazioni utili al rilascio del Certificato Prevenzione Incendi (CPI) ove occorre.

Sulla base del "documento di valutazione dei rischi", di concerto con il medico competente, si sono effettuati i sopralluoghi previsti dal Dlgs. 626/94 e successive modificazioni. Tutte le 18 sedi aziendali vengono visitate almeno una volta all'anno, ad eccezione di casi particolari segnalati.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI &gt;&gt;</b>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	<b>25 LE GENERAZIONI FUTURE</b>
	39 LA COMUNITA'

Il personale operante a videoterminale è sottoposto a vigilanza sanitaria come previsto dal Dlgs 626/94 ex art. 55. Le visite effettuate nel 2002 hanno riguardato a Torino 99 operatori e a Roma (Tin.it) 159 operatori.

È presente un consulente che supporta la struttura interna del Servizio di Prevenzione e Protezione; è in fase di installazione un software destinato allo "space planning and management", che fornirà un efficace supporto anche in questo settore.

Dati sugli infortuni:

	Telecom Italia	TIM	Seat
Numero infortuni	1056 *	119 **	48 ***
Indice di gravità	0,33	0,19	-
Indice di frequenza	11,47	9,12	-
Durata media assenza	154,67	112,15	-
Indice di improduttività	1,77	1,05	-
% lavoratori infortunati (risp. al totale)	1,71	1,2	-

\* 924 nel 2001

\*\* 124 nel 2001

\*\*\* 29 nel 2001

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI &gt;&gt;</b>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	25 LE GENERAZIONI FUTURE
	<b>39 LA COMUNITÀ</b>

## LA COMUNITÀ

Il contributo delle società del Gruppo Telecom Italia agli stakeholder Comunità e Generazioni Future è stato nel 2002 di euro 120,885 milioni (nel 2001 euro 77,212 milioni) pari all'1,6% del Risultato Operativo di Gruppo.

Tale contributo è stato calcolato utilizzando dati di contabilità gestionale opportunamente riclassificati e rappresenta una parziale stima quantitativa del costo di tali interventi contabilizzati civilisticamente secondo diversi criteri.

### CLASSIFICAZIONE DEL CONTRIBUTO SUL MODELLO LONDON BENCHMARKING GROUP

Il London Benchmarking Group (LBG), fondato nel 1994, è attualmente costituito da 74 grandi società internazionali e rappresenta, al momento, il punto di riferimento europeo nell'evoluzione della rendicontazione socio-ambientale.

Tale modello riclassifica i contributi erogati sulla base di 4 diverse categorie. La rappresentazione a piramide riflette la possibilità di misurare i benefici e i ritorni di business derivanti dalle diverse attività:

- alla base della piramide, il ritorno è facilmente misurabile poiché connesso al core business;
- all'apice, le attività di erogazione sono strettamente connaturate al senso di responsabilità sociale o morale del Gruppo.

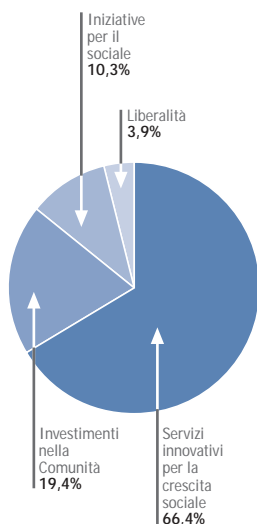
La catalogazione nelle quattro categorie proposte dal modello LBG non è agevole in quanto lo stesso intervento può avere valenze diverse e multiple. Come criterio generale si è prediletta la paragonabilità con gli anni precedenti.

La classificazione secondo tale modello, rispetto al 2001, vede un incremento generale del contributo, per effetto dell'introduzione di un sistema di rilevazione più analitico. Il peso di ciascuna categoria resta comunque sostanzialmente uguale a quello del 2001.

Schema LBG  
(euro milioni)



Ripartizione del contributo alla Comunità del Gruppo Telecom Italia euro 120,885 milioni



#### Voci prescelte per la formazione delle categorie sul modello LBG

<b>Liberalità</b>	Contributi per Associazioni ed erogazioni liberali Donazioni Iniziative CRALT di carattere umanitario
<b>Investimenti nella Comunità</b>	Borse di studio, stage Iniziative su scuola e lavoro Investimenti a sfondo sociale Sviluppo Gestione Ambientale Emissioni elettromagnetiche - monitoraggio e misurazione Sistema Gestione della Sicurezza - miglioramento Ricerca per Ambiente e Sicurezza Interventi per risparmio energetico Piani territoriali di sicurezza Protezione Civile
<b>Iniziative per il sociale</b>	Progetti a sfondo sociale a breve termine Eventi legati alla solidarietà e salute Eventi culturali, artistici, sportivi
<b>Servizi innovativi per la crescita sociale</b>	Attività di ricerca e sviluppo per servizi innovativi Sostegno alla ricerca universitaria Progetti di innovazione tecnologica Iniziative e progetti per la crescita del sistema sociale Progetto piattaforma e-learning



1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI</b> >>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	25 LE GENERAZIONI FUTURE
	<b>39 LA COMUNITA'</b>

## ■ Liberalità

### Domestic Wireline/Corporate

Numerose le erogazioni a sostegno di iniziative, fondazioni ed associazioni quali Telefono Azzurro, AIRC (Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro), Telethon, Comunità di San Patrignano. Atesia ha curato, attraverso un Numero Verde, la gestione delle donazioni erogate in occasione dell'evento sportivo "La partita del cuore" il cui provento è stato devoluto ad associazioni no-profit. Intelcom S. Marino ha donato un pulmino per disabili.

### Mobile

#### – Terremoto Molise:

TIM ha partecipato alle iniziative di solidarietà per la popolazione colpita dal terremoto invitando, nei giorni dal 5 all'11 novembre, tutti i propri clienti GSM ad inviare un SMS al numero 4466 al costo di un euro. L'intero ricavato è stato devoluto all'assistenza delle famiglie molisane colpite dal sisma.

#### – Progetto Perù:

TIM e i suoi dipendenti hanno sostenuto, per tutto il 2002, il progetto dell'Ufficio dei Diritti Umani presso la Caritas di Lima, finalizzato ad aiutare più di 4 mila persone, vittime della violenza in famiglia, che hanno beneficiato di assistenza sanitaria, legale, psicologica e di corsi di formazione professionale.

I dipendenti hanno avuto la possibilità di disporre i versamenti accedendo alla rete intranet aziendale e compilando un apposito modulo con il quale autorizzavano la successiva detrazione in busta paga. Tale somma è andata ad integrare quanto versato direttamente da TIM.

#### – Telethon contro la distrofia muscolare e le altre malattie genetiche:

i clienti di TIM hanno effettuato la loro donazione inviando un SMS al numero 44644, al costo di 1 euro IVA inclusa. A Telethon è pervenuto quindi un importo netto di 0,833 euro per ogni messaggio inviato. TIM ha predisposto inoltre dei messaggi "TIM informa" relativi all'iniziativa benefica: chiunque abbia aderito alla sottoscrizione a favore di Telethon lo ha potuto fare, a partire dal 5 dicembre 2002, rispondendo affermativamente al messaggio ricevuto.

#### – AIRC:

"la ricerca aspetta un tuo messaggio": TIM ha partecipato a tale iniziativa, rivolta ai clienti *consumer*, versando 1 euro per tutti i propri dipendenti in possesso di cellulare di servizio impossibilitati ad inviare SMS per effettuare la donazione;

#### – supporto ad alcune organizzazioni no-profit (ELEPAP, organizzazione per l'assistenza ai bambini disabili, Child's Smile e Make A Wish Foundation) e donazione, da parte di Stet Hellas, di infrastrutture di telecomunicazione agli ospedali di Evros, una delle regioni più depresse della Grecia, oltre all'aiuto fornito alla regione del Dodecaneso, colpita da un disastro naturale, nella realizzazione di infrastrutture scolastiche in 12 isole;

#### – acquisto di attrezzature ospedaliere per il reparto di oncologia infantile del Baleia Hospital (Brasile) da parte del Gruppo TIM Maxitel;

#### – donazione di schede prepagate e SIM Card ai Vigili del Fuoco in Perù, per facilitare il loro lavoro per la comunità, da parte di TIM Perù;

#### – partnership del Gruppo TIM Tele Celular Sul con Pastoral da Criança (istituzione internazionalmente nota per i risultati ottenuti nella riduzione della mortalità infantile nelle comunità indigenti) e rinnovo dell'iscrizione alla Fondazione Abrinq per i diritti infantili e l'abolizione del lavoro minorile.

### Internet and Media

Tra le diverse iniziative si segnalano erogazioni a favore della Onlus ASIA per acquisto di calendari (Seat SpA), adozioni a distanza (Giallo Voice OPS), donazioni a parrocchie e alla popolazione del Molise colpita dal terremoto (La7).

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI &gt;&gt;</b>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	25 LE GENERAZIONI FUTURE
	<b>39 LA COMUNITA'</b>

#### Altre società

##### Information Technology - Mercato

Banksiel ha scelto anche nel 2002 di utilizzare i biglietti augurali natalizi dell'Unicef ed ha voluto devolvere alle popolazioni del Molise colpite dal terremoto il corrispettivo destinato agli omaggi natalizi.

Le erogazioni di Insiel hanno privilegiato istituzioni no-profit radicate nel tessuto locale, come il Centro Internazionale di Scienze Meccaniche di Udine e associazioni come l'AGMEN, che riunisce i genitori di malati emopatici-neoplastici, l'ANFFAS, che riunisce le famiglie di fanciulli ed adulti subnormali, la Pro-Senectute, che segue ed anima gruppi di anziani, oltre ad UNICEF, Lega del Filo d'Oro, Medici senza frontiere e Missioni di Don Bosco.

##### Information Technology di Gruppo

Donazioni da parte di Netsiel all'ospedale pediatrico Bambino Gesù di Roma ed alla Casa Sollievo della Sofferenza di San Giovanni Rotondo.

Donazione da parte di Sodalìa al villaggio SOS di Trento con offerta di un corso introduttivo all'uso del computer ed a Internet per 14 bambini dello stesso villaggio.

##### Latin America Operations

Entel Chile ha dato il suo sostegno a varie istituzioni che combattono la droga fra i giovani e che forniscono aiuti sociali; Entel Bolivia ha donato medicinali e attrezzature ad ospedali per aiutare le persone indigenti.

#### ■ Investimenti nella Comunità

Sono proseguite anche nel 2002 le attività del Gruppo per migliorare le infrastrutture (edili e tecnologiche) in materia di sicurezza e ambiente.

##### Domestic Wireline/Corporate

###### Education

Il progetto "Telecom Alleniamoci alla Vita", che ha ottenuto il patrocinio del ministero dell'Istruzione, Università e Ricerca, ha l'obiettivo di favorire la crescita sociale e individuale dei giovani attraverso i valori dello sport. Ha uno sviluppo triennale, abbraccia tutto il territorio nazionale, è destinato alla scuola di ogni ordine e grado e si rivolge in modo mirato e diversificato a studenti, docenti e famiglie mediante un insieme integrato di materiali e strumenti educativi: schede didattiche, poster, film, cd Rom, guide ed opuscoli.

Le attività di collaborazione di Telecom Italia con il mondo accademico, ormai consolidate, mirano ad avviare un proficuo scambio con riferimento alle opportunità d'inserimento professionale.

Nel 2002 sono state erogate 19 borse di studio:

- "Master Bocconi MEGeS";
- "Borsa Scuola Superiore di Specializzazione in TLC";
- "Borsa di studio Master LUISS";
- "Consorzio ELIS (CONSEL)";
- "Federazione Nazionale Cavalieri del Lavoro".

Nell'ambito dei rapporti con gli Atenei italiani Telecom Italia ha stipulato convenzioni per consentire a studenti laureati/laureandi di poter sviluppare le proprie competenze all'interno dell'Azienda attraverso specifici percorsi formativi e di *training on the job*. Nel 2002 sono state ospitate presso le strutture di Telecom Italia circa 95 persone, 4 di loro sono state assunte.

Tra le attività intraprese nell'ambito del progetto Telecom Italia/Università, si realizza un ciclo di Job Meeting con incontri che pongono in comunicazione diretta i giovani e le imprese all'interno delle università.

##### Salute e solidarietà sociale

Nel corso del 2002 è stato avviato da Telecom Italia Learning Services un progetto destinato ai Formatori Informatici per non vedenti. L'iniziativa, finanziata dalla Provincia di Roma, in

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI &gt;&gt;</b>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	25 LE GENERAZIONI FUTURE
	<b>39 LA COMUNITA'</b>

partnership con l'Unione Italiana Ciechi e con il coinvolgimento diretto dell'Istituto di Formazione IRIFOR, si è concretizzata nell'erogazione di 680 ore totali, delle quali 488 in aula e 192 in forma indiretta, cioè a distanza. Obiettivo del progetto è stato quello di formare 12 discenti che a loro volta hanno costituito un "pool" di formatori di nuove risorse. Un altro progetto, che ha interessato Telecom Italia come società partecipante, è stato "Jonad". Anche questa iniziativa è stata finanziata dalla Regione Lazio e dalla Comunità Europea, che direttamente hanno investito dell'attività l'I.R.F.I. (Istituto Regionale Formatori Imprenditoriali). Tale istituto ha richiesto lo sviluppo e la realizzazione delle attività a Telecom Italia ed alla ex Scuola Superiore Guglielmo Reiss Romoli. L'adempimento agli obblighi assunti ha generato la necessità di *customizzare* una "branca" della piattaforma E\_Learning. Il progetto ha previsto infatti la realizzazione di un Portale Telematico per le Donne, nel quale far confluire la "Domanda" e l'"Offerta" di lavoro, ed una serie collaterale di informazioni relative al Business Management ed alle Tecnologie ICT.

#### Mobile

##### Education

È stato realizzato il "TIM Fellowship Programme" nato con il proposito di creare un canale preferenziale per individuare i migliori candidati, attraverso la promozione della formazione continua e della crescita professionale degli studenti universitari nel campo della new economy, del mobile business e dell'ICT.

Tra le iniziative comprese nel TIM Fellowship Programme si segnalano:

- la sponsorizzazione del Master euromediterraneo "International Business" e gli stage all'istituto Sant'Anna di Pisa;
- il finanziamento di una cattedra nell'ambito del dottorato "economia & management" all'università di Tor Vergata di Roma;
- il finanziamento del Master "Economia della concorrenza e della Regolazione delle Public Utilities al Centro Radioelettrico Marconi;
- la sponsorizzazione di 3 borse di studio per il Master in Radiocomunicazioni all'università Federico II di Napoli;
- la partecipazione al consorzio Alta Formazione al Politecnico di Milano;
- la partnership per la gestione e lo sviluppo dei contenuti del sito TFP (ormai oscurato) presso l'Isufi di Lecce.

##### Salute e solidarietà sociale

- In previsione dell'inaugurazione dell'Anno Europeo delle Persone con Disabilità (2003), TIM ha lavorato a fianco degli osservatori dei siti Internet della UIC (Unione Italiana dei Ciechi) e dell'ANPVI (Associazione Nazionale Privi della Vista ed Ipovedenti) per sviluppare la versione accessibile del proprio portale [www.tim.it](http://www.tim.it). Il sito accessibile è rivolto a tutte le persone affette da disabilità visive (ciechi e ipovedenti) e motorie, oltre che agli utenti Internet che si collegano con connessioni non particolarmente veloci o versioni di Browser non molto aggiornate.
- Grazie alla collaborazione di TIM con Venis, società del Gruppo Telecom Italia e partner tecnologico del Comune di Venezia, tutti i clienti di TIM possono inviare al numero 41041 un SMS con il testo "marea" e ricevere sul cellulare un messaggio contenente le ultime previsioni sull'acqua alta.

Nel primo mese di sperimentazione sono stati inviati 1.500 SMS a 40 Enti interessati e ne sono stati ricevuti oltre 1.000 di richiesta del servizio, la cui evoluzione futura sarà l'abilitazione in modalità WAP Push, fino ad oggi riservata solo ad alcune istituzioni, ma che sarà presto estesa, su richiesta, a operatori economici, commercianti e residenti in aree soggette a marea, o anche turisti che hanno programmato un viaggio a Venezia.

#### Internet and Media

##### Education

SEAT SpA ha intensificato i rapporti con le principali Università Italiane assegnando 11 borse di studio e realizzando numerosi stage formativi.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI &gt;&gt;</b>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	25 LE GENERAZIONI FUTURE
	<b>39 LA COMUNITA'</b>

#### Salute e solidarietà sociale

- Contributo di SEAT SpA a favore dell'ospedale pediatrico Bambino Gesù di Roma per un progetto di ricerca per la costituzione di banche di cellule endoteliali umane per la cura di malattie e lesioni patologiche resistenti alla terapia farmacologica.
- Promozione World Aids Day all'interno dei programmi *live* di MTV con relativa campagna di sensibilizzazione (uno spot di produzione italiana più 7 di produzione MTV Europe); pianificazione per un mese della campagna pro-social "Lila Cedius", minisito su mtv.it con link a Lila Cedius; programmazione speciale per il 1° dicembre con *crawl* informativi, donazioni tramite SMS e asta di beneficenza con oggettistica e artisti; accordi con Radio 101 per *cross promotion* e diretta in simultanea.
- Campagne di MTV pro-social con durata media di un mese (4 passaggi al giorno) a favore di: Emergency, Whispering Freedom (Birmania), Tolerance, Drink & Drive, Pause.

#### Altre società

##### Information Technology - Mercato

Insiel ha fornito collaborazione in progetti mirati all'insegnamento di tecniche proprie della produzione industriale del *software* e aiuti, sotto forma di master, borse di studio e stage al fine di favorire un primo approccio dei giovani alla realtà industriale e del mondo del lavoro.

##### Latin America Operations

Entel Chile ha sostenuto il Progetto "Desarrollo Académico" (oncologia) della facoltà di Medicina della Pontificia Universidad Católica (PUC).

Entel Bolivia ha fornito aiuti a varie realtà ospedaliere: pediatrica, geriatrica e centro ustionati.

#### Altre attività

Il progetto "Ten Telecom", a cura di Loquendo, mira ad aumentare la penetrazione nel mercato europeo dei dispositivi che supportano la navigazione vocale e l'accesso ai contenuti del web. Gli approfondimenti condotti sul progetto hanno consentito di fare usare servizi vocali ad accesso telefonico da parte di utilizzatori con deficit visivi.

#### ■ Iniziative per il sociale

Il Gruppo Telecom Italia ha partecipato nel 2002 alla tredicesima edizione della maratona televisiva Telethon mettendo a disposizione le proprie strutture e le proprie tecnologie al fine di sensibilizzare e sostenere nel modo più efficace la raccolta dei fondi per combattere la distrofia muscolare e le altre malattie genetiche. L'azione del Gruppo è stata rivolta anche ad ampliare la diffusione del messaggio della manifestazione con una significativa campagna stampa sui principali quotidiani nazionali e regionali che, a partire dal 4 dicembre 2002, ha visto la pubblicazione di oltre 50 pagine intere a colori sulle maggiori testate giornalistiche nazionali e locali.

#### Domestic Wireline

Nei giorni della maratona televisiva Telethon (dalle ore 14.00 del 13 Dicembre alle 2 del mattino del 15 Dicembre) Telecom Italia Wireline ha messo a disposizione il numero "187" impegnando complessivamente circa 5.000 operatori dedicati a raccogliere telefonicamente le promesse di offerta.

#### Mobile

- Partecipazione di TIM SpA, in qualità di sponsor unico, alla produzione e all'allestimento dello spettacolo musicale "I dieci comandamenti".
- Presenza al Teatro alla Scala attraverso un messaggio sul corretto utilizzo del telefonino in sala e realizzazione del testo dell'opera sul display.
- Contributo alla manifestazione "Giffoni Film Festival".
- Contributo alla mostra sulle capacità di percezione, memoria, pensiero ed emozioni del cervello "Esperimenta 2002".
- 19ª edizione di ViviCittà, un appuntamento sociale e sportivo:

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI &gt;&gt;</b>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	25 LE GENERAZIONI FUTURE
	<b>39 LA COMUNITA'</b>

Patrocinata dalla UISP (Unione Italiana Sport per tutti) e con la collaborazione di Libera, l'associazione impegnata nella lotta contro la mafia, ViviCittà 2002 è una corsa podistica per professionisti e non, che si svolge con cadenza annuale e con una dimensione internazionale che le permette di essere "presente e attiva" su molte problematiche: dalla solidarietà (lavoro minorile, guerre, fame, malattie), ai problemi legati all'ambiente (cementificazione selvaggia, bassa qualità della vita, inquinamento), ai diritti umani e della dignità della persona. ViviCittà 2002 ha fatto tappa in 60 città italiane (ed in 30 carceri ed istituti minorili) oltre che in 50 città del mondo, per un totale di 14.535 km percorsi e circa un milione di pettorali indossati. Per quest'ultima edizione, che ha avuto per sottotitolo "Run for rights", è stata scelta come testimonial l'Africa, mentre compagna di viaggio è stata "Chiama l'Africa", una realtà di collegamento fra gruppi e associazioni che cooperano per lo sviluppo di azioni di sensibilizzazione a favore dell'Africa.

- Finanziamento da parte di TIM Maxitel del "Bread Project": programma educativo per un'alimentazione alternativa nelle regioni povere del Brasile, con lo scopo di eliminare il fenomeno della malnutrizione infantile attraverso l'addestramento di 10.000 persone.

#### Internet and Media

Sostegno al Teatro Regio di Torino (Seat SpA) ed al Gruppo Edo SpA per il concerto svoltosi il 1° maggio in piazza S. Giovanni a Roma (Seat Tin.it).

#### Altre società

##### Information Technology - Mercato

I contributi di Insiel sono stati devoluti a istituzioni come la Fondazione del Teatro Verdi di Trieste, per la realizzazione delle locandine ed i libretti del Teatro Stabile di Prosa e del Teatro Stabile "La Contrada", a manifestazioni popolari musicali come "Il festival della canzone triestina", a gruppi musicali come i "Cameristi Triestini" e "Note del Timavo", a gruppi culturali come "Musicis Artis" e per la mostra "Pulcherrimae Strade".

Banksiel ha sponsorizzato nel novembre 2002 il Concerto di inaugurazione dell'anno accademico del Conservatorio Giuseppe Verdi di Milano.

##### Information Technology di Gruppo

Per il terzo anno consecutivo Webegg ha organizzato nei propri spazi l'esposizione delle opere, ispirate dalla musica classica, di Micol: quadri ad olio di grandi dimensioni e bozzetti ad inchiostri corrosi, cui si è aggiunta una collezione di grafica in bianco e nero.

#### Latin America Operations

Entel Chile ed Entel Bolivia hanno patrocinato, nei loro rispettivi paesi, numerosi eventi culturali, artistici e sportivi.

#### ■ Servizi innovativi per la crescita sociale

Nell'esercizio 2002 le attività di ricerca e sviluppo del Gruppo Telecom Italia sono state in massima parte svolte da TILAB anche attraverso collaborazioni con i Pirelli Labs, dedicando 1.081 risorse e sostenendo costi di ricerca e sviluppo complessivamente pari a euro 121 milioni.

Il totale dei contributi a fondo perduto e dei finanziamenti a tasso agevolato, a sostegno dei costi di ricerca e sviluppo, incassati o in attesa di incasso, da parte di TILAB, ammontano a circa euro 12 milioni.

Le attività hanno riguardato studi e sperimentazioni nell'ambito delle telecomunicazioni fisse, mobili e di Internet.

Per quanto riguarda le applicazioni Internet e mobile, la ricerca è stata orientata su:

- sperimentazione di soluzioni applicative e tecnologiche integrate per l'offerta multimediale;
- definizione delle modalità di accesso ai contenuti e di gestione dell'utenza a larga banda;
- realizzazione e valutazione di soluzioni evolute per ambiente di utente (terminali, cablaggio domestico, piattaforme applicative).

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI &gt;&gt;</b>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	25 LE GENERAZIONI FUTURE
	<b>39 LA COMUNITA'</b>

Le attività nel campo della commutazione e del networking sono state rivolte all'evoluzione delle reti IP, sviluppando architetture di Content Delivery Network per una efficiente distribuzione dei contenuti multimediali. Particolare attenzione è stata dedicata anche alle Wireless LAN e alle soluzioni innovative per la telefonia su rete a pacchetto.

La ricerca sulle infrastrutture di rete ha riguardato:

- la rete metropolitana e di trasporto, sperimentando nuove architetture di reti ottiche a commutazione automatica;
- la rete di accesso, proponendo soluzioni innovative basate su collegamenti in rame e in fibra ottica.

Tali attività di ricerca hanno portato nell'esercizio 2002 al deposito di 45 brevetti con l'incremento del 13% circa rispetto all'anno precedente.

#### Domestic Wireline/Corporate

Il completamento della piattaforma E\_Learning, iniziata nel 2001 da TI Learning Services, ha consentito di erogare la formazione "a distanza" e quella mista (docenza tradizionale in aula supportata e/o sostituita da formazione "on-line"). La modalità "Application Service Provider" (interattività con la struttura telematica del cliente o costituzione presso il cliente del "pacchetto formativo") si è rivelata come la più efficace nell'ambito della formazione a distanza.

Si prevede per il 2003 la realizzazione del "Content Delivery Network", ovvero di una rete infrastrutturale che collegherà in modo interattivo i Centri di Formazione tradizionali avvalendosi anche di collegamenti satellitari per le funzioni di Tutor.

#### Mobile

Si segnala il contributo di TIM sull'indagine di riflessione relativa alla trasversalità del trasporto pubblico rispetto alla società, salute e all'ambiente.

Il gruppo Stet Hellas ha preso parte ad un progetto con l'Università Nazionale Greca e la Commissione Europea in tema di servizi emergenti nel commercio della telefonia mobile.

#### Internet and Media

Il gruppo Seat ha una rilevante attività di sviluppo di nuovi prodotti e servizi che vengono offerti al pubblico attraverso le sue diverse piattaforme; questa attività è considerata parte integrante del processo di produzione ed erogazione dei servizi ed è pertanto non specificatamente individuata quale attività tradizionale di ricerca e sviluppo ma inclusa nei costi della produzione.

Il gruppo non ha effettuato capitalizzazioni di costi inerenti a questa specifica attività.

I progetti realizzati da Tin.it, tutti orientati all'utente finale Internet (users di Virgilio e Tin.it), sono stati:

- realizzazione di un servizio di ascolto radio su internet;
- realizzazione di un servizio di video chat e video mail;
- realizzazione di servizi avanzati di posta elettronica (Antispamming - Antivirus).

#### Altre società

##### Information Technology - Mercato

Banksiel, in collaborazione con i centri di ricerca Telecom, ha promosso un progetto di adeguamento delle soluzioni internet/intranet per consentire l'accessibilità ai non vedenti e più in generale ad utenti con problemi di mobilità. Esso non si limita alla semplice adozione delle regole indicate dal progetto WAI (Web Accessibility Initiative) di W3C (World Wide Web Consortium) per i siti Internet (adatte ai siti prevalentemente di tipo "testuale") ma, recependo lo spirito del programma "eEurope" della Comunità Europea, ha anche l'obiettivo di:

- rivisitare la presentazione/navigazione in modo tale da renderla facilmente fruibile dai non vedenti mantenendo le peculiarità proprie di un sito pubblico di internet banking;
- estendere la fruibilità delle funzionalità di home banking tramite linguaggio naturale e interfaccia vocale.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	13 I CLIENTI CONSUMATORI
7 CARTE E CODICI	19 I FORNITORI
<b>13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI &gt;&gt;</b>	21 I CONCORRENTI
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	23 LO STATO E LE ISTITUZIONI
56 ALTRE INFORMAZIONI	25 LE GENERAZIONI FUTURE
	<b>39 LA COMUNITA'</b>

#### Information Technology di Gruppo

Sodalità, in qualità di membro dell'IST (Information Society Technologies) della Comunità Europea, prende parte al programma che sviluppa progetti quali:

- Angelo, finalizzato alla realizzazione di tecnologie innovative per l'automazione del lavoro all'interno di un Call Center.
- Cadenus, che si occupa dello sviluppo di metodi innovativi per la gestione di Service Level Agreements in reti "Premium IP".
- ESERNET (Experimental Software EngineeRing NETwork), che si propone di stabilire una "rete di eccellenza" in Experimental Software Engineering al fine di migliorare i prodotti ed i processi software.
- WISE (Wireless Internet Service Engineering), che ha l'intento di produrre un modello di business (definizione degli attori coinvolti e del loro ruolo), un processo di sviluppo (metodologie, notazioni, linee guida) ed un'architettura di riferimento per la produzione di applicazioni atte alla fornitura di servizi a valore aggiunto nell'ambito Internet/Intranet estesa a clienti wireless (cellulari WAP, PDA, ecc.).
- EURESCOM P1103, con l'obiettivo di studiare e validare un framework per la gestione della QoS (qualità del servizio) per servizi end-to-end che attraversano i domini di vari operatori.

#### Latin America Operations

Entel Chile ha partecipato al progetto Dibam (rete digitalizzata di biblioteche estesa a tutto il Cile); Entel Bolivia ha appoggiato la creazione di Telecentri educativi nelle aree rurali in coordinazione con i municipi competenti.

Il 21 gennaio 2003 è stato lanciato **PROGETTO ITALIA** che programma le attività verso lo stakeholder Comunità.

In particolare l'obiettivo del Progetto è quello di promuovere la crescita del Paese attraverso una migliore diffusione della cultura e dei suoi valori.

Con un budget di 30 milioni di euro per il primo anno, il Progetto è suddiviso in più di 30 iniziative. Ciascuna di esse viene ideata e realizzata direttamente da Telecom Italia in autonomia o attraverso collaborazioni paritetiche che consentono sempre la partecipazione attiva del Gruppo con un contributo di idee e tecnologie.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	47 I DIPENDENTI
7 CARTE E CODICI	53 GLI AZIONISTI
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI	
<b>47 GLI STAKEHOLDER INTERNI</b> >>	
55 ALTRE INFORMAZIONI	

## ■ GLI STAKEHOLDER INTERNI



### I DIPENDENTI

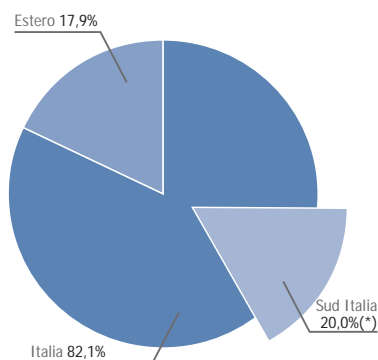
◀ Ai dipendenti sono stati destinati euro 3.562 milioni.

### ■ CONSISTENZE GRUPPO TELECOM

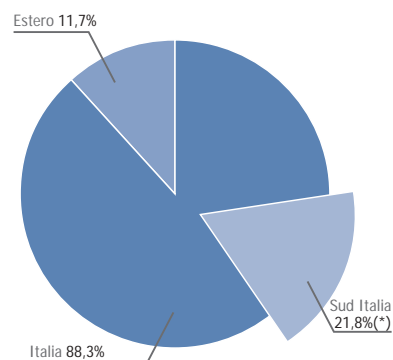
Organico al 31.12.2001	Organico al 31.12.2002	Variazione	Assunzioni	Cessazioni	Variazioni area di consolidamento
109.956	101.713	(8.243)	7.207	(12.567)	(2.883)

Il personale del Gruppo Telecom Italia al 31 dicembre 2002 ammonta a 101.713 unità, con un decremento di 8.243 unità rispetto al 2001. Hanno influito su tale diminuzione le variazioni dell'area di consolidamento (-2.883 unità) e la riduzione gestionale degli organici connessa al turnover (-5.360 unità). In particolare le variazioni dell'area di consolidamento di maggior rilievo sono state: l'uscita del gruppo 9Telecom (-1.003 unità), la cessione del gruppo Telespazio (-1.168 unità), le uscite di Sogei e Consiel (complessivamente -1.538 unità) ed altre minori (-711), nonché l'ingresso di BLU (+618 unità), del Gruppo Webegg (+719), di Netesi ed Epiclink (complessivamente +168 unità) ed altre minori (+32 unità). Relativamente al turnover, si segnala che nel corso dell'anno sono state effettuate 12.567 cessazioni totali (di cui 5.413 nella Capogruppo) e 7.207 assunzioni.

Distribuzione del numero di dipendenti del Gruppo Telecom Italia per aree geografiche



Distribuzione del costo del lavoro del Gruppo Telecom Italia per aree geografiche

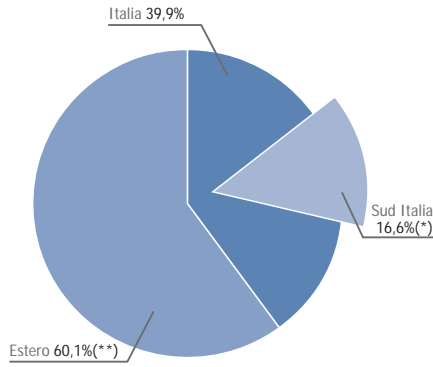


◀ (\*) Valore percentuale rispetto al totale del Gruppo (Italia ed estero).

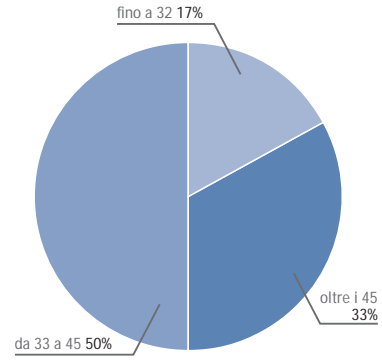


1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	47 I DIPENDENTI
7 CARTE E CODICI	53 GLI AZIONISTI
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI	
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI >>	
56 ALTRE INFORMAZIONI	

Distribuzione delle assunzioni del Gruppo Telecom Italia per aree geografiche



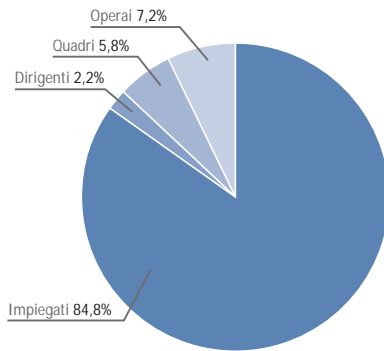
Distribuzione dell'organico del Gruppo Telecom Italia (in Italia) per fasce di età (anni)



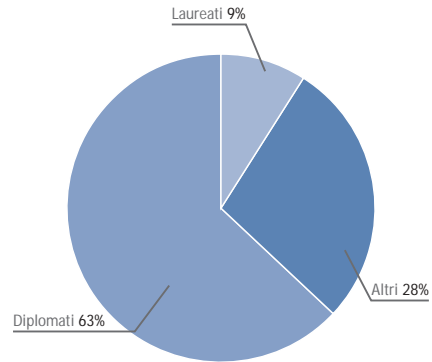
◀ (\*) Valore percentuale rispetto al totale del Gruppo (Italia ed estero).

◀ (\*\*) Il valore in America Latina (3.562 unità) è pari al 49,4% sul totale delle assunzioni

Distribuzione dell'organico del Gruppo Telecom Italia (in Italia) per categoria professionale



Distribuzione dell'organico del Gruppo Telecom Italia (in Italia) per titolo di studio

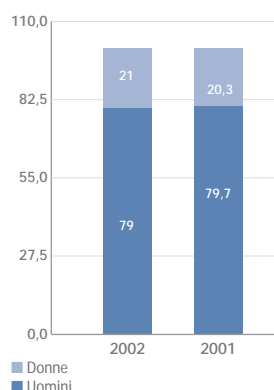


1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	47 I DIPENDENTI
7 CARTE E CODICI	53 GLI AZIONISTI
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI	
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI >>	
56 ALTRE INFORMAZIONI	

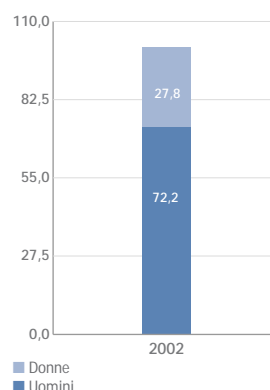
#### ■ Lequità di genere

La distribuzione percentuale tra dipendenti uomini e donne a livello di Gruppo e di Telecom Italia SpA è rappresentata dai seguenti grafici:

Distribuzione uomini-donne (2002-2001)  
Telecom Italia S.p.A.



Distribuzione uomini-donne (2002)  
Gruppo Telecom Italia in Italia



Nel corso del 2002 la percentuale delle donne dirigenti nel Gruppo (in Italia) si attesta intorno all'11% e delle donne quadro al 23%.

Le pari opportunità sono richiamate nella Carta dei Valori e nel Codice Etico del Gruppo Telecom Italia. Il Gruppo aderisce al Global Compact delle Nazioni Unite, i cui principi includono la non discriminazione. La conciliazione fra lavoro e vita familiare è favorita dal ricorso, ove possibile, a orari flessibili (in TIM è prevista una specifica iniziativa per le madri che lavorano, chiamata TIM Mamma). In Italia le aziende del Gruppo garantiscono fino a 10 mesi di licenza per maternità e, negli altri paesi, seguono le migliori pratiche locali.

#### ■ La soddisfazione dei dipendenti

Nel primo semestre 2002 è stata effettuata via Intranet la fase quantitativa dell'analisi di clima di Gruppo, iniziativa nota come "Foto di Gruppo". Sono stati compilati 33.919 questionari. I risultati sono stati divulgati attraverso il portale Intranet di Gruppo e con incontri mirati. Nell'ottobre 2002 è stata effettuata la fase qualitativa dell'analisi di clima, con 19 focus group, per un totale di circa cento partecipanti, selezionati tra dirigenti, quadri, impiegati ed operai. Da questi punti di osservazione il quadro generale della soddisfazione e motivazione dei dipendenti presenta un trend di miglioramento.

#### ■ Attività di comunicazione interna

Nel 2002 la Comunicazione Interna ha realizzato una serie di iniziative dirette ai dipendenti del Gruppo Telecom Italia:

- è stato portato avanti il processo di implementazione della Intranet di Gruppo che a fine 2002 collega il 75% delle aziende del Gruppo;
- sono stati attivati collegamenti in diretta e in differita via audiostreaming in occasione dei principali eventi di presentazione alla comunità finanziaria che hanno coinvolto i circa 2000 dirigenti del Gruppo;
- è stata organizzata una convention in collegamento business tv, via satellite, tra 35 sedi in

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	47 I DIPENDENTI
7 CARTE E CODICI	53 GLI AZIONISTI
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI	
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI >>	
55 ALTRE INFORMAZIONI	

Italia e nel mondo, nel corso della quale il presidente Tronchetti Provera ha presentato il piano industriale al management del Gruppo;

- è stata realizzata una convention che ha coinvolto i 130 responsabili della famiglia professionale Risorse Umane; in occasione della convention è stato realizzato un video cui hanno preso parte, come protagonisti, una trentina di dipendenti identificati in tutto il Gruppo. I contenuti della convention sono stati divulgati "a cascata" al resto della famiglia professionale Risorse Umane grazie anche al supporto di un Cd Rom appositamente realizzato;
- è stato realizzato un calendario dal titolo "noi". Protagonisti 12 colleghi di altrettante aziende del Gruppo. Obiettivo dell'iniziativa: sviluppare il senso di appartenenza e l'integrazione tra culture e business diversi;
- è stata realizzata una newsletter inviata via e-mail a tutti i dipendenti del Gruppo in occasione di Telethon, la maratona di solidarietà trasmessa sulle reti Rai.

#### ■ Formazione

Le attività di formazione (aula, *on line*, *training on the job* per il personale in Italia) realizzate nel 2002 hanno fatto registrare un valore globale di circa 2 milioni di ore e circa 35 milioni di euro di soli costi "vivi" (escluso costo del lavoro e spese di logistica). Tali attività sono state erogate in larga misura da Telecom Italia Learning Services, la società del Gruppo deputata allo sviluppo e commercializzazione di programmi formativi.

Esse hanno riguardato principalmente:

- tematiche specialistiche orientate agli specifici business, con particolare attenzione alla formazione di orientamento al cliente e di adeguamento al ruolo del personale di *front end* (ad es. Info 12, Customer Relationship Management, Progetto Coaching, Progetto Concorde, Progetto CuORE, Progetto Fish);
- iniziative di formazione manageriale per i dirigenti del Gruppo, finalizzate sia al *change management*, in aderenza al modello manageriale definito per il Gruppo, sia al rafforzamento delle conoscenze e dei comportamenti coerenti con le logiche della creazione del valore (come il Progetto "Economics", mirato ad accelerare la diffusione di una cultura sul valore economico d'impresa);
- formazione istituzionale verso dirigenti neominati;
- piani formativi per famiglie professionali, finalizzati all'integrazione e allo sviluppo delle conoscenze/competenze distintive per famiglia professionale (es. Human Resources, Investor Relations).

#### ■ Relazioni industriali

Nell'anno la contrattazione nel Gruppo ha avuto come oggetto principalmente le seguenti materie:

##### - Occupazione

Il 27 maggio è stato firmato con le Organizzazioni Sindacali l'accordo quadro di Gruppo per garantire il corretto dimensionamento occupazionale in relazione al Piano industriale 2002-2004. In applicazione di tale intesa, il 30 luglio è stato sottoscritto un accordo sindacale per la collocazione in mobilità di 3.803 lavoratori di Telecom Italia. Analoghi accordi sono stati sottoscritti nei mesi successivi per altre aziende del Gruppo, per un totale di circa 380 risorse. Sempre in attuazione del citato accordo quadro, l'8 ottobre Telecontact Center ha sottoscritto un accordo sindacale per l'inserimento di 350 giovani e il 13 novembre è stata sottoscritta un'intesa fra Telecom Italia e le Organizzazioni Sindacali per l'inserimento di 110 giovani in ambito Domestic Wireline.

Infine, il 12 dicembre è stata completata la procedura per il trasferimento a TIM del personale di Blu.

##### - Premio di risultato

Il 3 giugno è stato firmato tra Telecom Italia e le Organizzazioni Sindacali l'accordo sul Premio di risultato per il 2002, erogato in riferimento al Margine Operativo Lordo 2001. Per gli anni 2003-2005 il premio verrà erogato anche in riferimento a un indice di Customer Loyalty.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	47 I DIPENDENTI
7 CARTE E CODICI	53 GLI AZIONISTI
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI	
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI >>	
55 ALTRE INFORMAZIONI	

#### – Riassetto organizzativo

Sono state esperite le procedure relative alla cessione di rami d'azienda di Telecom Italia dedicati alla gestione e valorizzazione del patrimonio immobiliare aziendale alle società Pirelli&C. Commercial Agency, Pirelli&C. Project Management, Pirelli&C. Property Management, Tiglio II.

Sono state inoltre esperite le procedure relative all'attribuzione di unità organizzative all'interno del Gruppo secondo le mission proprie delle varie società.

#### ■ Politica di remunerazione

Per valorizzare economicamente il contributo delle risorse manageriali e professionali sono normalmente utilizzati nel Gruppo diversi strumenti a seconda della popolazione di riferimento e della tipologia di contributo: MBO (Management by Objectives), Una Tantum Prestazioni, Special Awards.

Long Term Incentive Plan e Stock Option Plan, mirati a target di personale più selezionato, sono utilizzati nel Gruppo come strumenti di fidelizzazione e retention.

Per il personale distaccato/trasferito all'estero (Paesi extra europei) è previsto un pacchetto integrativo che include i seguenti benefit:

- copertura medico-sanitaria anche per i familiari al seguito;
- assicurazione contro gli infortuni professionali ed extraprofessionali determinanti l'invalidità permanente o il decesso (indicativamente con estensione a infortuni derivanti da rischi aeronautici; infortuni derivanti da atti od azioni di guerra, guerriglia, insurrezione, tumulti popolari, terrorismo; malattie tropicali, morsi di rettili, punture d'insetto, avvelenamenti) estesa anche, per gli infortuni extraprofessionali, ai familiari;
- corso di lingua per i familiari e partecipazione alle spese per l'istruzione dei figli.

## ■ INTERVENTI A FAVORE DEI DIPENDENTI

### ASSILT

L'Associazione per l'Assistenza Sanitaria Integrativa ai Lavoratori di Telecom Italia eroga rimborsi per prestazioni sanitarie integrative di quelle fornite dal Servizio Sanitario Nazionale. Inoltre, in concorso con strutture sanitarie pubbliche e mediante proprie unità diagnostiche mobili, effettua campagne di medicina preventiva e di educazione sanitaria.

Al 31 dicembre 2002 risultano iscritte oltre 223.000 persone (71.000 dipendenti, 38.000 pensionati, 114.000 familiari).

Nel 2002 sono stati erogati circa 521.000 rimborsi spese.

Nel quadro delle iniziative di medicina preventiva e di educazione sanitaria si è conclusa nel corso del 2002 l'indagine oftalmologica che ha interessato negli anni oltre 40.000 dipendenti.

Nel 2002 è proseguito il programma di prevenzione oncologica (patologie senologiche e dermatologiche). Sono stati visitati complessivamente circa 15.000 assistiti.

È stata inoltre avviata sperimentalmente nella regione Umbria una campagna di prevenzione sulle allergopatie respiratorie che nel 2003 interesserà Friuli-Venezia Giulia, Liguria e Lazio.

### CRALT

Il Circolo Ricreativo Aziendale Lavoratori Telecomunicazioni organizza per i dipendenti ed i pensionati delle aziende del Gruppo iniziative di carattere turistico, sportivo, culturale, ricreativo e solidaristico, oltre a promuovere convenzioni con esercizi commerciali, teatri, centri sportivi.

Al 31 dicembre 2002 risultano iscritti circa 63.000 dipendenti e 9.000 pensionati.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	47 I DIPENDENTI
7 CARTE E CODICI	53 GLI AZIONISTI
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI	
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI >>	
55 ALTRE INFORMAZIONI	

Eventi nazionali organizzati nel 2002:

- soggiorni estivi ed invernali, con l'adesione di circa 36.000 soci e loro familiari;
- meeting sportivi (estivi ed invernali) con la partecipazione di oltre 2.700 atleti e loro familiari;
- soggiorni della terza età per 1.800 pensionati;
- celebrazioni per il venticinquennale del Circolo, cui hanno partecipato 1.500 soci e loro familiari.

Inoltre il Circolo ha partecipato ad iniziative di carattere umanitario (campagne di adozioni a distanza) promosse da ARCI e AVSI, erogando oltre 150.000 euro, e ha promosso iniziative a favore dei bambini delle zone del Molise colpite dal terremoto.

#### Telemaco

Il Fondo Nazionale Pensione Complementare per i Lavoratori delle Aziende di Telecomunicazione ha circa 56.000 iscritti. Nel 2002 sono stati selezionati i gestori finanziari delle risorse ed è stato modificato lo Statuto.

#### Prestiti aziendali

È stata varata la nuova regolamentazione per i prestiti aziendali a favore dei lavoratori di Telecom Italia S.p.A., erogati a decorrere dal 2003. I prestiti sono concessi per la ristrutturazione o l'acquisto della casa di abitazione (importi da 2.500 a 17.500 euro) o per motivi vari (importi fino a 2.500 euro).

#### Soggiorni estivi per i figli dei dipendenti

I Soggiorni Estivi di Vacanza offrono un'opportunità ricreativa e formativa di vita comunitaria per ragazzi tra i 6 ed i 12 anni, sulla base di un progetto educativo aggiornato continuamente con il contributo di esperti, docenti universitari e operatori del settore.

Nel 2002 sono stati ospitati 4.766 bambini, in 8 strutture montane e 4 marine.

Nel complesso sono state create opportunità di lavoro, mediante assunzioni con contratti a termine da parte degli enti gestori dei Soggiorni, per circa 1.400 giovani.

#### Iniziative in favore dello studio per i figli dei dipendenti

Nel 2002 è stata rimborsata a 300 giovani l'iscrizione al primo anno di università, mentre 60 ragazzi hanno partecipato ad un soggiorno studio all'estero di 4 settimane per lo studio della lingua inglese.

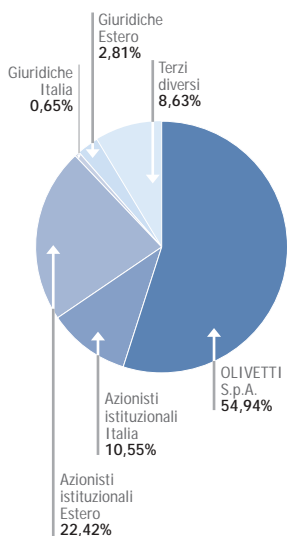
#### Cerimonie di premiazione

Nel 2002 circa 1000 dipendenti hanno raggiunto 25 anni di anzianità di servizio in aziende del Gruppo. Le premiazioni si terranno nel 2003.

#### ALATEL

L'Associazione Lavoratori Seniores del Gruppo Telecom Italia associa i pensionati ed i lavoratori con almeno 20 anni di anzianità. Promuove attività di carattere solidaristico e culturale. Conta circa 28.000 iscritti di cui il 38% sono dipendenti in attività.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	47 I DIPENDENTI
7 CARTE E CODICI	
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI	
<b>47 GLI STAKEHOLDER INTERNI</b> >>	
56 ALTRE INFORMAZIONI	



## GLI AZIONISTI

Si riporta la composizione dell'Azionariato Telecom Italia SpA come da Libro Soci al 31 dicembre 2002 (azioni ordinarie).

◀ I dividendi distribuiti nel 2002 sono stati di euro 4.945 milioni

L'adesione ai principi di Corporate Governance rappresenta una scelta di fondo per il Gruppo Telecom Italia, attraverso un percorso di progressivo miglioramento. I documenti relativi agli strumenti di Corporate Governance adottati da Telecom Italia, e di seguito sinteticamente descritti, sono in gran parte reperibili per consultazione sul sito internet [www.telecomitalia.it](http://www.telecomitalia.it).

### ■ Il Comitato per il controllo interno e per la *corporate governance*

Il Comitato per il controllo interno e per la *corporate governance* di Telecom Italia risulta, nella composizione e nelle attività svolte, già adeguato alle disposizioni del Codice di Autodisciplina adottato dalla Borsa Italiana nel luglio 2002.

Il Comitato è infatti costituito esclusivamente da amministratori non esecutivi e indipendenti, nelle persone dei consiglieri Roberto Ulissi (Presidente), Guido Ferrarini e Natalino Irti. Alle adunanze, che per l'esercizio 2002 sono state otto, hanno partecipato il Presidente del Collegio Sindacale ovvero, nei casi in cui si è ritenuta opportuna una riunione congiunta, tutti i componenti il Collegio.

Il Comitato per il controllo interno e per la *corporate governance*, in base alle previsioni del Codice di Autodisciplina di Telecom Italia, svolge le seguenti attività: i) la valutazione dell'adeguatezza del sistema di controllo interno; ii) la valutazione del piano di lavoro preparato dal Preposto al controllo interno, che ad esso invia proprie relazioni periodiche; iii) la valutazione delle proposte formulate dalla società di revisione per ottenere l'affidamento dell'incarico, nonché il piano di lavoro predisposto per la revisione e i risultati esposti nella lettera di suggerimenti; (iv) l'informativa al Consiglio, almeno semestralmente, in occasione dell'approvazione del bilancio e della relazione semestrale, sull'attività svolta e sull'adeguatezza del sistema di controllo interno e (v) il monitoraggio sull'osservanza e sul periodico aggiornamento delle regole di *corporate governance*.

### ■ Il Comitato per la remunerazione degli Amministratori

In data 7 novembre 2001 il Consiglio di Amministrazione si è dotato di un Comitato per la remunerazione con funzioni di natura istruttoria e consultiva. Nel corso dell'esercizio 2002 non sono stati apportati cambiamenti alla composizione e alle competenze del Comitato, al quale spetta in particolare il compito di formulare proposte al Consiglio per la remunerazione degli Amministratori Delegati e di quelli che ricoprono particolari cariche, nonché, su indicazione degli Amministratori Delegati, per la determinazione dei criteri per la remunerazione dell'alta direzione della Società. Esso è composto dai consiglieri indipendenti, Luigi Fausti (Presidente) e Umberto Colombo, e da Pier Francesco Saviotti.

### ■ Regole interne al Consiglio di Amministrazione

I membri del Consiglio di Amministrazione possono effettuare operazioni su azioni. È invece previsto, nell'ambito delle disposizioni del Codice di Comportamento in materia di *insider dealing* di Telecom Italia, adottato dal Consiglio di Amministrazione il 7 novembre 2002, un cosiddetto *black-out period*, in base al quale agli amministratori esecutivi è consentito effettuare Operazioni (per tali intendendosi atti costitutivi, modificativi o estintivi di diritti su strumenti finanziari quotati, in Italia o all'estero, emessi da Telecom Italia S.p.A., dalle sue controllate e dalle società controllanti, anche se effettuato nell'ambito di un rapporto di gestione, su base individuale, di portafogli di investimento) soltanto dal giorno successivo alla prima diffusione dei dati economico-finanziari di periodo, definitivi o di preconsuntivo, relativi a ciascun trimestre (ovvero al semestre o all'esercizio annuale) e fino alla chiusura del trimestre che scade dopo detta diffusione. Per gli amministratori non esecutivi e per i sindaci l'obbligo di astenersi dal compimento di Operazioni è meno esteso e scatta dal giorno della convocazione della riunione consiliare (chiamata a esaminare i sopra citati dati economico-finanziari o dall'eventuale

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	47 I DIPENDENTI
7 CARTE E CODICI	
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI	
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI >>	
55 ALTRE INFORMAZIONI	

momento della conoscenza degli stessi se anteriore) fino al giorno successivo alla loro diffusione. In caso di situazioni eccezionali di necessità soggettiva, adeguatamente motivate dal soggetto interessato, è peraltro prevista una possibilità di deroga rispetto alla vendita dei titoli. Non sono invece soggetti a tali limitazioni gli atti di esercizio di eventuali *stock options* o di diritti di opzione, né le operazioni di vendita effettuate contestualmente all'atto di esercizio.

#### ■ La comunicazione finanziaria

Già a partire dalla fine del 2001 e per tutto il 2002 il Gruppo Telecom Italia ha voluto attuare una comunicazione finanziaria sempre più accurata, continua e tempestiva, con la finalità di fornire maggiore trasparenza e affidabilità sia ai risultati di business che alla *corporate governance* di Telecom Italia SpA e delle società partecipate, nel pieno rispetto delle esigenze dell'investitore e delle regole fissate dalle preposte autorità.

Tale sforzo è stato peraltro riconosciuto dal mercato finanziario che, attraverso una ricerca condotta da Deutsche Bank in collaborazione con DWS Investment, ha classificato Telecom Italia al primo posto tra le società europee di telecomunicazioni in tema del rispetto delle regole di *corporate governance*.

Va segnalato che l'attività di Investor Relations è stata affidata a un'autonoma Funzione Centrale alle dirette dipendenze dell'Amministratore Delegato, con key account dedicati alle diverse categorie di interlocutori interni ed esterni per assicurare una maggiore tempestività, completezza ed efficacia della comunicazione.

A tal fine, è stata assicurata la divulgazione di una ricca e puntuale informativa mediante la diffusione di comunicati e la pubblicazione di documentazione istituzionale (rendiconti periodici obbligatori e facoltativi, come il bilancio di Sostenibilità, e documenti informativi relativi ai momenti assembleari e alle singole operazioni effettuate sul mercato), utilizzando oltre ai tradizionali supporti cartacei anche i più innovativi strumenti on-line.

È stato, infatti, ristrutturato il sito internet [www.telecomitalia.it](http://www.telecomitalia.it) creando un'apposita sezione interamente dedicata agli investitori istituzionali e retail. Oltre all'arricchimento e all'aggiornamento continuo dei contenuti è stata prestata particolare attenzione alle informazioni relative all'andamento dei titoli e agli eventi societari.

La Società ha organizzato nel corso del 2002 oltre venticinque momenti di incontro formale con il mercato (analisti, investitori istituzionali e stampa specializzata nazionale e internazionale).

Si è trattato di conference call trimestrali, road show, partecipazioni a convegni, conferenze stampa, a cui bisogna aggiungere i rapporti quotidiani con tutti gli analisti finanziari e gli investitori sia attraverso incontri diretti che telefonici per fornire gli approfondimenti utili a supportare la loro attività. È stato inoltre svolto l'incontro annuale di Milano del 14 e 15 febbraio, per la presentazione delle linee guida del piano industriale e finanziario del Gruppo per il triennio 2002-2004 e per la prima volta è stato organizzato a Roma, il 18 e 19 luglio scorsi, un evento denominato "Technology Day", volto ad illustrare alla comunità finanziaria lo sviluppo delle tecnologie e dei servizi innovativi del Gruppo Telecom Italia.

Infine, lo scorso 13 febbraio 2003, il Consiglio di Amministrazione di Telecom Italia, nell'ambito delle attività intraprese per l'implementazione delle regole di *Corporate Governance*, ha altresì approvato la "Procedura per la comunicazione al mercato delle informazioni *price sensitive*".

Il documento stabilisce le modalità operative ai fini della diffusione al mercato di tale tipo di informazioni, individua le Funzioni e le Strutture coinvolte nel processo, disciplinando anche la procedura da osservare in presenza di *rumors* o di richieste di informazioni da parte dei soggetti preposti alla vigilanza ed alla gestione del mercato. La procedura disciplina, inoltre, le attività da porre in atto in occasione dei momenti di incontro della Società con la comunità finanziaria e con la stampa, così da assicurare un uso non selettivo dell'informazione societaria.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	47 I DIPENDENTI
7 CARTE E CODICI	
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI	
<b>47 GLI STAKEHOLDER INTERNI</b> >>	
55 ALTRE INFORMAZIONI	

■ Vertenze

Telecom Italia S.p.A.

È pendente l'azione di risarcimento danni, per complessivi euro 18,9 milioni, avviata verso Olivetti, Telecom Italia, nonché verso il Presidente ed il Vice Presidente pro-tempore, basata sulla pretesa mancata attuazione di impegni assunti nel "Documento di offerta" relativo all'OPAS promossa da Olivetti e Tecnost su Telecom Italia nell'anno 1999, nonché di quanto deliberato dalla Assemblea del 14 gennaio 2000, in materia di acquisto di azioni di risparmio proprie.

TIM S.p.A.

Non ha vertenze in atto.

SEAT S.p.A.

Esistono due soli contenziosi: il primo promosso dall'azionista Carlo Fabris, che ha chiesto al Tribunale di Milano che fosse pronunciata l'inesistenza e/o nullità e/o annullabilità della delibera assembleare del 20 novembre 2000 con la quale SEAT ha approvato la proposta di aumento di capitale riservato a De Agostini Invest S.A., con esclusione del diritto di opzione dei soci. Secondo la parte attrice, la delibera sarebbe stata assunta in violazione dell'art. 2441, 5° c., Codice Civile, che prevede, nel caso di aumento di capitale con esclusione del diritto di opzione dei soci, il voto favorevole di "tanti soci che rappresentino oltre la metà del capitale sociale". La causa, pendente davanti alla VIII Sezione, dovrebbe andare a sentenza dopo il deposito delle memorie conclusionali e delle repliche, con termine al 29 marzo 2003 per le prime e al 18 aprile per le seconde.

Il secondo contenzioso è stato promosso dall'azionista Franco Porta, davanti al Tribunale di Milano, per impugnare la delibera dell'assemblea straordinaria SEAT del 30 luglio 2001 riguardante la proroga del termine finale per l'esecuzione della delibera di aumento del capitale riservato a Vertico. Secondo l'azionista, tale delibera sarebbe diventata inutile, in conseguenza del fatto che Telecom Italia ha acquistato il controllo della società Vertico, cui fa capo il 33,3% di Matrix. La causa è attualmente pendente davanti alla VIII Sezione ed è stata fissata al 1° ottobre 2003 l'udienza di precisazione delle conclusioni.



1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	56 PRINCIPALI DATI ECONOMICI
7 CARTE E CODICI	58 RELAZIONE DELLA SOCIETA' DI REVISIONE
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI	
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	
56 ALTRE INFORMAZIONI	>>

## PRINCIPALI DATI ECONOMICI



### Gruppo Telecom Italia - Principali dati economici, patrimoniali e finanziari

(milioni di euro)	2002	2001	Variazioni (a) - (b)	
	(a)	(b)	assolute	percentuali
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	30.400	30.818	(418)	(1,4%)
Margine operativo lordo (MOL)				
% sui ricavi delle vendite e delle prestazioni	13.964	13.619	345	2,5%
Risultato operativo				
% sui ricavi delle vendite e delle prestazioni	7.381	6.674	707	10,6%
Utile (Perdita) dell'esercizio di spettanza della Capogruppo e dei Terzi	297	(1.658)	1.955	-
% sui ricavi delle vendite e delle prestazioni				
Utile (Perdita) dell'esercizio di spettanza della Capogruppo	(322)	(2.068)	1.746	(84,4%)
Capitale investito netto al 31.12	30.941	41.250	(10.309)	-
Capitale proprio al 31.12 <sup>(1)</sup>	12.823	19.308	(6.485)	-
Indebitamento finanziario netto al 31.12	18.118	21.942	(3.824)	-
Investimenti	6.919	11.257	(4.338)	-
Personale a fine esercizio (unità)	101.713	109.956	(8.243)	(7,5%)

(1) Al netto dei "Crediti verso Soci per versamenti ancora dovuti".

Nel 2002 gli investimenti ammontano a euro 6.919 milioni, con una diminuzione del 38,5% rispetto al 2001.

Gli investimenti di natura industriale ammontano a euro 5.211 milioni (euro 8.164 milioni nel 2001) e comprendono i *goodwill* (euro 369 milioni) emersi soprattutto a seguito dell'acquisizione di Blu da parte di TIM e dell'aumento delle partecipazioni di TIM International in Stet Hellas e Digitel.

Di seguito viene calcolato il valore aggiunto lordo del Gruppo Telecom Italia e la sua ripartizione tra i principali stakeholder.

### Valore aggiunto lordo e stakeholder

(milioni di euro)	2002	2001	Variazione %
	(a)	(b)	(a-b)/b
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	30.400	30.818	(1,4%)
Valore della produzione tipica	31.054	31.308	(0,8%)
Consumi di materie prime e servizi	(12.558)	(13.042)	(3,7%)
<b>Valore aggiunto</b>	<b>18.496</b>	<b>18.266</b>	<b>1,3%</b>
Contributo per l'esercizio di attività di telecomunicazioni	431	524	(17,7%)
Partite diverse <sup>(*)</sup>	(45)	838	-
<b>Valore aggiunto lordo</b>	<b>18.882</b>	<b>19.628</b>	<b>(3,8%)</b>

(\*) Le partite diverse rappresentano il saldo tra le seguenti voci del conto economico: proventi/oneri diversi, proventi/oneri straordinari, dividendi distribuiti di competenza dell'esercizio 2001, contributo TLC, rettifiche di valore di attività finanziarie, proventi netti da partecipazioni, proventi finanziari, risultato dell'esercizio di spettanza della Capogruppo e di terzi.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	56 PRINCIPALI DATI ECONOMICI
7 CARTE E CODICI	58 RELAZIONE DELLA SOCIETA' DI REVISIONE
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI	
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	
56 ALTRE INFORMAZIONI	>>

■ Ripartizione del valore aggiunto lordo tra alcuni stakeholder ed altre controparti

(milioni di euro)	2002 (a)	2001 (b)	Variazione % (a-b)/b
Dipendenti	3.562	3.654	(2,5%)
Stato	1.090	2.855	(61,8%)
di cui:			
• Oneri sociali e previdenziali	1.199	1.225	(2,1%)
• Imposte e tasse	(601)	1.045	-
• Imposte dirette	(716)	925	-
• Imposte indirette e tasse	115	120	(4,2%)
• Contributi per l'esercizio di attività di TLC	431	524	(17,7%)
• Dividendi (Ministero dell'Economia e delle Finanze)	61	61	-
Azionisti Terzi (escluso Ministero dell'Economia e delle Finanze)	4.884	3.036	60,9
Finanziatori	2.717	3.075	(11,6%)
Impresa (Ammortamenti, stanziamenti fondi rischi e oneri, altri stanziamenti rettificativi)	6.629	7.008	(5,4%)

I dati di confronto del 2001 sono stati rielaborati per tener conto del contributo complessivo del Gruppo Telecom Italia allo stakeholder "Stato" in Italia e all'estero (nel Bilancio di Sostenibilità 2001 era infatti esposto il solo contributo alle Pubbliche Amministrazioni italiane) ne consegue pertanto una lieve variazione del valore aggiunto lordo. Per quanto riguarda i dipendenti, la variazione di 68 milioni di euro rispetto al dato 2001 pubblicato nel Bilancio dello scorso anno è controbilanciata da pari incremento degli oneri sociali e previdenziali.

Il contributo complessivo del Gruppo Telecom Italia agli stakeholder interni ed esterni per il 2002 è stato di euro 27.623 milioni (incluso i finanziatori).

La riduzione delle imposte dirette è stata commentata nel paragrafo relativo allo Stato.

L'incremento dei dividendi rispetto al 2001 consegue alle distribuzioni straordinarie di riserve deliberate ed effettuate da Telecom Italia (987 milioni di euro) e da TIM (per la parte destinata ai soli azionisti terzi, di 711 milioni di euro) nel dicembre del 2002.

■ Contributo agli stakeholder nel 2002

(euro)	
FORNITORI	
15.370 milioni	Consumi di materie prime e servizi esterni, investimenti industriali <sup>(*)</sup>
STATO	
1.090 milioni	Oneri, imposte e dividendi
DIPENDENTI	
3.562 milioni	
AZIONISTI	
4.884 milioni	Dividendi distribuiti (escluso Ministero dell'Economia e delle Finanze, già presente in Stato)
FINANZIATORI	
2.717 milioni	

◀ (\*) Costi esterni, netto canone, lordo quote, investimenti industriali, netto incrementi per lavori interni, netto correlate per costi e investimenti.

1 INFORMAZIONI PRELIMINARI	56 PRINCIPALI DATI ECONOMICI
7 CARTE E CODICI	58 RELAZIONE DELLA SOCIETA' DI REVISIONE
13 GLI STAKEHOLDER ESTERNI	
47 GLI STAKEHOLDER INTERNI	
56 ALTRE INFORMAZIONI	>>



Reconta Ernst & Young S.p.A.  
Corso Vittorio Emanuele II, 83  
10128 Torino

Tel. (+39) 011 5161611  
Fax (+39) 011 5612554  
www.ey.com

## RELAZIONE DELLA SOCIETA' DI REVISIONE

Al Consiglio di Amministrazione  
di Telecom Italia S.p.A.

Abbiamo svolto verifiche di conformità ed analisi sul Bilancio di Sostenibilità 2002 del Gruppo Telecom Italia predisposto dalla Direzione della Capogruppo.

Il nostro esame ha incluso le procedure di revisione che abbiamo ritenuto necessarie nella fattispecie e qui di seguito illustrate:

- riscontri di conformità del Bilancio di Sostenibilità alle linee guida in esso enunciate nonché alle linee guida del "Gruppo di studio per la statuizione dei principi di redazione del bilancio sociale-GBS" ed analisi, tramite colloqui con la direzione della Capogruppo, delle procedure interne adottate per la documentazione delle informazioni riportate nel Bilancio di Sostenibilità;
- controllo della corrispondenza dei dati di carattere economico del Bilancio di Sostenibilità con i dati e le informazioni del bilancio consolidato su cui abbiamo emesso la relazione di revisione contabile in data 18 aprile 2003;
- riscontri, su base campionaria, degli altri dati ed informazioni contenuti nel Bilancio di Sostenibilità con rilevazioni interne, analisi predisposte dagli uffici interessati o altra documentazione di supporto forniti.

In base al lavoro svolto:

- a) riteniamo che il Bilancio di Sostenibilità 2002 del gruppo Telecom Italia sia conforme alle linee guida in esso enunciate nonché alle linee guida del "Gruppo di studio per la statuizione dei principi di redazione del bilancio sociale-GBS";
- b) i dati di carattere economico del Bilancio di Sostenibilità corrispondono ai dati ed alle informazioni del bilancio consolidato;
- c) gli altri dati ed informazioni contenuti nel Bilancio di Sostenibilità sono coerenti con la documentazione fornitaci e con gli accertamenti eseguiti.

Richiamiamo l'attenzione sul positivo aspetto indicato nella sezione "Risultati ed Impegni" in relazione alle azioni avviate da Telecom Italia volte a realizzare un processo integrato di governance estendendone le finalità e gli strumenti operativi alla sostenibilità nel Gruppo.

Torino, 18 aprile 2003

Reconta Ernst & Young S.p.A.

  
Felice Persico  
(Socio)

Reconta Ernst & Young S.p.A.  
Sede Legale: 00196 Roma - Via G.D. Romagnosi, 18/A  
Capitale Sociale € 1.111.000,00 i.v.  
iscritta alla S.O. del Registro delle Imprese presso la C.C.I.A.A. di Roma  
Codice fiscale e numero di iscrizione 00434000584  
P.I. 00891231003  
vecchio numero R.I. 6697/89 - numero R.E.A. 2509041

Si ringraziano vivamente:

- Tutti i colleghi che hanno attivamente collaborato al reperimento dei dati necessari alla stesura di questo documento.
- **SODALITAS** - Associazione per lo Sviluppo dell'Imprenditoria nel Sociale (nata per iniziativa dell'Assolombarda) per aver accompagnato ed incoraggiato il processo di maturazione sulla via del "*reporting*" di sostenibilità.
- **C.S.R. Europe** (Corporate Social Responsibility Europe) per aver assicurato l'informazione nel contesto dei temi e programmi relativi alla Responsabilità Sociale d'Impresa in Europa.

Telecom Italia S.p.A.  
Corso d'Italia, 41  
00198 Roma

Tel.: +39.06.3688.2840  
Fax: +39.06.3688.2803  
e-mail: [GroupSustainability@telecomitalia.it](mailto:GroupSustainability@telecomitalia.it)

Progetto grafico CRM S.r.l. - [www.crm.it](http://www.crm.it)

Stampa Lucini, Milano

Stampato su carta ecologica

Finito di stampare nel mese di maggio 2003